

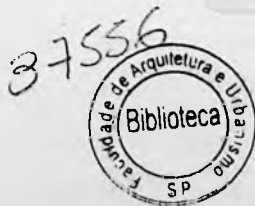
Dissertação de Mestrado
Marilena de Oliveira Costa Pini
Orientador
Prof. Dr. Bruno Roberto Padovano

DESIGNERS
GRÁFICOS
BRASILEIROS
da década de 50

DEDALUS - Acervo - FAU

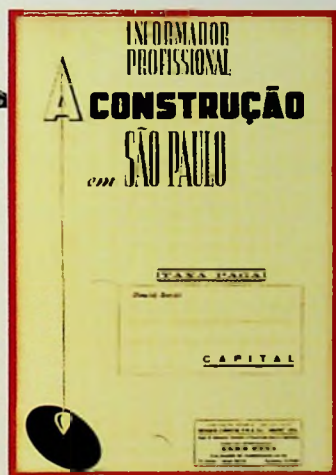


20200017035



sejmo.
51612

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo
Universidade de São Paulo
Setembro 2001



Dedico este trabalho

ao meu pai, Aldo Pini,
que em 1948 criou o

semanário A Construção em São Paulo, iniciando um trabalho pioneiro de prestação de serviços e informação na área de construção civil.

Apesar do caráter técnico desta publicação, ele deu especial importância ao design gráfico, resultado de seu apurado senso estético e seu caráter inovador.

Acredito que por sua influência estabeleci um enorme vínculo com as artes gráficas, indissociável do trabalho que venho realizando há vinte e cinco anos.

Embora não tenha seguido a carreira de arquiteta, que tanto me incentivou a fazer, realizo-a, em parte, agora com este mestrado e em sua homenagem.

Sua benção, meu pai!

Agradeço

A todos os designers gráficos brasileiros aqui pesquisados, que desenvolveram trabalhos sérios e inovadores nesta área e que contribuíram para o desenvolvimento de uma verdadeira arte gráfica brasileira.

Aos designers Alexandre Wollner, Almir Mavignier, Antonio Maluf, Emilie Chamie, Estella Aronis, Fernando Lemos, João Carlos Cauduro e Ludovico Martino, que tiveram tanta disposição para me atender e deram especial atenção a este projeto.

Ao meu orientador Bruno Roberto Padovano.

À UNIBAN-Universidade Bandeirantes e à equipe da TV UNIBAN, André Fuly, André Martins e Marco Gallo, que prestaram uma imensa colaboração na documentação deste material.

Ao Alvaro Guillermo, coordenador do curso de Design da UNIBAN, pelo apoio recebido.

À Betina Hakim, minha assistente e companheira, pela sua dedicação me acompanhando em todos os meus trabalhos nos últimos três anos e pela sua especial contribuição nesta pesquisa.

Às amigas e interlocutoras Ana Lucia Lupinacci e Fernanda Sarmiento, pelos palpites e sugestões pontuais que me deram.

Ao incentivo do amigo e companheiro Celso Pazzanese.

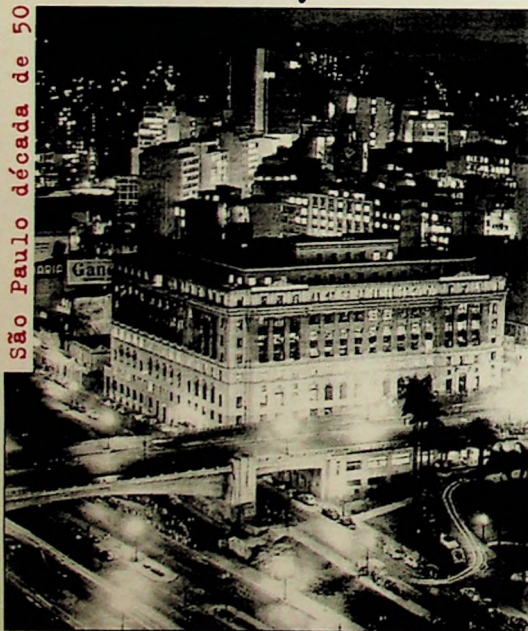
À minha filha Lorena, pela compreensão em passar tantos fins de semana sem minha companhia.

À minha querida mãe Therezinha, pelo seu apoio e contribuição.

9 **resumo/abstract**

introdução **11**

São Paulo década de 50



15

Panorama da década de 50

Painel dos movimentos artísticos e atividades culturais situados na década de 50, que definiram os novos caminhos do design gráfico.



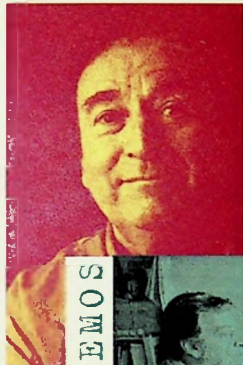
29 **Vinte designers gráficos da década de 50**

Identificação dos artistas que desenvolveram trabalhos de design gráfico. Breve ficha biográfica, constando informações sobre sua formação, participação em exposições e eventos, desenvolvimento profissional e imagens de peças gráficas.

Sumário

65

ALEXANDRE WOLLNER



FERNANDO LEMOS



ALMIR MAVIGNIER



87

CAUDURO & MARTINO



Designers que resistiu em
esta chamada arquitetura,
que era um período que
você trabalhava com arte e
também, para não ter a in-
fluência do fim, foi como desen-
har um novo trabalho, um
novo "design".

101



EMILIE CHAMIE



121

65

Entrevistas Registros Testemunhais dos designers: Alexandre Wollner, Almir Mavignier, Emilie Chamie, Fernando Lemos, João Carlos Cauduro e Ludovico Martino

Transcrição das entrevistas, acrescidas de comentários sobre o percurso profissional, desenvolvimento artístico, análise e reproduções das obras.



155

Bibliografia fontes de consulta livros, revistas, publicações

“De fato, somente durante a Segunda Guerra Mundial é que se desenvolve a figura do **designer gráfico** como um especialista nos problemas técnicos da criação dos elementos estruturais do comportamento visual, um profissional que desponta, a partir dos anos 50, após o aparecimento dos grandes conglomerados industriais, em plena evolução dos meios de comunicação de massa, e que passa a programar os meios de comunicação através da estruturação racional, eficiente, não só da comunicação em si, mas em função do somatório de elementos técnicos, econômicos e materiais - enquanto elementos de identidade visual, ou seja, o profissional que hoje denominamos programador visual ou **designer gráfico**.”

*Wollner, Alexandre. Comunicação Visual in História Geral da Arte no Brasil.
Walter Zanini org. S.Paulo, Inst. Walther Moreira Salles, 1983*

RES

A década de 50 foi um marco de fundamental importância no desenvolvimento do design gráfico brasileiro. Alguns artistas tornaram-se *designers* influenciados pelos movimentos artísticos desse período e contribuíram para um novo direcionamento das artes gráficas.

Quem foram estes artistas, o que fizeram e quais fatores determinaram esse processo?

UM

Com o objetivo de responder a essas perguntas, esta pesquisa traçou uma linha do tempo em que são destacados os eventos, manifestações artísticas e culturais que definiram os anos 50.

Do resultado do levantamento dos artistas da década, catalogou-se vinte e dois *designers*, apresentando seu perfil biográfico e suas obras. Dessa amostragem foram realizadas entrevistas com alguns desses representantes.

O

O conteúdo documental da pesquisa baseia-se principalmente nos depoimentos dos *designers* entrevistados em julho de 2000, compreendendo um material histórico, registro vivo dos protagonistas da história do design gráfico brasileiro.

AB

The 1950s were a milestone in the development of the Brazilian graphic design. Some designers were influenced by artistic movements of this period and contributed to a new trend in the field. Who were these artists? What did they do? And what were the factors that marked this process?

STR

Aiming at answering these questions, this research has drawn a time line where the events and the artistic and cultural demonstrations that defined the 1950s were highlighted. An extensive survey among the artists of that period was carried out, and twenty-two designers were cataloged, along with their profiles and works. Some of them have been interviewed.

ACT

The documental contents of the research have based mainly on the designers' accounts, who were interviewed in July 2000. Therefore, this is a historical material, a live record of the characters who played a role in the history of the Brazilian graphic design.

"O **designer gráfico** nasceu como veículo de expressão das vanguardas artísticas do primeiro terço do século, na sua busca pelo rompimento do estatuto social da arte, tal como ele se construiu a partir da Revolução Industrial (século XVIII) e se aprofundou com a segunda (século XIX). Quando as vanguardas aprofundam o projeto modernista, o **design gráfico** emerge como um veículo de expressão imediata de um novo paradigma artístico - que busca restituir o vínculo entre a arte e a produção, rompido pela dicotomia arte e técnica trazida pela industrialização."

*Villas-Boas, André. Van Gogh gostava de amarelo só porque enxergava amarelo?
Estudos em Design, Anais P&D Design, 1996*

INT

Pode-se dizer que a história das artes gráficas no Brasil tenha se iniciado com a chegada do primeiro prelo e a fundação da Imprensa Régia, por D. João VI, em 13 de Maio de 1808, no Rio de Janeiro.

A partir daí surgiram os primeiros impressos e os ofícios gráficos começaram a ser exercidos em solo brasileiro. Entre o final do século XIX e início do século XX, as publicações passam a receber a colaboração de artistas como J. Carlos e Angelo Agostini, projetando

RO

o que já acontecia internacionalmente: a participação do artista no processo de industrialização. Na Inglaterra, a criação do Arts & Crafts Exhibition Society, em 1888, manifestou a necessidade dessa integração entre a arte e a indústria.

No decorrer da primeira metade do século, sempre houve quem desenvolvesse as artes gráficas. Com o movimento modernista e as influências do construtivismo russo nos anos 20 e 30, os artistas se tornaram mais atuantes e participativos.

DUÇ

Os artistas gráficos, como passaram a ser conhecidos, tinham o domínio das técnicas de impressão, aplicação de cores e noções de arte. Exerciam as funções que cabiam às artes aplicadas, faziam ilustrações, desenvolviam diagramações de páginas e criavam capas. Prestaram sua colaboração,

agregando valores estéticos às publicações.

"Até o surgimento da Bauhaus predomina o pintor/gravador/ilustrador, cuja função atinge as artes aplicadas sem estar necessariamente voltada para os meios de impressão, ou para os problemas de percepção próprios da linguagem da comunicação."¹

Somente a partir da década de 50, com o crescimento industrial e o desenvolvimento dos meios de comunicação no país, o interesse pelas questões da comunicação visual e desenho industrial se fez presente.

ÃO

Com o surgimento da primeira escola de Desenho Industrial no Brasil e a difusão dos conceitos promovidos pelos movimentos artísticos da época, formou-se um grupo de artistas que trabalhavam com uma "nova visualidade". Iniciaram um trabalho pioneiro no desenvolvimento da comunicação visual, que hoje chamamos de design gráfico.

¹ WOLLNER, Alexandre.

Pioneiros da Comunicação Visual in ZANINI, Walter. História Geral da Arte no Brasil. São Paulo, Instituto Walter Moreira Salles, 1983. pág. 956

"design (to design) do latim "designare" "de" e "signum" (marca, sinal) significa desenvolver, conceber. A expressão design surgiu no século XVIII, na Inglaterra, como tradução do termo italiano "disegno", mas, somente com o progresso da produção industrial e com a criação das "Schools of design", é que esta expressão passou a caracterizar uma atividade específica no processo de desenvolvimento de projetos de produtos, "industrielle formgebung" (alemão), "esthétique industrielle" (francês), "diseño industrial" (espanhol), "technitscheskaya estetika" (russo), etc.

Bomfim, Gustavo Amarante. Idéias e formas na história do design: uma investigação estética. Campina Grande, Universidade Federal da Paraíba, 1995

panorama da década de 50.

Os anos 50, conjugaram fatores econômicos, culturais e sociais de profundas transformações. E representaram um marco fundamental na formação dos profissionais da comunicação visual no Brasil.

Com o fim da guerra, houve um impulso para a expansão da economia, promovendo um

crescimento da industrialização, iniciado com Getúlio Vargas e acelerado com a política desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek.

São Paulo década de 50

"São Paulo já é a cidade que pede romancistas e poetas, que impõe pasmosos problemas humanos e agita, no seu tumulto discreto, egoísta e inteligente, as profundas revoluções criadoras da imortalidade... Vemos em ti o milagre da salamandra, que a glória queima".

Oswald de Andrade.



Com a abertura das exportações, as empresas se equiparam e se modernizaram. Em São Paulo foi implantada a primeira indústria automobilística. O mercado cultural, institucional, comercial e industrial necessitava de novos profissionais, principalmente de gente especializada. A política de cooperação entre os povos e o intercâmbio cultural eram a tônica do momento, o mundo renascia e buscava novos valores.

"O fim do conflito tornou subitamente "inatural" todas as manifestações artísticas ocorridas durante a guerra. Tinham todos a necessidade de acreditar que uma nova era se abria para a humanidade, caracterizada pela fraternidade, a cooperação entre os povos e o renascimento de valores espirituais."²

Foi neste período que São Paulo se transformou numa das cidades que mais crescia no mundo, abrigando uma população expressiva de imigrantes que aqui buscavam novas oportunidades de trabalho e de vida.

Chegaram ao Brasil intelectuais, artistas, artesãos e profissionais que contribuíram para abertura de idéias, debates, renovação de valores e rupturas de velhos princípios.

A criação dos primeiros museus da cidade, a iniciação de cursos de design, o intercâmbio cultural trazido pelas Bienais de São Paulo, os movimentos artísticos em todas as áreas expandiram nossa forma de expressão, definindo uma década profundamente criativa e inovadora.

²GULLAR, Ferreira. *O Grupo Frente e a Reação Neoconcreta.* in AMARAL, Aracy A. *Arte Construtiva no Brasil.* Coleção Adolpho Leirner. Companhia Melhoramentos, pág. 143.



O conceito abrangente de design de Lina e Pietro Bardi definia não somente o design industrial, mas tudo o que a palavra desenho significa desde arquitetura, urbanismo até comportamentos.

³ Tentori, Francesco. *P. M. Bardi*. pág. 188. São Paulo: Instituto Lina Bo Bardi e P. M. Bardi, 2000



O Prof. Pietro Maria Bardi com seus alunos, em suas aulas de História da Arte.

IAC

Quando o professor, jornalista, crítico de arte e galerista de arte italiano,

Pietro Maria Bardi definiu a programação de atividades do MASP, a convite de Assis Chateaubriand para dirigi-lo, em 1947, pensou em dar à cidade um Centro Cultural que fosse além dos conceitos tradicionais de uma pinacoteca.

Seu objetivo maior foi criar um "museu imaginário", cuja finalidade era a convocação da juventude para se interessar pela história das artes. Desde sua inauguração,

foram criadas exposições didáticas e cursos.

"É preciso conceber novos museus, fora dos limites estreitos e de prescrições da museologia tradicional: organismos em atividade, não com o fim estreito de informar, mas de instruir; não com uma coleção passiva de coisas, mas uma exposição contínua e uma interpretação de civilização."³

Os cursos do MASP foram definidos procurando abranger uma grande diversidade de áreas, reunindo professores e profissionais de várias matérias, sendo alternados com intervenções improvisadas de comunicadores que integravam informações sobre comportamento,

costumes e outros campos do conhecimento. Desta forma foram criados cursos de fotografia, maquete de arquitetura, paisagismo, escultura, desenho ao ar livre, bailado, história da arte, música, desenho de tecido, orquestra juvenil, e abertas as escolas de propaganda e desenho industrial e o Instituto de Artes Contemporâneas, o IAC.

A Escola de Desenho Industrial do MASP, inaugurada em 1951, foi planejada pela

arquiteta Lina Bo Bardi e tinha como objetivo dar continuidade aos ideais de Walter Gropius, diretor da Bauhaus, em praticar "a igualdade de todos os tipos de trabalho criativo e a respectiva lógica da colaboração na moderna estrutura do mundo". O conceito abrangente de design de Lina definia não somente o *industrial design*, mas tudo o que a palavra desenho significa desde arquitetura, urbanismo até comportamentos.

O corpo docente contava com a participação de Roberto Sambonet, Salvador Candia, Jacob Ruschi, Leopoldo Haar, Gregory Warchavchik, Burle-Marx, a maioria artistas estrangeiros que se radicaram aqui.

Um dos convidados a participar do curso foi o artista suíço Max Bill, que posteriormente foi o diretor da Escola Superior da Forma de Ulm, na Alemanha. Sua exposição e palestras realizadas no MASP em 1950 causaram um impacto definitivo no meio artístico. Bill influenciou aqueles jovens artistas que procuravam uma linguagem universal que expressasse as relações entre o ponto e a linha, as cores e o plano, o pensamento matemático e as relações concretas entre a forma e a função.

O pioneirismo do MASP em desenvolver o ensino de *design* no Brasil trouxe a discussão deste tema para o grande público, atraiu a atenção das indústrias, dos que utilizam Comunicação Visual e formou um grupo de artistas que atuaram no mercado e influenciaram as novas gerações para as questões do *design*.



Calder acompanhado por Lina na montagem de sua exposição no Masp, 1950.



Lina e Bardi, entre 51 e 53, com modelos do desfile de Christian Dior e com o casal Max Bill.



Concretismo

"Pintura concreta e não abstrata, porque nada mais concreto, mais real que uma linha, uma cor, uma superfície."

Assim conceituou Theo Van Doesburg, em 1930, a arte que se desprendeu totalmente da representação e não mais trabalhava com as formas abstraídas da natureza.

A partir de então, o nome concreto surgiu como uma tentativa de redefinição da pintura não figurativa. Adotada por uns e rejeitada por outros, tornou-se objeto de debates constantes, apesar de no início o termo abstrato permanecer em voga

pelos críticos e artistas.

Os primeiros a definirem suas obras como concretas foram Arp e Kandinsky e posteriormente, em 1936, Max Bill evidenciou a diferença entre essas expressões artísticas conceituando a arte concreta objetivamente e em estreita ligação com os problemas matemáticos, além de que

"a arte concreta acentua o caráter objetivo, verificável da imagem final: uma realidade que possa ser controlada e observada".⁴



Concretistas da I Exposição Nacional de Arte Concreta no Rio, em 1957. Da esquerda para a direita: Hélio Oiticica, Ivan Serpa, Franz Weissmann, Sacilotto, Aluísio Carvão, Judith Lauand, Lygia Clark, Lygia Pape, Waldemar Cordeiro, Kazmer Fejer, Lothar Charoux, Maurício Nogueira Lima e Hermelindo Flaminghi.

⁴ GULLAR, Ferreira. *Arte Concreta*. "Jornal do Brasil" 25/6/1960 in AMARAL, Aracy A. *Projeto Construtivo Brasileiro na Arte: 1950-1962*. Rio de Janeiro, Museu de Arte Moderna; São Paulo, Pinacoteca do Estado, MEC - Funarte e Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo, 1977

O debate brasileiro do início da década de 50 remontou a este período e, no momento em que os artistas estavam se agrupando, discutindo e polemizando sobre as tendências do abstracionismo, Max Bill veio a São Paulo e fez a retrospectiva de seu trabalho no MASP, em 1950, participou da I Bienal, em 1951 e retornou em 1953, ministrando conferências na FAU-USP e no MAM do Rio de Janeiro.

A Arte Concreta fez uma síntese dos movimentos artísticos iniciais do século XX, do construtivismo russo de Kasimir Malevich; De Stijl e do neoplasticismo de Mondrian; Bauhaus de Gropius, revividos por Max Bill, criador da Escola Superior da Forma (*HfG Hochschule für Gestaltung*) em Ulm, na Alemanha. Definiu o projeto na arte, estabeleceu a aproximação com a indústria e desenvolveu o design.

Iniciou no Brasil uma corrente estética de importância fundamental, durante os anos 50, gerando um grupo de artistas entre São Paulo e Rio de Janeiro, que vinham das mais diversas formações e criaram obras inovadoras.

"A produção artística desse período era muito pequena, pois a maioria

dos artistas não vivia de arte. Eram designers gráficos, paisagistas, publicitários, poetas, médicos, desenhistas têxteis, bancários e, não havendo mercado de arte, formavam um grupo muito unido, presenteavam-se e trocavam seus trabalhos.”⁵

Em São Paulo, em torno da figura marcante de Waldemar Cordeiro, juntaram-se Geraldo de Barros, Kazmer Fêjer, Anatol Wladyslaw, Lothar Charoux, Leopold Haar e Luís Sacilotto e lançaram o manifesto Ruptura, em 1952, onde propunham, como “valores essenciais das artes visuais”, o espaço-tempo, o movimento e matéria.

No Rio, o crítico de arte Mário Pedrosa foi o primeiro a divulgar, no Brasil, os conceitos da psicologia da forma e da existência de leis que estruturaram a visão, e defendeu a sua tese “A teoria da afetividade da forma” na Faculdade Nacional de Arquitetura do Rio de Janeiro. Atraiu em torno de seus preceitos, Almir Mavignier, Mary Vieira e Ivan Serpa.

A partir destes núcleos novos integrantes foram-se agregando e o movimento realizou, em 1956, a I Exposição Nacional de Arte Concreta. Reuniu-se nesta mostra os artistas dos dois eixos culturais; os do Rio, Franz Weissmann, Amilcar de Castro, Lygia Clark, Hélio Oiticica, Aluísio Carvão, Lygia Pape, Décio Vieira e Rubem Ludolf, mais empíricos e intuitivos; os de São Paulo, Geraldo de Barros, Kazmer Fêjer, Lothar Charoux, Judith Lauand, Hermelindo Fiaminghi, Maurício Nogueira Lima e Luís Sacilotto, mais teóricos e racionalistas.

Estas diferenças se agravaram, criando divergências entre os grupos. No final da década, em 1959, surgiu o movimento dos Neoconcretos que questionou o caráter mecanicista e racionalista do Concretismo e propôs uma arte sem causa e efeito, recuperando a linguagem como fluxo, reafirmando a independência da criação artística frente ao conhecimento objetivo (ciência) e ao conhecimento prático (moral, política, indústria).

O Concretismo não foi uma simples atitude frente as questões da arte contemporânea, mas sim um compromisso com a época moderna, com a sociedade industrial, onde o planejamento e o conhecimento teórico foram fatores relevantes.

A noção de estrutura foi fundamental para a recuperação do sentido buscado na arte concreta no Brasil, desde as primeiras manifestações até a divergências com os neoconcretos.⁶

⁵ Leirner, Adolpho. “Colecionar é uma Busca”. *Arte Construtiva no Brasil - Coleção Adolpho Leirner*. São Paulo: DBA / Cia Melhoramentos, 1998.

⁶ Belluzzo, Ana Maria. “Ruptura e Arte Concreta”. *Arte Construtiva no Brasil - Coleção Adolpho Leirner*. São Paulo: DBA/Cia. Melhoramentos, 1998.



Membros do grupo Ruptura, no ano da exposição. Da direita para a esquerda: Waldemar Cordeiro, Kazmer Fejer, Anatol Wladyslaw e Lothar Charoux.



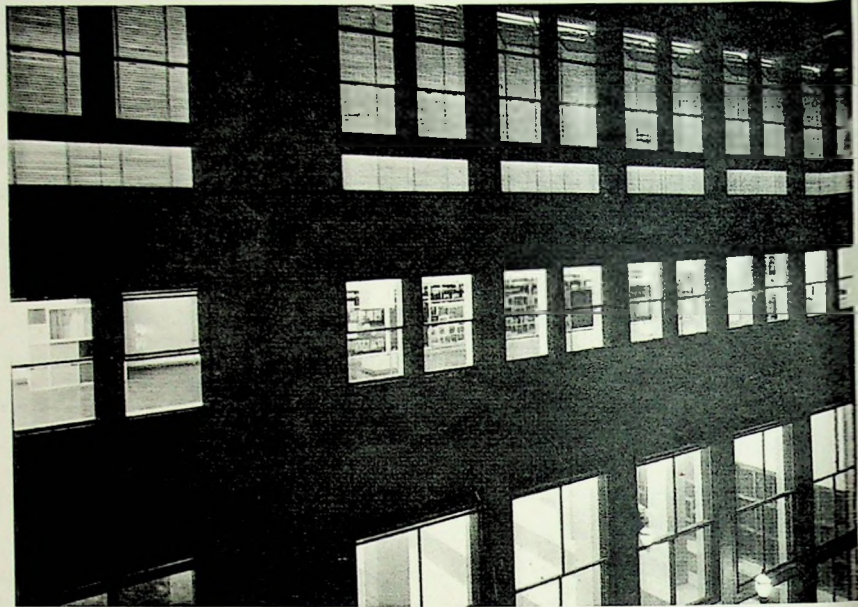
Sacilotto, Cordeiro e Geraldo de Barros em reunião de concretistas em uma cantina, em 1953.

47



VISITE O MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO
RUA 7 DE ABRIL, 230

O primeiro cartaz do MASP, de autoria de Roberto Sambonet, 1951.



Vista do 1º andar do MASP no edifício Guilherme Guinle, na rua 7 de Abril, 200.

Criação do MASP

Museu de Arte de São Paulo, pelo jornalista e proprietário dos Diários Associados, Assis Chateaubriand com a direção do marchand italiano Pietro Maria Bardi. O museu foi instalado na rua 7 de Abril num dos andares da sede dos Diários Associados.

Criação do MAM-SP

Museu de Arte Moderna, pelo industrial Francisco Matarazzo Sobrinho, o Ciccilo, dirigente do maior parque industrial da América Latina. Projeto de Vilanova Artigas.

Croqui de Vilanova Artigas das instalações do MAM, no mesmo prédio de Assis Chateaubriand.



48

49

Criação da filial do Art Club

Waldemar Cordeiro, foi o representante no Brasil desta associação artística européia, que promove o intercâmbio cultural internacional. Exposição inaugural no MASP.



50

Criação da primeira rede de televisão - TV Tupi

Assis Chateaubriand inseriu o país na era das comunicações iniciando um processo de unificação cultural e de modernidade.

50



Exposição de Max Bill no MASP

Artista, designer e escultor suíço que introduziu os conceitos da Arte Concreta e influenciou definitivamente os artistas para a "A Concepção Matemática na Arte de Nosso Tempo". Irradiou o movimento concreto de Ulm, Alemanha, para a Argentina e Brasil.

Max Bill introduziu a base do movimento concretista, criou fortes vínculos promovendo o intercâmbio cultural de artistas com sua Escola Superior da Forma, em Ulm. Abaixo, sua obra "Tripartida" premiada na I Bienal, em 1951.



Cartaz de Antonlo Maluf, ganhador do concurso do cartaz da I Bienal. É considerado o primeiro cartaz concretista brasileiro.

51

Abertura da I Bienal de São Paulo,

criada por Ciccillo Matarazzo, através do MAM, traz o intercâmbio internacional para as artes. Com 1.800 obras enviadas por 20 países, a Bienal se tornou o maior evento cultural do país.



1951-53

Criação do IAC,

Instituto de Arte Contemporânea, no Museu de Arte de São Paulo, por iniciativa do Prof. Pietro Maria Bardi e coordenação de Lina Bo Bardi. Tinha o objetivo de formar profissionais capazes de criar uma linguagem visual original, com elementos visuais próprios, não nacionalistas, mas oriundos de nossa cultura, com signos próprios, mas de leitura universal. Foram montados cursos de desenho industrial, fotografia, publicidade, escultura e outros.



Pietro Maria Bardi e Lina Bo Bardi, desembarcando em São Paulo, em 1947.

Foram convidados para dar aulas e palestras: Roberto Sambonet, Flávio Motta, Salvador Candia, Max Bill, Gregori Warchavcki, Lasar Segall, Jacob Ruchti, Leopoldo Haar. Alunos que se destacaram: Alexandre Wollner, Antonio Maluf, Emilie Chamie, Estella T. Aronis, Ludovico Martino, e Maurício Nogueira Lima.



Aula de Roberto Sambonet, no curso de Desenho Industrial.

52



Manifesto e Exposição do Grupo Ruptura

SP - MAM. Grupo formado por Waldemar Cordeiro, Geraldo de Barros, Lothar Charroux, Leopold Haar, Luís Sacilotto e Anatol Wladyslaw, que teve grande repercussão nos meios artísticos assinalando o movimento de arte abstrata e concreta que se converteria numa expressão de vanguarda do período.

ruptura

charroux - cordeiro - de Barros - feijer - haar - sacilotto - wladyslaw

a arte sempre foi grande, quando foi inteligente.
 mudou e nova inteligência não pode ser a da imitação.
 a história deu um novo qualitativo.

não há mais continuidade!

estilo não distingue mais
 • os que eram formas novas de princípios velhos
 • os que eram formas novas de princípios novos

por que?

a natureza científica da renovação — a ciência para a prática
 e o mundo exterior (três dimensões) sobre um plano único
 dimensional — espaço e sua terceira dimensão.

foi a crise **foi a renovação**

hoje a nova pode ser diferenciada
 precisamente do velho, não porque
 mudou o velho por uma alteração.

é o velho

- a ideia de continuidade e hibridação do naturalismo.
- a nova rejeição do naturalismo, que é, a natureza "arrada" das crianças das fontes dos "primitivos" dos expressionistas, dos surrealistas, etc. . . .
- a não-espontaneidade humana, produto do objeto gráfico, que levou a nova situação de presença do design.

é o novo

- as estruturas técnicas nos novos princípios artísticos.
- a ideia de experimentação que rompeu a renovação dos valores essenciais da arte visual (espaço-tempo, movimento, a matéria).
- a intenção artística dotada de princípios claros e inteligentes e de grandes possibilidades de desenvolvimento prático.
- a vontade de uma arte ligada ao mundo do trabalho múltiplo contemporâneo, considerada e um meio de conhecimento intelectual de realidade, atuando a partir da opinião, dirigida para a sua justa emancipação pública.

arte moderna não é ignorância, não somos contra a ignorância!



II Bienal de São Paulo

Grandes retrospectivas da Arte Contemporânea Ocidental: Picasso, Paul Klee, Braque, Marcel Duchamp, Oskar Kokoschka, Brancusi e outros. Instalada no Parque do Ibirapuera, ainda em obras, com uma exposição quase sete vezes maior que a primeira. Foi o evento que colocou o Brasil em maior contato com os conceitos e artistas da Bauhaus. Walter Gropius teve uma sala especial e recebeu o prêmio São Paulo de arquitetura.



A criação do cartaz premiado foi de Antônio Bandeira.

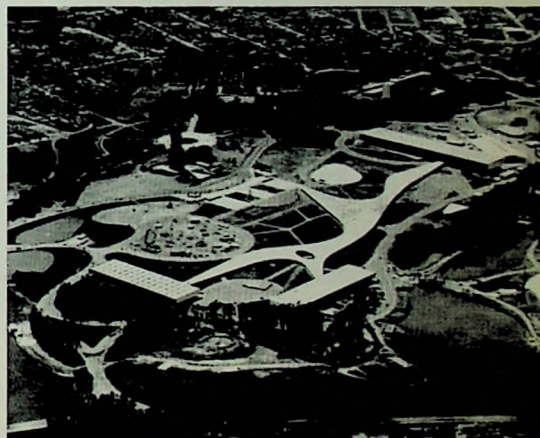
IV Centenário de São Paulo

54

IV Centenário de São Paulo

Inauguração do Parque do Ibirapuera, projeto de Oscar Niemeyer, com exposições e eventos culturais na cidade.

Geraldo de Barros realiza o cartaz para o evento.



1954

O Gráfico Amador

"Reúne um grupo de pessoas interessadas na arte do livro. Tem a finalidade de editar, sob cuidadosa forma gráfica, textos literários cujas extensões não ultrapassem as limitações de uma oficina de amadores. Os trabalhos são projetados por Aloisio Magalhães, Gastão de Holanda, José Laurenio de Melo e Orlando da Costa Ferreira." *Texto introdutório do primeiro boletim editado pelo O Gráfico Amador, em julho de 1955, Recife.*



55

III Bienal de São Paulo

Destaque para Cândido Portinari e Lasar Segall, com suas retrospectivas, além de Max Bechamnn, Wilhelm Thony e André Derain. As premiações foram feitas, no âmbito nacional e internacional, separadamente por técnicas: pintura, escultura, desenho, e gravuras. Participação de dois concretistas uruguaios: Maria Freire e Costigliolo.

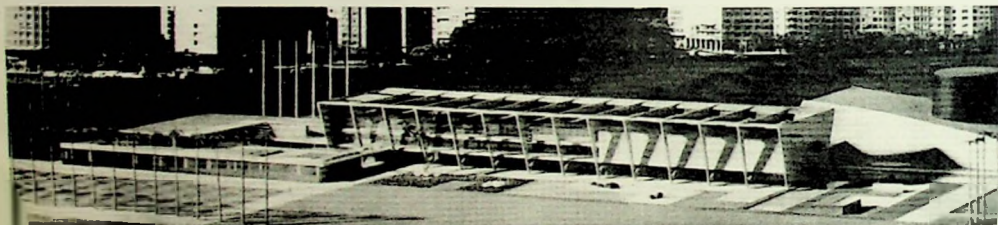


Cartaz premiado de Alexandre Wollner.

I Exposição Nacional de Arte Concreta, MAM-SP (1956) e MAM-RJ (1957)

Retrospectiva dos trabalhos dos principais expoentes da Arte Concreta, artistas plásticos: Hélio Oiticica, Ivan Serpa, Franz Weissmann, Sacilotto, Aluísio Carvão, Judith Lauand, Lygia Clark, Lygia Pape, Waldemar Cordeiro, Kazmer Fejer, Lothar Charoux, Maurício Nogueira Lima, Hermelindo Fiaminghi e poetas como Ferreira Gullar e Décio Pignatari. Conferências de Mário Pedrosa e Waldemar Cordeiro, entre outros.

56



Reforma do projeto gráfico do Jornal do Brasil

criada pelo artista concretista Amilcar de Castro e com direção editorial de Reynaldo Jardim. Definiu um novo padrão de leitura caracterizado pelo planejamento do desenho das páginas e limpeza visual. "A radicalidade da reforma, sobretudo do período 59/61, transforma-a em símbolo de renovação do jornalismo e Amilcar em seu gerente autorizado." LESSA, Washington. *Dois Estudos de Comunicação Visual*. Rio de Janeiro, UFRJ, ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial, 1998.

PANOFRAMA DA DÉCADA DE 50

57



57



IV Bienal de São Paulo

A "Bienal dos Recusados", assim chamada pelo grande corte de obras inscritas, criou a maior polêmica da história das bienais. Instalada no ex-Pavilhão das Indústrias de Niemeyer no Parque do Ibirapuera. O movimento construtivista teve ainda forte destaque com a participação de Mauricio Nogueira Lima, Waldemar Cordeiro, Franz Weissmann e Lygia Clark. O ganhador do concurso do cartaz foi mais uma vez Alexandre Wollner.

Cartaz premiado de Alexandre Wollner.

Forminform

Considerado o primeiro escritório de design brasileiro, aberto em São Paulo. Formado por Alexandre Wollner, Geraldo de Barros, Ruben Martins e Walter Macedo.

FORMINFORM

58

Revista Senhor (1959-1964)

Editada por Nahum Sirotsky, reuniu uma equipe de 1ª linha de escritores, jornalistas, artistas plásticos e gráficos: Clarice Lispector, Paulo Francis, Newton Rodrigues, Vinícius de Moraes, Bea Feitler, Jaguar. "A direção de arte de Carlos Scliar criou uma das publicações brasileiras de melhor qualidade gráfica. Através de soluções inovadoras, diferenciou no formato, na utilização do papel e na programação visual."

Sarmento, Fernanda. Design Editorial: Revista Senhor. Dissertação de Mestrado, FAU-USP, São Paulo, 2000.

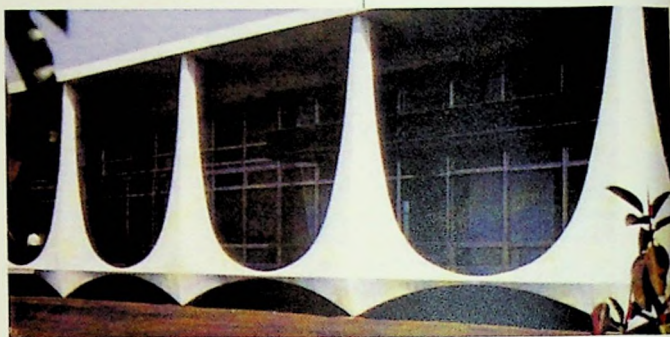


59

60

Inauguração de Brasília

Em abril de 60, Juscelino Kubitschek inaugurou a mais moderna capital do mundo. Projetada pelo arquiteto Oscar Niemayer e com desenho urbano de Lucio Costa, este investimento representa o símbolo de arrojo e modernidade do Brasil neste período.



62

Criação da ABDI,

Associação Brasileira de Desenho Industrial, para a defesa e divulgação e do design brasileiro.

ABDI

Inclusão das disciplinas de desenho Industrial e comunicação visual

nos cursos de graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da FAU-USP, seguindo as novas diretrizes do movimento de renovação do ensino de arquitetura dirigido por Vilanova Artigas.



63

Criação da ESDI,

Escola Superior de Desenho Industrial, pelo Secretario de Cultura Carlos Flecha Ribeiro, ligada à Universidade Estadual do Rio de Janeiro, durante o Governo de Carlos Lacerda. A primeira escola superior inteiramente voltada ao ensino de desenho industrial e comunicação visual, criada nos moldes da Escola da Forma de Ulm - Hochschule für Gestaltung, na Alemanha.



22 da década de
designers **cinquenta**

gráficos

Amílcar de Castro

Alexandre Wollner

Almir Mavignier

Aloísio Magalhães

Antonio Maluf

Bea Feitler

Carlos Scliar

Emilie Chamie

Estella Aronis

Fernando Lemos

Fred Jordan

Geraldo Barros

Goebel Weyne

Hércules Barsotti

Hermelindo Fiaminghi

João Carlos Cauduro

Ludovico Martino

Luís Sacilotto

Maurício Nogueira Lima

Ruben Martins

Waldemar Cordeiro

Willys de Castro

"Achei que a posição do artista, em nosso tempo, deve ser revista. No momento o que interessa é a larga informação, o coletivo. Não tem mais sentido, no nosso mundo, o artista fazer objeto único, o quadro desligado do contexto social no qual ele vive. É através da indústria que o artista de hoje pode se integrar no seu tempo."

Figueiredo, Walter Gonçalves de. *Monografia sobre Aloisio Magalhães*, FAU USP, 1970.

DE

O presente painel procurou fazer um recorte entre os artistas da década de 50, que neste período, produziram trabalhos gráficos e "transformaram-se em designers visuais e auxiliaram a implantar uma consciência da interação do artista com atividades comunitárias, através dos meios de sua criatividade funcional, com alta capacidade técnica."

7 WOLLNER, Alexandre. *A Emergência do Design Visual*. p.225. AMARAL, Aracy A. *Arte Construtiva no Brasil. Coleção Adolpho Leirner*. Companhia Melhoramentos, São Paulo. DBA Artes Gráficas, 1998

SIGN

Do universo pesquisado, chegamos a uma amostragem de 22 designers que colaboraram com a indústria e os meios de comunicação, seja na área editorial, projetando jornais, livros, revistas e

catálogos, na programação visual, desenvolvendo projetos de identidade visual, criando signos para empresas e instituições, no desenvolvimento de produtos ou no planejamento de sistemas de sinalização.

ERS

Apesar dessa pesquisa ser enfocada nos designers brasileiros, foram incluídos quatro estrangeiros que desenvolveram suas carreiras aqui: Emilie Chamie, Fernando Lemos, Fred Jordan e Waldemar Cordeiro. Houveram alguns que não foram incluídos por falta de material suficiente, ou por estarem vinculados a outros segmentos, como no caso dos designers publicitários Francisc Petit e José Zaragoza.

GRÁ

Fazendo uma breve análise desse grupo, verificamos uma grande diferença na atuação de cada um como designer gráfico. Primeiramente podemos considerar aqueles que dedicaram-se exclusivamente ao design: Alexandre Wollner, Aloisio Magalhães, Goebel Weyne, Bea Feitler, Fred Jordan, João Carlos Cauduro, Ludovico Martino, Estella

FI

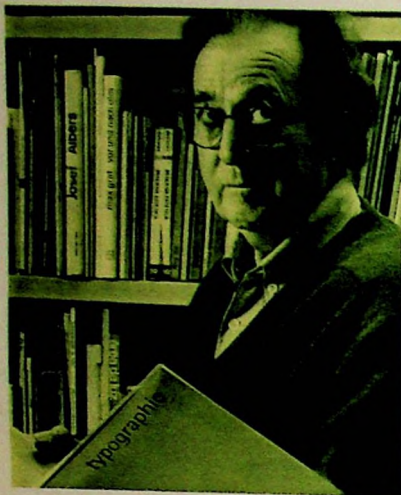
Aronis, Emilie Chamie e Ruben Martins. Outros, participaram ativamente em determinados segmentos, realizando mudanças estruturais, porém foram pontuais e não deram continuidade ao trabalho na área de design: Carlos Scliar, Amílcar de Castro e Maurício Nogueira

Lima. Houveram também aqueles que mantiveram sempre sua pintura paralelamente ao ofício do design: Almir Mavignier, Hermelindo Fiaminghi, Fernando Lemos e Geraldo de Barros. E finalmente, aqueles que fizeram apenas algumas incursões neste terreno, porém o

caráter gráfico de seus trabalhos exerceu uma influência duradoura e suas imagens foram utilizadas em diferentes meios: Luiz Sacilotto, Waldemar Cordeiro, Hércules Barsotti, Wyllis de Castro e Antônio Maluf.

COS

De todas as formas que eles atuaram, a contribuição deste grupo foi marcante, pois definiram qualidade no processo evolutivo do design gráfico.



Alexandre Wollner

1928 São Paulo

Designer gráfico, pintor e professor

Iniciou na pintura e se formou em desenho industrial pelo IAC - Instituto de Arte Contemporânea do MASP, em 1953. Estudou no Departamento de Comunicação Visual da "Hochschule für Gestaltung", em Ulm, como bolsista de 53 a 58. Fundou o escritório de design Forminform com Geraldo de Barros e Rubem Martins em 58. Ganhador dos prêmios de melhor cartaz para as III e IV Bienais de São Paulo para o Festival Internacional de Cinema, em parceria com Geraldo de Barros. Trabalhou em vários escritórios de design com Décio Pignatari Fiaminghi no departamento da Panam Propaganda, na SAO/DPZ, na W/Brasil desenvolvendo sistemas de identidade visual, embalagens, projetos editoriais e de sinalização, etc.

Desenvolveu atividades didáticas, foi membro do grupo de trabalho encarregado da implantação da ESDI, Rio de Janeiro, em 1962/3 e do curso de design para a Faculdade de Arquitetura da Universidade Mackenzie em São Paulo, de 68 a 78. Foi um dos fundadores da ABDI e presidente desta associação entre 71 e 77. Atualmente desenvolve projetos no seu estúdio *wollnerdesigno*.

Alguns dos signos criados por Alexandre Wollner:



Planejamento do Programa de Identidade Visual para Banco Itaú, logomarca de PetIt, DPZ (1980).



Solorrico (1974), Fechaduras Brasil (1987), Mausá (1975), Eucatex (1962), Agrícola Sertãozinho (1974).



Metal Leve (1963), Klabin (1979), Equipisca (1957), Cia São Paulo (1964)



Usina Delta (1992), Fertifos (1994), Ibesa (1961), Projeto (1964), Promobardhal (1970).



Almir Mavignier

1925 Rio de Janeiro

Pintor, cartazista e professor

Iniciou seus estudos em pintura na década de 40, com Arpad Szenés, Axel Leskoschek e Henrique Böese. Trabalhou com Nise da Silveira no Ateliê de Terapia do Hospital Psiquiátrico do Engenho de Dentro desde sua criação, em 1946, onde conheceu Mário Pedrosa. Participou em 47/48, com Ivan Serpa, Abraham Palatnik e Mário Pedrosa, do primeiro grupo de pintores concretos do Rio de Janeiro. Participou da I Bienal de São Paulo em 1951 e no mesmo ano viajou a Paris como bolsista do governo francês. A partir de 1953 se estabeleceu na Alemanha, onde estudou no Departamento de Comunicação Visual da "Hochschule für Gestaltung", em Ulm, até 1958. Considerado um mestre do Cartaz, criou para instituições, museus e empresas mais de 1100 cartazes. De 47 a 76 realizou 36 exposições individuais em vários países. Reside em Hamburgo desde 1965 onde é professor na Escola de Belas Artes.



**Exposição da série de pinturas monocromáticas, 1974.
Abaixo: cartazes aditivos, Ulm, 1990.**





Aloísio Magalhães

1927-82 Rio de Janeiro - Pádua

Advogado, editor, desenhista, designer gráfico, articulador cultural e político e professor

Formou-se advogado pela Faculdade de Direito de Recife, atraído pelo caráter cultural que tinha esta escola. Sempre desenhou e mantinha um forte interesse pela visualidade. Entre 51 e 53 estudou em Paris com bolsa do governo francês, fez curso de Museologia na L'Ecole du Louvre e freqüentou o "Atelier 17" aprendendo gravura em metal. Em 1954 fundou o ateliê O Gráfico Amador com Gastão de Holanda, e um grupo de artistas, poetas e intelectuais pernambucanos, voltado à experimentação no campo gráfico, e publicou o livro Improvisação Gráfica, onde começou a experimentar a relação forma/comunicação. Participou das II e III Bienais de São Paulo e diversas exposições no Brasil e na Europa.

Em 55 viajou aos Estados Unidos e realizou exposições em Washington, no Museu de Arte Moderna de Nova York e no "Print Club" de Filadélfia. Fez estágio no estúdio "Falcon Press" do artista gráfico Eugene Feldman e pesquisou junto com ele os processos de litografias em foto-off-set, produzindo o livro "Doorway to Portuguese".

Em 58, em sua segunda viagem aos EUA, percorreu vários estados visitando Centros de Cultura e Estudos.

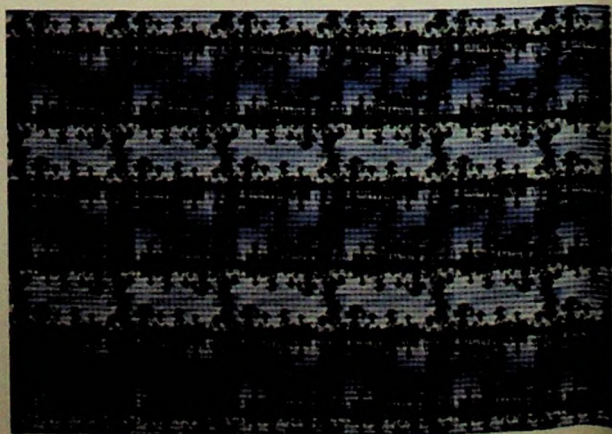
Em 1960 mudou-se para o Rio de Janeiro e fundou seu escritório de comunicação visual.

Venceu os concursos do símbolo do IV Centenário do Rio de Janeiro, em 64, do desenho de novas cédulas brasileiras (cruzeiro novo) em 68 e da criação do projeto de identidade visual para a Petrobrás, em 70.

Foi membro do grupo de trabalho encarregado da implantação da Escola Superior de Desenho Industrial, ESDI, no Rio de Janeiro, em 1962/3, e seu professor por vários anos. Foi um dos fundadores da Associação Brasileira de desenho Industrial-ABDI, em 1962. Como articulador político cultural fundou o Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC), em Brasília, em 1975, com o objetivo de documentar e divulgar as manifestações culturais próprias da nossa população, harmonizando os níveis artesanal e industrial, rural e urbano.

Em 1979 foi nomeado secretário do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional pelo ministro da Educação, Eduardo Portela, e no ano seguinte assumiu a pasta de secretário da Cultura do MEC.

Em 1982 morreu em Pádua, Itália, quando tomava posse como presidente da Reunião de Ministros da Cultura dos Países Latinos.



Os Cartemas, colagens de cartões postais, 1973.



Acima: desenho pnelno de cédulas;
 abaixo: logo das edições do Gráfico
 Amador, símbolo do 4º Centenário do
 Rio de Janeiro em 1964; à direita: sis-
 tema de sinalização da marca criada
 para a Petrobrás.



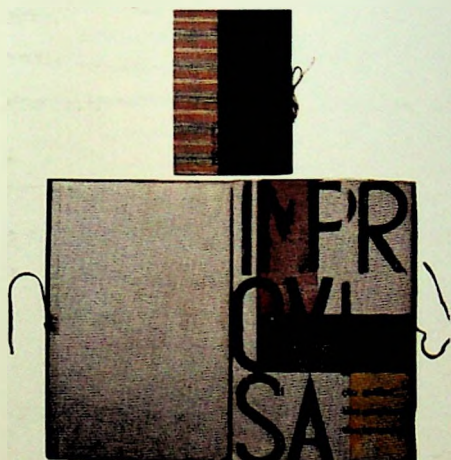
**Monal de São
 Paulo, 1963.**



**Banco Mercantil de
 Pernambuco, 1963.**



**Grupo
 Unibanco, 1964.**



Copacucar, 1966.



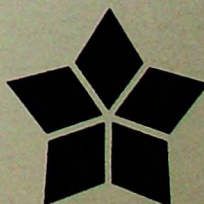
**International Coffee
 Organization, 1969.**



**Grupo
 Bancopa, 1969.**



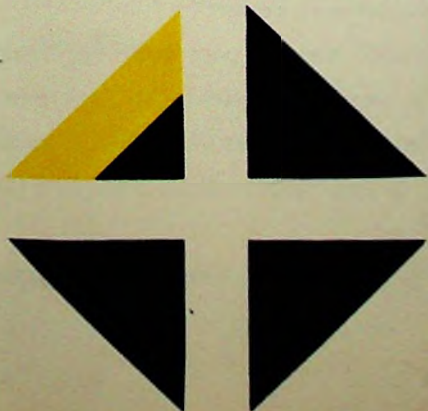
**Campanha da Copa do
 Mundo de 1970, 1969.**



**Companhia Souza
 Cruz, 1970.**



**Sesquicentário da
 Independência, 1971.**



Grupo Nacional, 1971.



Grupo Brascan, 1972.



**Itaipu
 Nacional, 1974.**



Antonio Maluf

1926 São Paulo

Marchand, engenheiro, artista plástico, programador de estampas de panôs e tecidos, muralista e designer gráfico.

Iniciou-se em Artes com Waldemar da Costa, em 1948, em seguida estudou com Flexor e Flávio Motta na Escola Livre de Artes Plásticas, em 50. Quando Flavio foi trabalhar com Pietro M. Bardi no MASP este lhe aconselha a fazer cursos de gravura com Darel e Poty. Em 51 foi um dos 25 selecionados para o curso de Desenho Industrial no Instituto de Arte Contemporânea do MASP, que frequentou por um curto espaço de tempo. Paralelamente Maluf fazia desenhos para padronagens de tecidos para estamperia e estudava na Escola de Engenharia do Mackenzie. Neste mesmo ano,



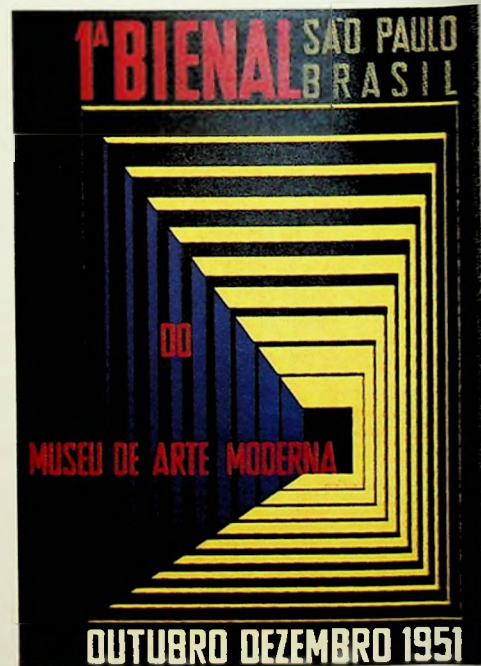
"Equações de Desenvolvimento" de 1959, mural de elementos pré-moldados, coleção Banco Noroeste, Guarulhos, SP.

participou da I Bienal como pintor e foi premiado no concurso do cartaz. É considerado por Wollner como "o marco inicial, no

Brasil, da criação do artista moderno atuante nos meios de comunicação de massa, é a primeira produção de um designer treinado por uma escola brasileira de design."

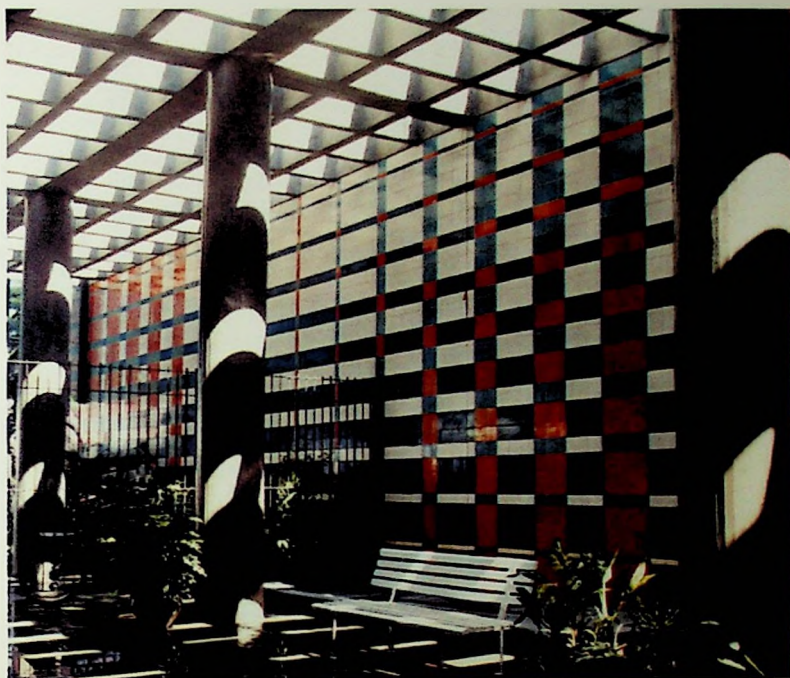
A partir deste trabalho Maluf rompeu com toda sua representação passada e partiu para uma orientação concretista. Dentre as exposições que participou estão as IX e X Bienais de São Paulo, I Bienal de Desenho Industrial (68), Tradição e Ruptura (84) e Bienal Brasil Século XX (94).

Em 68 comprou a Galeria Seta, em São Paulo, e desde então trabalhou como marchand.

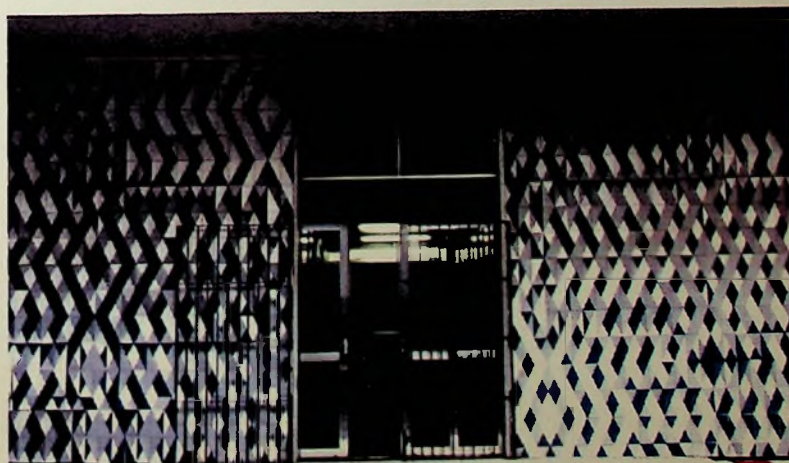


Cartaz da I Bienal de São Paulo, 1951, versão em preto da Coleção de Adolpho Lelrner.

"Suportes programados para informações não redundantes" são sistemas visuais, sintagmas, que o artista cria para serem programatizados em conjuntos, formando diferentes programações. Aplicados em diferentes suportes, panôs, murais, azulejos, etc. Realizou, em conjunto com vários arquitetos, painéis-murais, onde se dedicou a integrar sua obra gráfica à arquitetura, aplicando os seus sistemas visuais: com Fabio Penteadó o projeto da cobertura da sede da Sociedade Harmonia de Tênis (60); com Lauro Costa Lima o painel da Vila Normanda (62) e do Sindicato dos Motoristas (72); com Vilanova Artigas o painel para a Caixa Econômica Estadual, em Bastos-SP e o Edifício Cambuí.



Painel-mural, realizado em azulejos para a Caixa Econômica Estadual.



Painel-mural realizado para o edifício Vila Normanda, projeto de Lauro Costa Lima, 62.

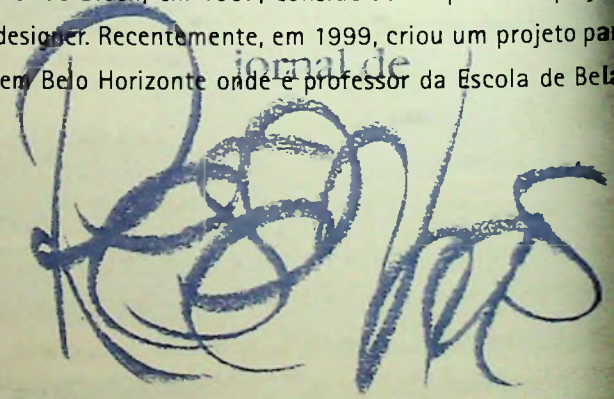


Amílcar de Castro

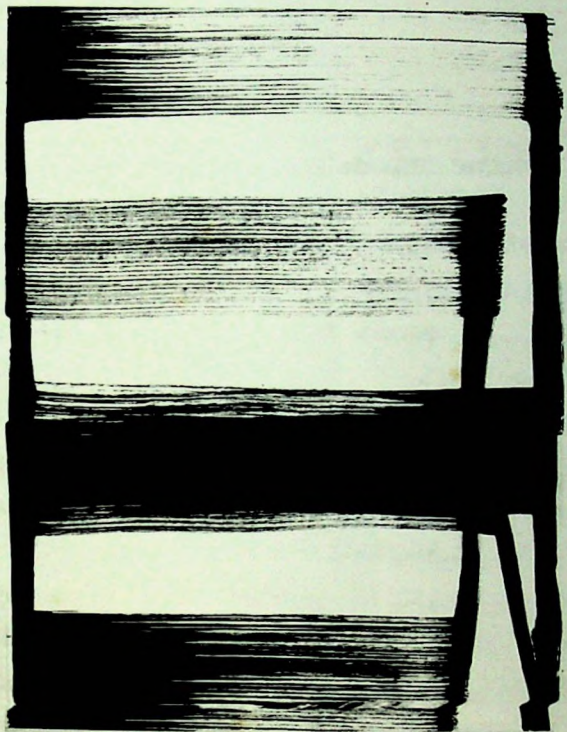
1920 Paraisópolis

Advogado, escultor, designer gráfico e professor

Formado em Direito, estudou pintura com Guignard e escultura com Franz Weissmann. Em 1952 mudou-se para o Rio de Janeiro e participou de exposições coletivas com esculturas e da II Bienal, em 53, com forte influência concretista. Em 56 participou da Exposição Nacional de Arte Concreta em São Paulo e no Rio de Janeiro. Em 1969 recebeu bolsa de estudos da Guggenheim para desenvolver seu trabalho em New Jersey, onde viveu por 2 anos realizando exposições de escultura em Nova York. Como artista gráfico realizou trabalhos para as revistas Manchete, Cruzeiro, A Cigarra entre outras, a partir de 53. É de sua autoria o projeto gráfico inovador do Jornal do Brasil, em 1957, considerado o primeiro projeto de reformulação gráfica para jornais realizado por um designer. Recentemente, em 1999, criou um projeto para o caderno de resenhas da Folha de São Paulo. Reside em Belo Horizonte onde é professor da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais.



Capa do Jornal do Brasil e suplemento de domingo, após a reforma gráfica em 1957.



Pintura, sem título, em óleo sobre papel.



**Escultura de Amílcar
instalada diante da
Assembléia Leglslati-
va de Minas Gerais,
em Belo Horizonte.**



**Em foto de seu filho Nélio de Castro,
Amílcar grafitando seus desenhos.**



Bea Feitler

1938-1982 Rio de Janeiro - Rio de Janeiro

Designer gráfica

Nasceu no Rio de Janeiro em 1938. Formou-se na Escola Parsons de Design em Nova York, em 1959, onde estudou artes gráficas, pintura, fotografia e propaganda. Quando retornou ao Rio de Janeiro estudou pintura no MAM-RJ, trabalhou para uma agência de publicidade e posteriormente integrou a equipe de arte da revista Senhor, colaborando com desenhos, layouts de páginas e capas. Nesta época abriu o Estúdio G de design gráfico, especializando-se na criação de cartazes, capas de livros e discos. De volta a Nova York trabalhou com design editorial,



sendo diretora de arte e criando projetos gráficos para revistas como Harper's Bazaar, Ms, Rollings Stone e Self. Desenvolveu um alto padrão artístico em suas criações inovadoras. Morreu precocemente, de câncer, em 1982, no Rio de Janeiro.

Acima: anúncio de uma série para a Calvin Klein. **À esquerda:** capas para a revista SR nº16 e nº22 de 1960. **Abaixo:** pôster de uma série para Alvin Ayley 1971, capa para a revista Bazaar, 1968 e capa para livro dos Beatles, ilustrada por Andy Warhol.





Emilie Chamie

1927-2000 Líbano - São Paulo

Designer gráfica, fotógrafa,
diretora de espetáculos de
dança

Formou-se no curso de design do IAC - Instituto de Arte Contemporânea do MASP, 1951/53. Foi premiada com os cartazes para o 4º Centenário da Cidade de São Paulo, em 1954, para o 4º Salão Paulista de Arte Moderna, em 1955, e para o 16º Salão Paulista de Arte Moderna, em 1967 e recebeu o prêmio Melhor Artista Gráfica do Ano pela APCA, pelo livro Mitopoemas Yãnoman, em 1978.



Criação da marca e identidade visual para o MAM, Museu de Arte Moderna de São Paulo, e para o escritório de arte de Renato Magalhães Gouvêa.

Trabalhou com os designers Ruben Martins e Alexandre Wollner e no escritório Forminform, em 58.

Entre 1979 e 83 definiu um novo direcionamento em seus projetos, transcendendo o bidimensional e alcançando o "mise en scène" realizando a criação, direção geral e projeto gráfico dos espetáculos de dança Cartas Portuguesas, Fedra e Bolero, recebendo o prêmio de melhor espetáculo de dança do ano 83, pela APCA.

Realizou as exposições individuais: no MASP, em 74, "Vinte Anos de trabalhos gráficos e fotográficos" e recebeu o prêmio de melhor exposição do ano pela APCA; na Galeria José Duarte Aguiar, São Paulo, "Quando o artista é gráfico", em 1985. Participou das exposições: O Design no Brasil - História e Realidade, SESC, São Paulo, Poucos e Raros, Galeria Humberto, São Paulo, em 1984; Geração 45/50 anos, SESC, São Paulo, em 1995. Faleceu em São Paulo no ano 2000.



Projeto Gráfico Editorial do livro Brinquedos Tradicionais Brasileiros, SESC.



Os elementos construtivos da arquitetura do Centro Cultural São Paulo definiram o projeto de sua marca.



Carlos Scliar

1921-2001 Porto Alegre - Rio de Janeiro

Engenheiro, pintor, ilustrador e diretor de arte

Nasceu em 1920 no Rio Grande do Sul e faleceu no Rio de Janeiro em 2001. Em 1935 iniciou sua carreira artística, participando de uma exposição coletiva em Porto Alegre. Em 1940, fez sua primeira exposição individual em São Paulo.

Convocado pela FEB (Força Expedicionária Brasileira), seguiu para a Itália, entre 1944 e 1945. No front realizou uma série de desenhos, posteriormente publicados como Caderno de Guerra em 1996.

De 1947 a 1951, viveu na França. Em 1951, fundou o Grupo de Gravura com outros artistas.

Como artista gráfico, foi ilustrador e diagramador, colaborando intensamente na imprensa carioca desde 1943. Em 1959 criou a Revista Senhor, juntamente com o jornalista Nahum Sirotsky, tornando-se seu diretor de arte, consolidando uma das publicações de maior destaque do país pela sua qualidade gráfica e artística. Abandonou a revista em 1961 para se dedicar exclusivamente à pintura.

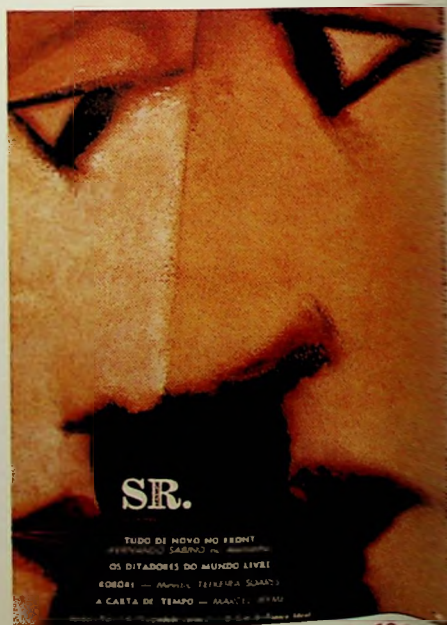
Colaborou também com o teatro e o cinema, realizando cenários para peças e filmes.

Manteve uma constante produção artística, possuía dois ateliers, em Cabo Frio e Ouro Preto, que serão transformados em Institutos Culturais.

Realizou exposições individuais de desenhos, gravuras, pinturas e colagens no Brasil e fora do país, participando permanentemente de exposições coletivas. Faleceu em 2001.



Capa para a revista SR, nº7 de 1959.



Capa para a revista SR, nº30 de 1961.

SR. SENHOR.

Logomarca da Revista Senhor, criada por Scliar em 1959.



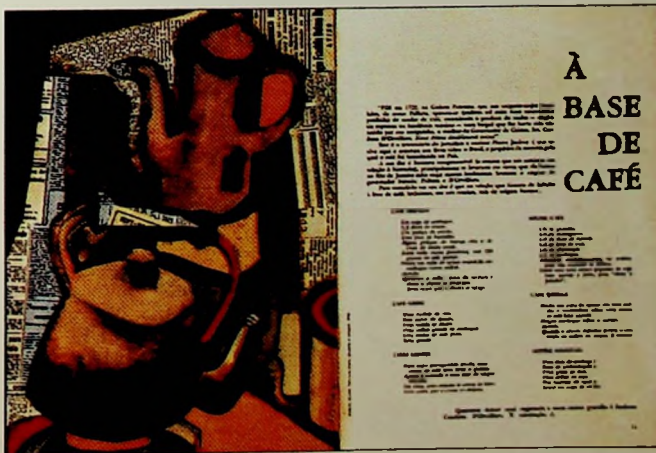
Inovação na mancha de texto, em que é reproduzida a forma da ilustração ao lado, Revista Senhor, nº3, maio de 1959.



Matéria sobre o fotógrafo Otto Stupakoff, Revista Senhor, nº52, junho de 1963.



Desenhos da série Cadernos de Guerra, realizados durante seu período de soldado na FEB, Itália, 1944.



Texto sobre o café brasileiro ilustrado por Scliar, com a utilização de pintura e colagem de papéis impressos, Revista Senhor, nº6, agosto de 1959.



Estella Aronis

1931 São Paulo

Escultora, paisagista, arquiteta, jornalista, figurinista, comunicadora visual e designer gráfica

Iniciou-se nas artes, na década de 40, com João Baptista Ferro, como aprendiz de escultora. Fez curso com Sérgio Milliet na Biblioteca Mário de Andrade. Em 1951, após haver iniciado curso de desenho livre com Poty Lazaroto no MASP, Pietro M. Bardi, diretor do museu a convidou para frequentar o curso de Desenho Industrial do recém-aberto Instituto de Arte Contemporânea. Paralelamente ao curso estudou sociologia na Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

No período de seu primeiro casamento, entre 53 e 60, manteve-se afastada das atividades artísticas, praticando-a na sua vida doméstica. Cedo ficou viúva e teve que partir em busca de trabalho.

Trabalhou na Alcântara Machado, de início projetando padrões de paisagismo para os espaços vazios das exposições e posteriormente realizando projetos para stands e sua programação visual.

Em meados da década de 60, casou-se com o designer Alexandre Wollner e integrou a equipe do escritório do marido, tornando-se sócia minoritária. O escritório de Wollner foi uma grande escola para Estella e ampliou seu conhecimento em programação visual. Realizou neste período o design para os uniformes dos funcionários da empresa Equipesca e, através de uma pesquisa detalhada com os funcionários, definiu o que chama "os primeiros uniformes ergonômicos do Brasil".

Em 73, após se separar de Wollner, voltou-se para os estudos e fez ao mesmo tempo duas faculdades: arquitetura em São José dos Campos, Brás Cubas e jornalismo na Escola de Comunicação e Arte da USP.

Retornou à Alcântara Machado para fazer projetos de programação visual para a divisão de Congressos e em seguida abriu seu escritório e direcionou suas atividades para design de uniformes para empresas e instituições realizando amplos projetos como o do Centro Empresarial de São Paulo, criando códigos de segurança para identificar pessoas e suas funções.

Durante a década de 80, trabalhou para a Infraero realizando sistemas de sinalização e informação para aeroportos de Congonhas, Guarulhos e Manaus. Realizou também os programas de Identidade Visual e sinalização para as empresas Master e Area Parking.

Hoje trabalha com arquitetura no escritório de seu filho Enio Aronis.



GIXM



Logotipo e aplicações em cartaz e impressos para a IV Conferência Internacional sobre Impactos Globais da Microbiologia Aplicada, 1973.



Da esquerda para a direita: marcas para Grupo CobrasInco, Cia Agrícola Sertãozinho, Repasse Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários e Restaurante La Cabaña.



MASTER

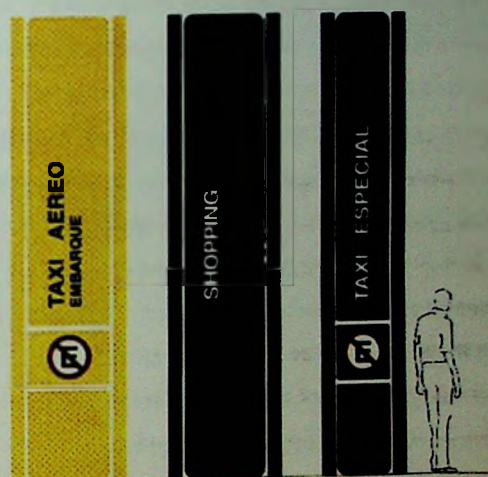


Logotipo para rede de estacionamento Master e aplicação em fachada e frota.



**AREA
PARKING**

Logotipo para rede de estacionamento Area Parking e aplicação em controle de estacionamento.



Sinalização para o Aeroporto Internacional de São Paulo - Guarulhos, 1986.



Fernando Lemos

1926 Lisboa

Pintor, fotógrafo, diretor de arte, litógrafo, poeta e designer gráfico

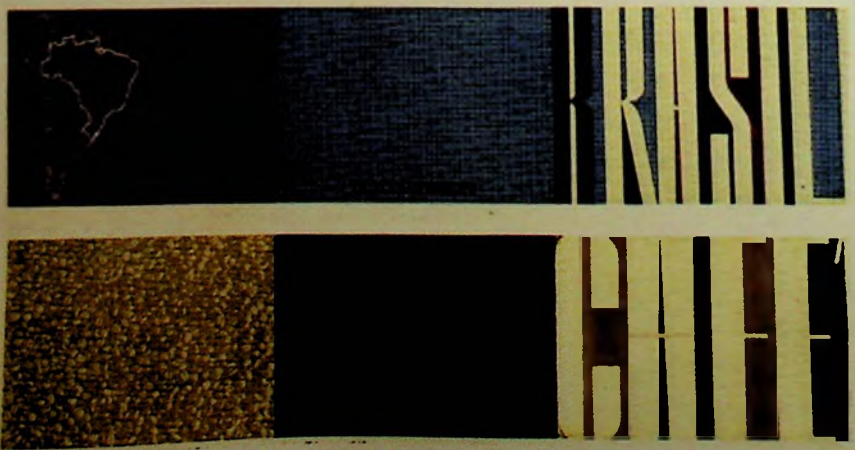
Em 1952 participou de várias exposições em Lisboa com pinturas, desenhos, fotografias e integrou-se ao movimento surrealista, que reunia artistas das mais diversas áreas. Trabalhou em editoras, agências de publicidade e litografias industriais como impressor e desenhista.

Chegou no Brasil em 1953, no Rio de Janeiro, prestando serviços de planejamento gráfico e ilustrações para editoras e participando de exposições. Em 1954 fixou residência em São Paulo, participou da II Bienal e realizou a montagem da história de São Paulo para as comemorações do IV Centenário. Manteve sempre seu trabalho artístico expondo permanentemente sua obra em diversos países, recebendo várias premiações e bolsas de estudos. Em suas várias atividades culturais foi auxiliar de ensino na FAU-USP, 63/64; presidente da ABDI, 1968/70; assistente técnico de direção do IDART, 1975/83, editor de arte do Departamento do Patrimônio Histórico da ELETROPAULO, 1985; diretor do Centro Cultural São Paulo, 1983;

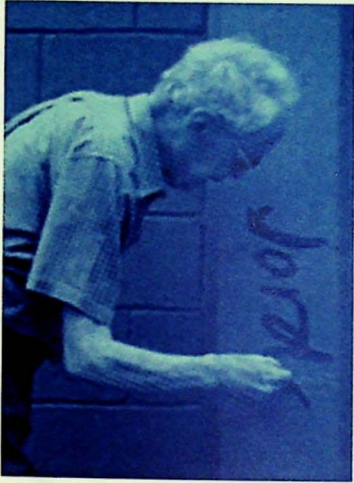


Catálogo da Galeria Global, 1976.

programador visual do Memorial da América Latina e do acervo artístico Cultural do Palácio do Governo/S. Como designer criou marcas, planejou livros, realizou projetos de programação visual para sinalização, exposições, desenhou estampas e criou produtos.



Folhetos para o pavilhão do Brasil na V Feira Internacional de Tóquio, 1963.



Fred Jordan

1927-2001 Berlim - São Paulo

Artista plástico, diretor de arte, ilustrador, designer gráfico

Chegou ao Brasil em 1936 e iniciou sua carreira gráfica em 1949, na Indústria Gráfica Niccolini, sob a orientação de Kurt Eppenstein, um dos dirigentes da empresa. Sua trajetória nesta gráfica ultrapassa 50 anos, iniciando como desenhista, diretor de arte e chegando a diretor técnico. De 1952 a 1999 criou os inovadores calendários da Niccolini, desenvolvendo a cada ano uma proposta visual diferente em que desafiava as fronteiras entre arte e técnica. Seu trabalho refletia um pleno conhecimento gráfico que abran-

gia um grande domínio técnico de todas as etapas da impressão e pré-impressão.

Foi um estudioso da cor, com experimentos cromáticos e conhecedor também de música. Colaborou com a Revista do IDEA (Instituto de Estudos Avançados da USP). Fez exposições individuais no MASP (1979), MAM/RJ (1984) e no Staalishes Museum, em Munique, Alemanha (1986).



Capa de Fred Jordan para o Boletim da Indústria Gráfica, em homenagem a Picasso, 1967.



Projeto Cor, calendário de 1990 para a Gráfica Niccolini, onde editou calendários de 1952 a 1989.



Faixa de Möblus, peça do projeto Cor, calendário Niccolini, 1961.



ABIGRAF

Logotipo da Abigraf, 1965



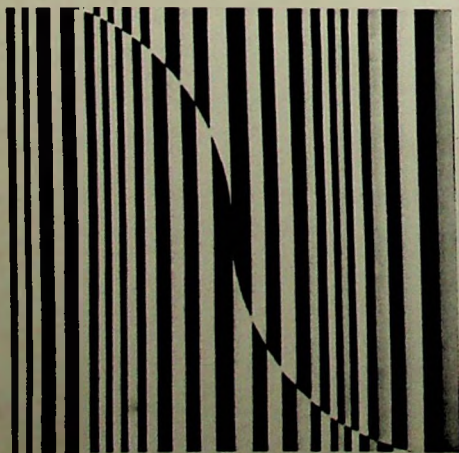
Geraldo de Barros

1923 - 1998 Xavantes - São Paulo

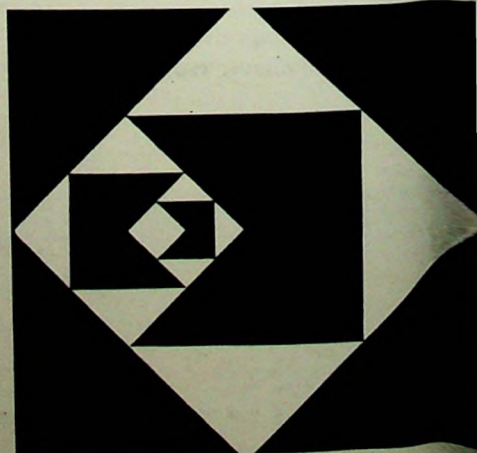
Artista plástico, designer de móveis, fotógrafo, economista e designer gráfico e Industrial

Iniciou-se nas artes plásticas estudando pintura com Clóvis Graciano, Colette Pujol e Yoshika Takaoka, entre 1945/47. Realizou pesquisas em fotografia a partir de 1946, freqüentando o Foto-Cine Clube Bandeirantes. Em 1947 fundou o "Grupo 15" com Ataíde de Barros, Antônio Carelli entre outros. Neste mesmo ano, integrou a Mostra "19 pintores", na Galeria Prestes Maia, ao lado de Maria Leontina, Charoux, Sacilotto e conheceu Waldemar Cordeiro. Em 1949 organizou o laboratório de fotografia do MASP onde, em 1951, expôs as "Fotoformas", fotografias de caráter abstrato, das quais foi precursor. Estudou litografia na Escola de Belas-Artes de Paris, como bolsista do governo francês, e gravura no ateliê de Stanley Hayter, em 1951. Foi professor de fotografia no curso de Desenho Industrial do IAC nesta época. Viajou para a Europa, conheceu a Escola de Ulm e fez contato com Max Bill e Otl Aicher, sendo convidado a lecionar nesta Escola.

Fundou o grupo "Ruptura" em 1952, juntamente com Waldemar Cordeiro. Participou das I, III, IX, XIV, XV e XVI Bienais de São Paulo, ganhou o prêmio aquisição e foi o responsável pelo setor de fotografias da II Bienal. Como designer gráfico realizou projetos premiados para cartazes em parceria com Alexandre Wollner: IV Centenário de São Paulo, Festival Internacional de Cinema e Revoada Internacional. Fundou a UNILABOR (união no trabalho), em 1954, uma cooperativa de trabalho para a produção de objetos e mobiliários que passassem do artesanato para a industrialização modulada. Em 1958 fundou com Alexandre Wollner e Ruben Martins o que pode ser considerado o primeiro escritório de design, o "Forminform". No final de 1964 fundou a Hobjeto com Aluisio Bione. Participou também da criação do Grupo Rex, liderado por Wesley Duke Lee, em 1966. Em paralelo à atividade artística, foi economista do Banco do Brasil, onde aposentou-se em 1960. Faleceu em São Paulo em 1998.



Função Diagonal, esmalte sobre kelmite, 1952.



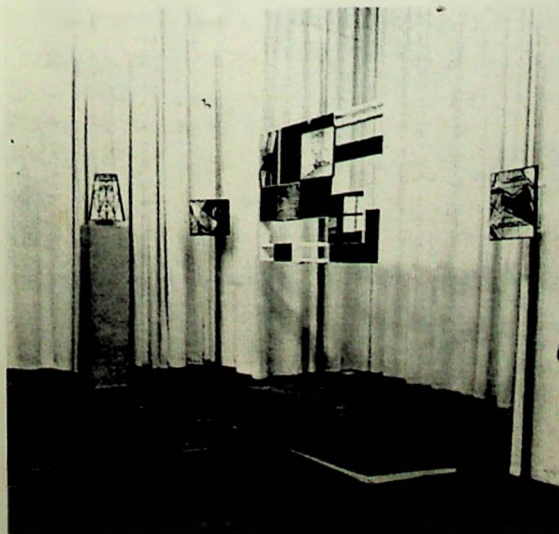
Objeto Forma, esmalte sobre suporte em poliuretano, 1953.



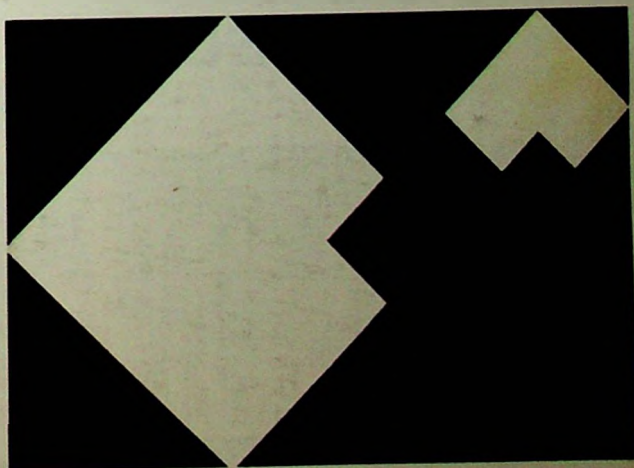
Cartaz em parceria com Alexandre Wollner para o Festival Internacional de Cinema do Brasil, 1954.



Cartaz para o IV Centenário de São Paulo, 1954.



Exposição Fotoforma no MASP, 1951.



Concreto, esmalte sobre eucatex, 1958.



Gustavo Goebel Weyne Rodrigues

1933 Fortaleza

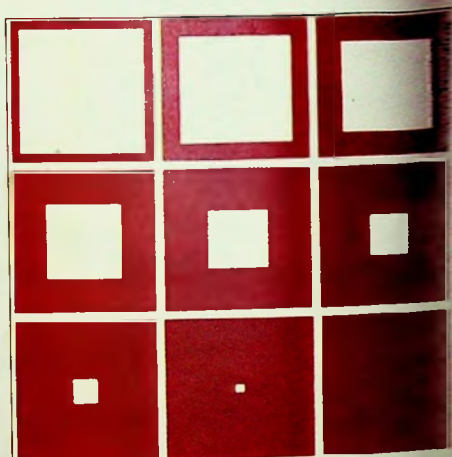
Artista plástico, designer de móveis, designer gráfico e professor

Cearense, autodidata e amigo de seu conterrâneo Aldemir Martins, Goebel Weyne, como

ficou conhecido, chegou em São Paulo em 1951 como bolsista do MAM e logo se entusiasmou pelo design.

Em 1953 trabalhou como diagramador da Revista Atualidades Odontológicas, editada por Fúlvio Abramo e participou das montagens das Bienais de São Paulo dos anos 50.

Ingressou na Escola Superior de Desenho Industrial no Rio de Janeiro em 1964 como professor na área de Comunicação Visual e permaneceu até a década de 90. Em 1968 foi premiado com o cartaz da 9ª Bienal de São Paulo. Trabalhou em parceria com Karl Heinz Bergmiller, realizando o projeto de Comunicação Visual para a indústria de móveis Escriba em São Paulo, a instalação do Instituto de Desenho Industrial (IDI) e da Bienal Internacional do Desenho Industrial.

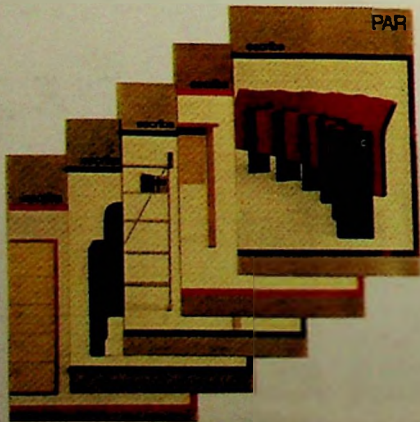


9. Bienal de S. Paulo

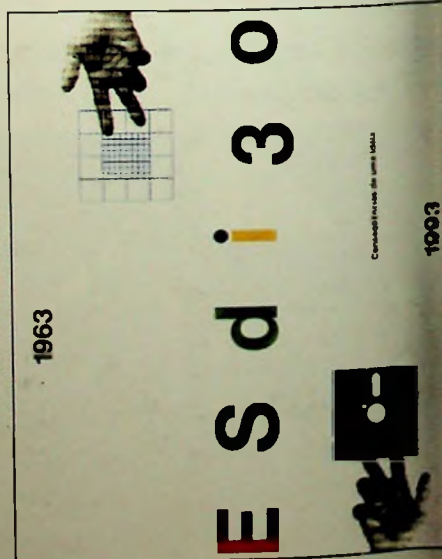
Cartaz da IX Bienal de São Paulo, 1967



escriba



Logomarca, catálogos para a empresa de mobiliário Escriba.



Cartaz para exposição comemorativa de 30 anos da ESDI, Rio de Janeiro, 1994.



Ruben de Freitas Martins

1929-1968 São Paulo - São Paulo

Pintor e designer

Autodidata e pintor, iniciou suas atividades artísticas na Bahia no início da década de 50, onde conheceu Caribé, Marcelo Grassman e Mário Cravo. Retornou para São Paulo em 1958 e trabalhou com Geraldo de Barros na Unilabor, como decorador e desenhista de móveis.

Em 1958 fundou com Alexandre Wollner, Geraldo de Barros e Walter Macedo (contato comercial) o que pode ser considerado o primeiro escritório de design "Forminform", integrando-se mais tarde Karl Heinz Bergmiller. Em fins de 59, adquiriu as partes dos sócios Wollner e Barros, que saíram da sociedade.

O "Forminform" representou um centro aglutinador e formador de designers, desenvolvendo projetos de identidade visual, design de produtos e design editorial. Faleceu em 1968 de câncer.



Marcas da Bozzano e Braspérola, de 1960.



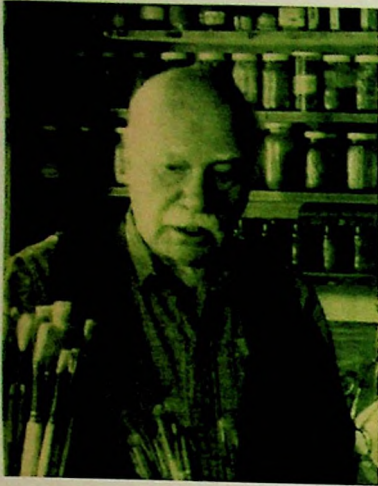
Marca da Cia. Interamericana de Metalúrgia, que sugere a forma de um cano; marca do Laboratório Proclenx, cuja idéia partiu de um frasco de laboratório; estudo da marca da Frlusa, de 1966, que contraria a idéia de que o design gráfico só passou a trabalhar em 3 dimensões a partir da década de 70.



Sacola com marca da Casa Almida & Irmãos, em que Ruben parte da tipografia para depois destruí-la, 1960.



Linha de embalagens criada para a Bozzano.



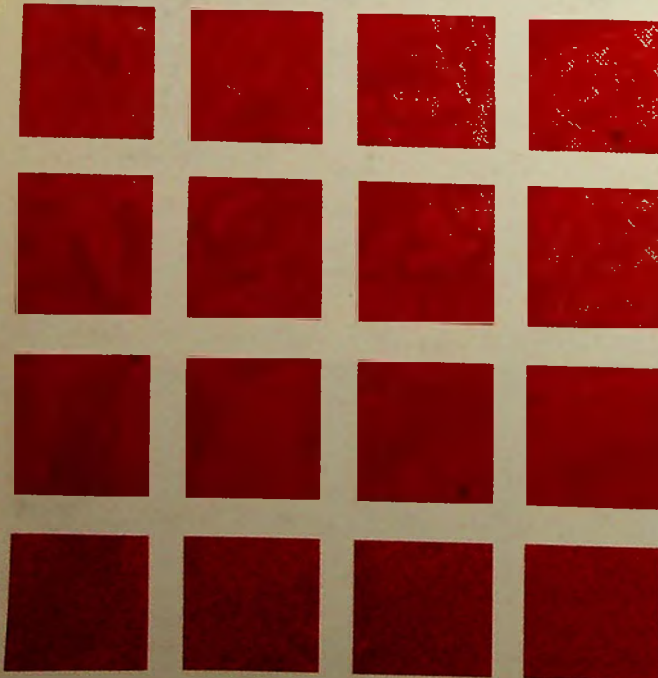
Hermelindo Fiaminghi

1920 São Paulo

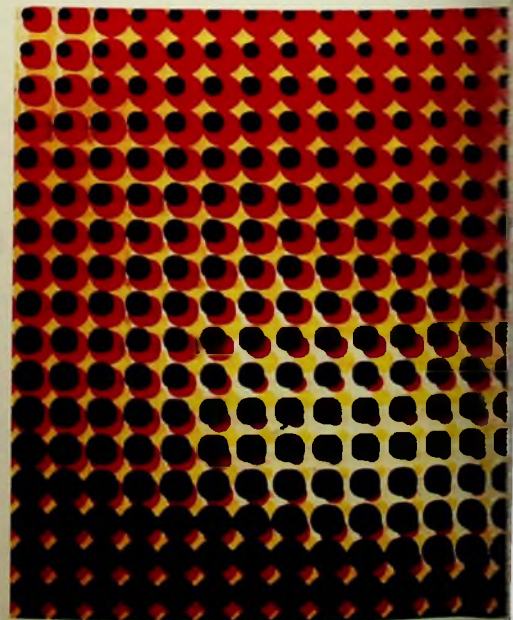
Pintor, diretor de arte e artista gráfico

Iniciou-se em artes gráficas na Companhia Melhoramentos de São Paulo em 1935 como cromista, aprendiz de litografia artesanal. No ano seguinte entrou para o curso geral de artes do Liceu de Artes e Ofícios, onde conheceu Lothar Charoux e, a partir de 1938, iniciou seus estudos com Waldemar da Costa, que lecionava geometria descritiva no Liceu e posteriormente história da arte e pintura em seu atelier. Em 1941 terminou o curso no Liceu e interrompeu a pintura, dedicando-se exclusivamente à litografia, abriu seu estúdio e trabalhou para várias empresas.

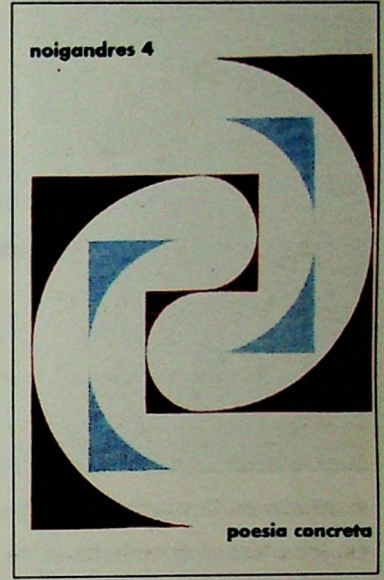
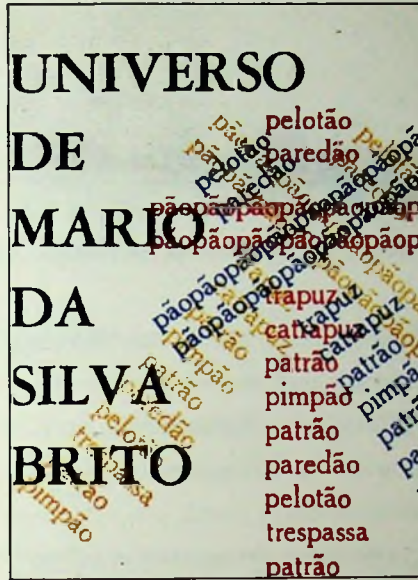
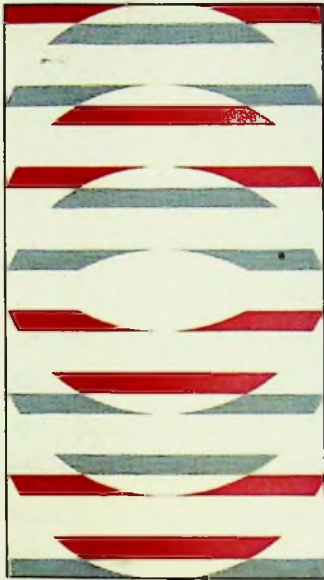
Em 1948 foi contratado pela agência de publicidade Lintas como diretor de arte, onde tinha como colegas Leopold Haar, designer e gravurista polonês que possuía um grande conhecimento do construtivismo russo. Leopold foi um dos professores da Escola de Desenho Industrial do IAC - MASP e convidou Fiaminghi para criar a capa do catálogo para a Escola de Propaganda do museu. Este seu trabalho é considerado concretista. Retornou à pintura em 1951, montando seu atelier em casa. Em 1955 participou da III Bienal, conheceu Lu



Desretrato de Haroldo de Campos, 1985. Foto montagem reticulada em duotone.

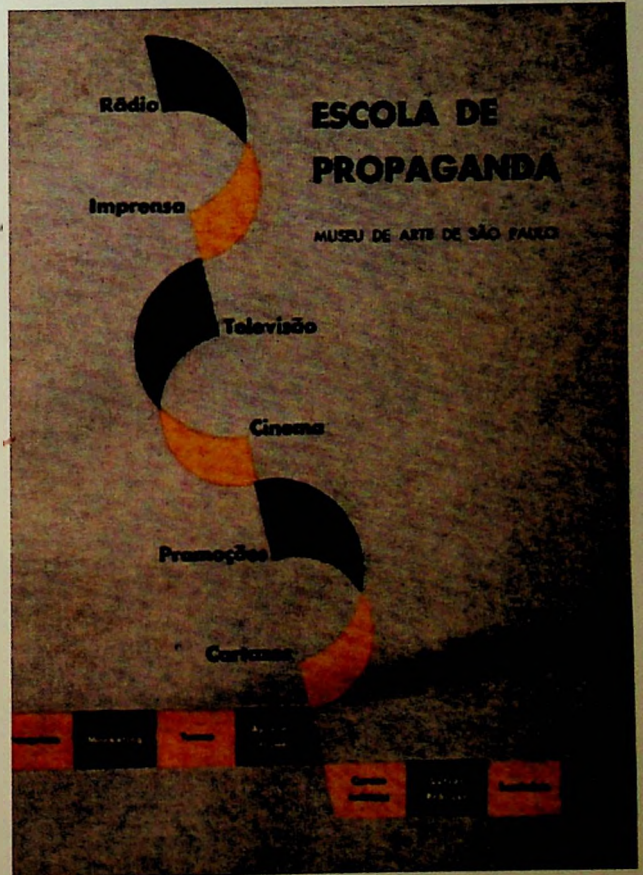


Reticula Corluz em litro-offset, fusão e difusão da cor por incidência de luz. Em 1966, a reticula transformou-se em estampa para tecidos, sob encomenda da Rhodia.



À esquerda: pintura de 1956, "Círculos concêntricos e alternados[11]". Ao centro: capa do livro Universo de Mário da Silva Brito, que recebeu o Prêmio Jabuti de melhor capa de livro, em 1962. Representa uma rosa dos ventos composta com linhas e colunas de palavras do poema "Canção Revolucionária". À direita: capa da revista Noigandres de poesia concreta, março de 1958.

Sacilotto, que o introduziu ao grupo dos concretistas e tornou-se um deles. Participou da Exposição Nacional de Arte Concreta. Em 1959 rompeu com Waldemar Cordeiro e passou a trabalhar como freelancer para agências e participou de diversas exposições. Projetando e produzindo os poemas-cartazes do grupo Noigandres, formado pelos poetas concretos Augusto de Campos e Décio Pignatari. Seu conhecimento gráfico fez com que integrasse as técnicas de impressão na linguagem artística, desenvolvendo trabalhos ópticos utilizando recursos de retícula, cor e luz. Participou das Bienais de São Paulo de 1957, 59, 61, 63 e dos cinco Salões Paulista de Arte Moderna. Como designer gráfico foi diretor de arte em várias agências de publicidade, colaborou nas principais indústrias gráficas de São Paulo, foi membro de associações de arte e design, criou e dirigiu o Ateliê Livre de São José dos Campos.



Capa de catálogo da Escola de Propaganda, 1951.



João Carlos Cauduro

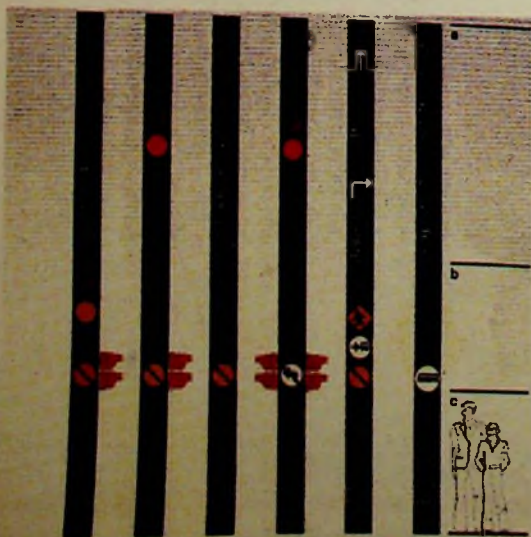
1935 São Paulo

Arquiteto, designer de produto, ambiental e gráfico

Formou-se em Arquitetura pela FAU-USP, em 1960. Fez curso de Desenho Industrial em Florença, com bolsa do governo italiano e estagiou em Ulm. De volta ao Brasil em 1963, trabalhou com Ruben Martins na Forminform, mas logo abriu seu escritório com Karl Heinz Bergmiller, projetando o mobiliário da cidade Universitária de São Paulo.

Em 1964 fundou o escritório de design Cauduro/Martino com Ludovico Martino, seu colega da faculdade, contando hoje com 37 anos de experiência em grandes projetos de identidade corporativa, sistemas de sinalização, arquitetura e urbanismo, arquitetura promocional e design de produtos, representando um dos maiores e mais atuantes escritórios de design no país. Professor do departamento de comunicação visual da FAU por 20 anos, foi responsável pela formação de inúmeros designers que lá estudaram e trabalharam em seu escritório.

Ao lado: sequência de Manuais de Identidade Visual criados pelo escritório Cauduro/Martino Arquitetos Associados. Abaixo: o projeto pioneiro de sinalização para a Av. Paulista, em 1974.





Ludovico Martino

1933 São Paulo

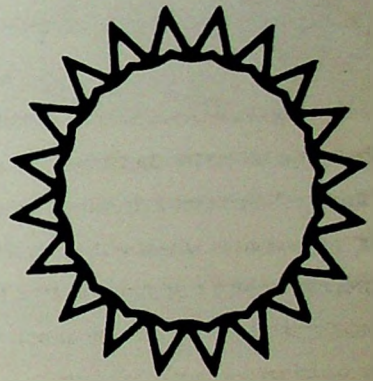
Arquiteto, designer de produto, ambiental e gráfico

Em 1951, foi um dos 25 selecionados para fazer o curso de desenho Industrial no IAC-MASP, onde conheceu os princípios do design.

Trabalhou no escritório de arquitetura Croce e Aflalo como desenhista técnico, desenvolvendo também marcas e trabalhos gráficos para os clientes desse escritório, de 1951 a 1962.

Em 1955, ingressou no curso de Arquitetura da FAU-USP, permanecendo por oito anos. Neste período, sua marca para a FAU foi premiada em concurso interno

Em 1964 associou-se a João Carlos Cauduro, com quem, no mesmo ano, começou a ministrar aulas no curso de Comunicação Visual da FAU. Ambos foram membros fundadores da ABDI - Associação Brasileira de Desenho industrial. Integrou o corpo de juri de diversos concursos, recebeu vários prêmios e possui projetos e artigos publicados no Brasil e no exterior.



Algumas das centenas de marcas criadas pelo escritório Cauduro/Martino Arquitetos Associados. Acima, uma das primeiras marcas criadas por Martino, o símbolo da FAU, em 1958.

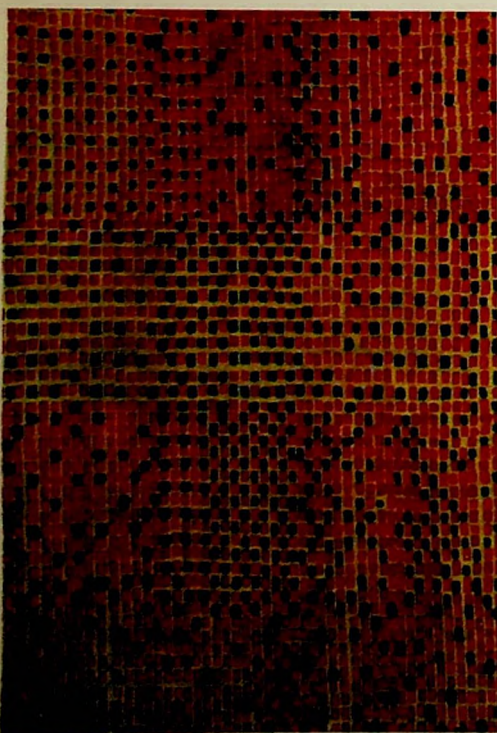


Maurício Nogueira Lima

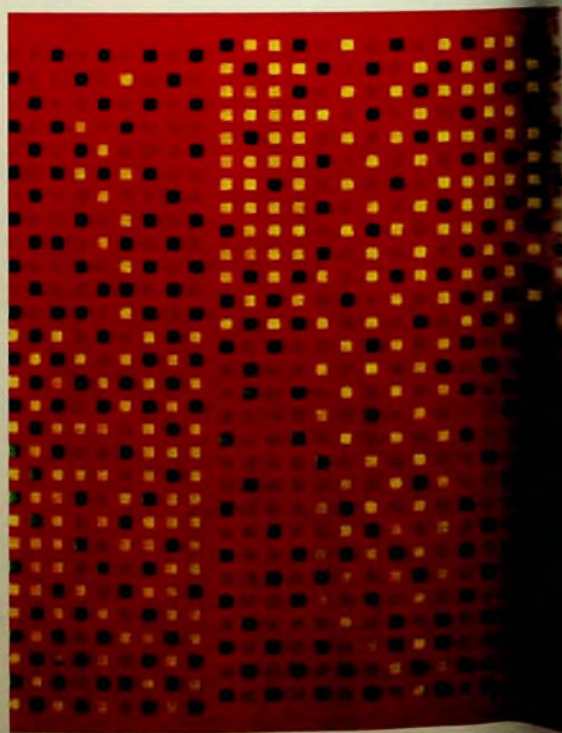
1930-1999 Recife - São Paulo

Artista plástico, pintor, designer gráfico, arquiteto e professor

Estudou artes plásticas no Instituto de Belas Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, fez cursos de desenho industrial e propaganda no IAC- MASP, entre 51 e 53, e se formou arquiteto em São Paulo. Como pintor participou da exposição Nacional de Arte Concreta em 56/57 e integrou-se ao grupo "Ruptura". Participou de várias exposições e recebeu premiações por seus trabalhos nas áreas de arquitetura, programação visual e pintura. Desenvolveu-se na área de programação visual e design gráfico, projetando feiras e estandes tais como Fenit, Salão da Criança, criou marcas, cartazes, capas de revistas e selos. Foi professor do departamento de Comunicação Visual da FAU- USP e de outras faculdades de São Paulo, continuando seu trabalho artístico e mantendo as características básicas de sua pintura, as estruturas seriadas e os efeitos óticos. Morreu em São Paulo em 1999.



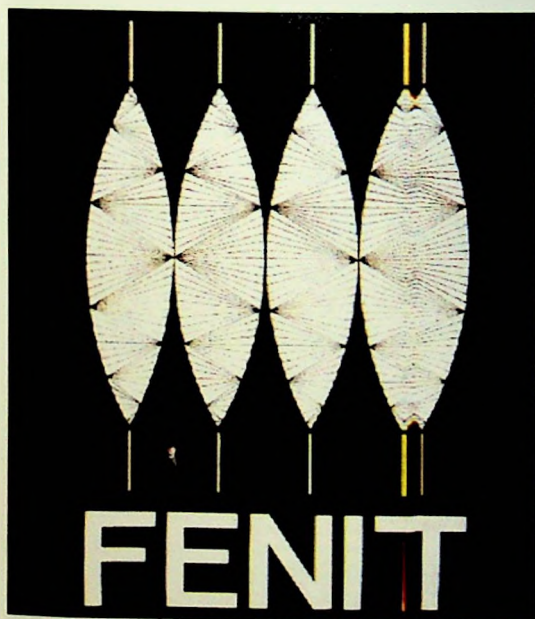
Reticula, óleo sobre tela, 1960, onde as cores são utilizadas somente no sentido estrutural, para separar formas.



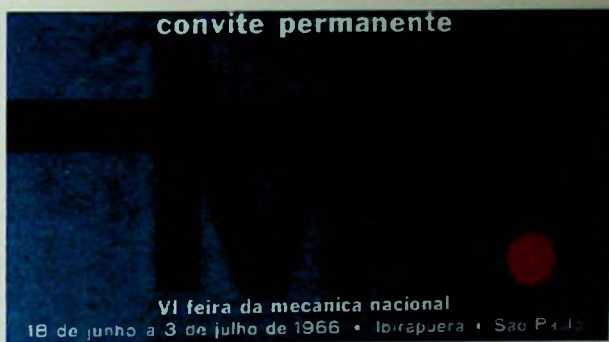
Sem título, óleo sobre tela, obra de 1962, em que a vibração das cores complementares, provoca uma reação pela qual a vista produz mais pontos.



Marcas criadas para as feiras de Utilidades Domésticas, 1959 e Fenit, 1958.



Convite para o Salão da Criança no Parque do Ibirapuera, marca que Maurício Nogueira Lima também criou.



Marca para a Feira Mecânica Nacional, 1966.



Cartaz premiado do 1º Salão Paulista de Arte Moderna, em 1951. Capa do catálogo.



Luiz Sacilotto

1924 Santo André

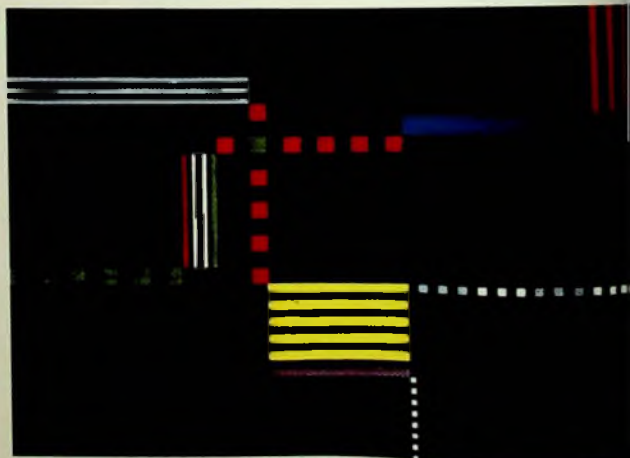
Pintor, escultor e desenhista-projetista

Estudou no Instituto Profissional Masculino, em São Paulo, sendo diplomado em "Pintura e Decoração" em 1941 e matriculou-se também na Escola Técnica Getúlio Vargas com o curso de "Mestre em Pintura", em 1943. Trabalhou como desenhista de letras de alta precisão na Hollerith do Brasil, de 1944 a 1946. A partir de 1946 começou a participar de exposições, juntamente com Waldemar Cordeiro, Lothar Charoux, Marcelo Grassmann, Octávio Araújo e Andreatini. Integrou as primeiras Bienais de São Paulo, de 1951 a 1965, com pinturas e esculturas.

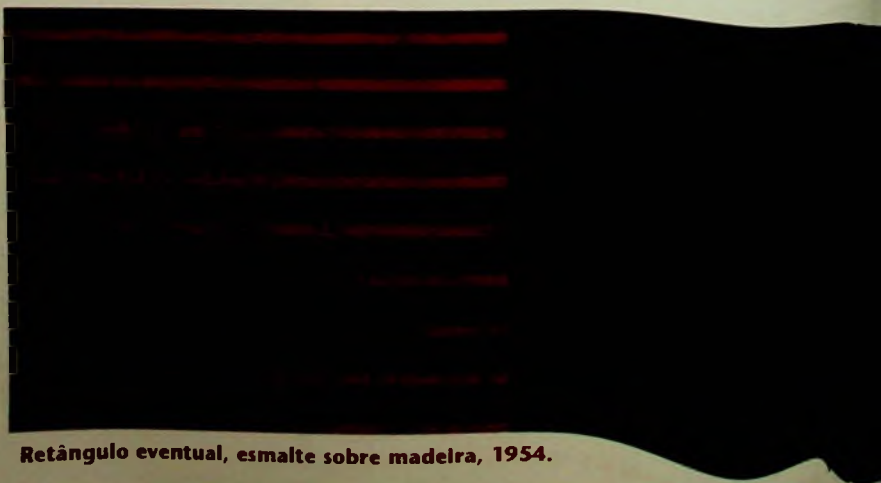
Data de 1946 seu contato com as obras abstrato-geométricas de Calder e Kandinsky, que influenciaram sua obra daí em diante. Em 1952 participou da 26ª Bienal de Veneza e assinou, nesse mesmo ano, o manifesto do "Grupo Ruptura".

De 1946 a 1977 trabalhou como desenhista-projetista em diversos escritórios de arquitetura, como o de Jacob Ruchti, Vilanova Artigas e Lauro da Costa Lima. Na Fichet&Schwartz-Hautmont projetou esquadrias metálicas por 10 anos. Após 1977 passou a se dedicar exclusivamente ao trabalho de ateliê.

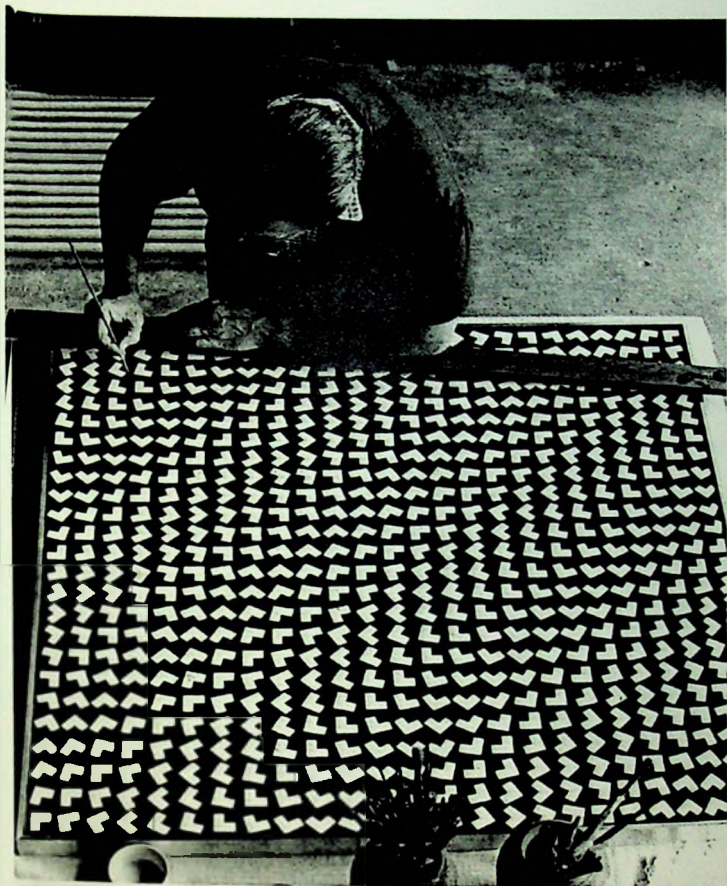
"Sacilotto, desde o início, é viga-mestra da arte concreta", segundo Waldemar Cordeiro, em texto de apresentação da Sala Especial com a qual o I Salão de Arte Contemporânea de Santo André homenageou Sacilotto em 1968.



Articulação complementária, esmalte sobre compensado, 1952, obra que evidencia uma influência de Piet Mondrian



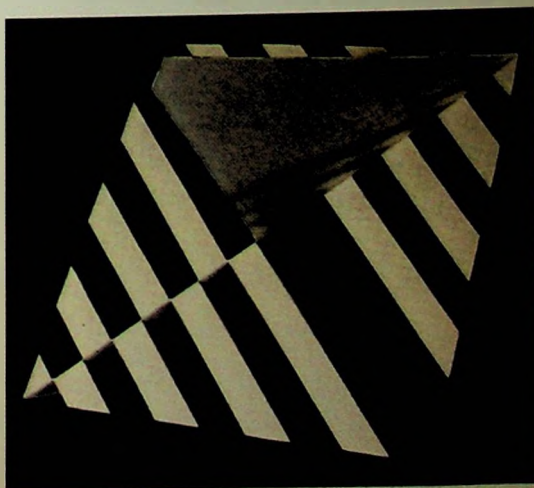
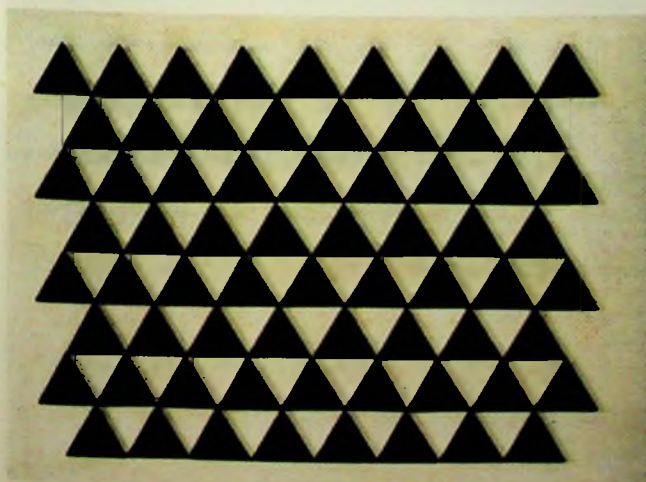
Retângulo eventual, esmalte sobre madeira, 1954.



Sacilotto trabalhando em uma de suas "Concreções".



Cartaz do Salão Paulista de Arte Moderna, Galeria Prestes Mala, 1956.



Concreção 5629, esmalte sobre alumínio de 1956 (à esquerda) e Concreção 6050, escultura em alumínio pintado de 1960, (à direita) fazem parte de uma série que realizou a partir de 1954, sendo precursor da *optical art*, em que focaliza o espaço real versus espaço virtual.



Waldemar Cordeiro

1925-1973 Roma - São Paulo

Pintor, artista visual, designer, crítico de arte, paisagista e professor

Pintor por formação e já tendo realizado uma exposição em Roma chegou em São Paulo em 1946, trabalhando como jornalista, produzindo críticas de arte e caricaturas para o jornal Diário Latino, publicado em italiano. Em 1949 fundou a filial do Art Club Internacional, promovendo intercâmbio cultural para o exterior e inaugurando a exposição deste Club, no MASP, com a participação de vários artistas brasileiros.

Considerado precursor da arte concreta no Brasil, foi crítico e teórico deste movimento, criando o Grupo "Ruptura" em 1952 e participando, em 56/57, da Exposição Nacional de Arte Concreta montada em São Paulo e no Rio. Participou de dez Bienais de São Paulo de 1951 a 1969, dos Salões Paulistas de Arte Moderna e realizou várias exposições individuais no Brasil e no exterior.

Em 1964 criou o Popconcreto, mixando o pop arte com a pintura concreta. A partir de então seu trabalho foi direcionado para uma intensa pesquisa dos meios tecnológicos, sendo um pioneiro da arte e tecnologia. Desenvolveu estudos em cibernética e teoria da comunicação e projetos com o uso de computador em 1968. Em 1971 organizou a exposição internacional de arte de computador "Arteônica".

Foi membro de associações técnicas e profissionais ligadas ao planejamento do desenho industrial, paisagismo e crítica de arte. Como professor na Universidade de Campinas, em 1972, dirigiu o Centro de Processamento de Imagens do Instituto de Artes. Faleceu em 1973.

corvita

terça-feira, 9 de dezembro de 1952, às 18,30 horas.

exposição do grupo abstracionista

r u p t u r a

choreaus cordeira de borras lajar haer saclette waldemar

MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO

r u p t u r a

choreaus - cordeira - de borras - lajar - haer - saclette - waldemar

a arte antiga foi grande, quando foi inteligente.
contudo, a nova inteligência não pode ser a de Leonardo.
a história deu um salto qualitativo.

não há mais continuidade!

o que cria termos novos de princípios velhos
então são distinguíveis.

o que cria termos novos de princípios novos
por que?

a notoriedade científica da renascença - a estrada para esse
sentir o mundo exterior (três dimensões) abriu um plano novo
dimensões) - ergueu a sua torreta histórica.

foi a crise **foi a renovação**

não a nova pode ser diferenciada
precisamente de velha, da mesma
maneira e velha por isso a mesma.

é o velho

- o hábito da variedade e hibridação do naturalismo;
- a mera exigência do naturalismo, isto é, o naturalismo "errado" dos abstratos do
luciano, dos "primitivos" dos expressionistas, dos surrealistas, etc. ...;
- a auto-figuratividade hedonista, produto do gosto gregário, que busca a sua satisfação
de prazer ou de desprazer.

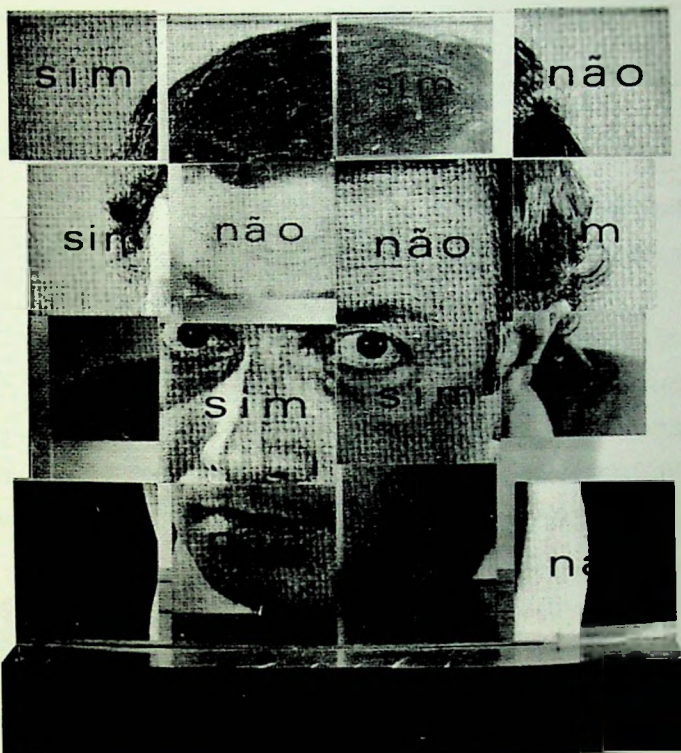
é o novo

- o espírito libertador que busca a emancipação humana;
- o olhar as possibilidades que incluem a descoberta dos valores essenciais do ser humano;
- o impulso crítico deturpado da polêmica chama o intelectual a de grande produção
dois de desenvolvimento prático;
- o caráter à arte seu lugar definitivo na questão do trabalho espiritual contemporâneo,
construindo-a um meio de conhecimento decisivo de si mesmo: liberdade e não de
opção, exigido para a sua justa combatimento prático.

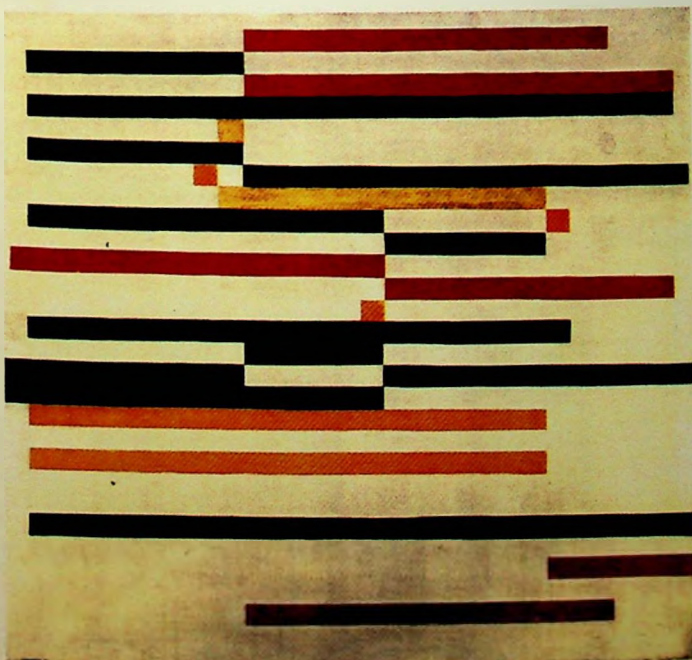
esta modernidade não é ignorância, não somos contra a ignorância.

Convite da exposição
Ruptura, MAM, 1952.

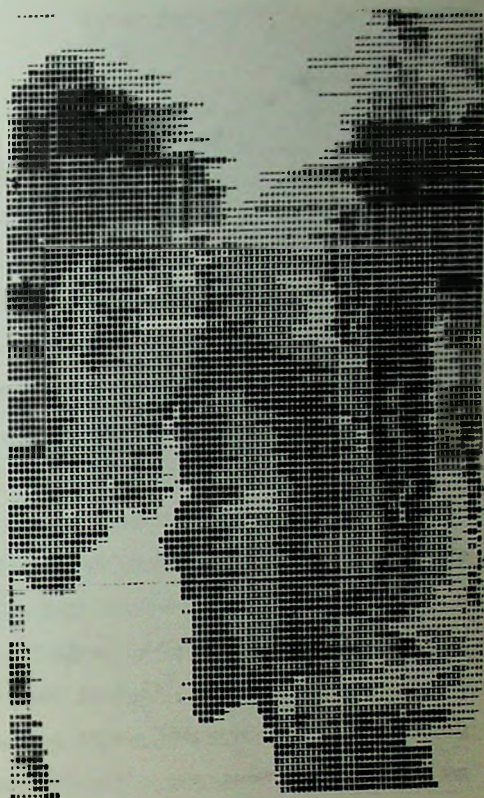
Manifesto Ruptura, lançado durante ex-
posição realizada no MAM, em 1952.



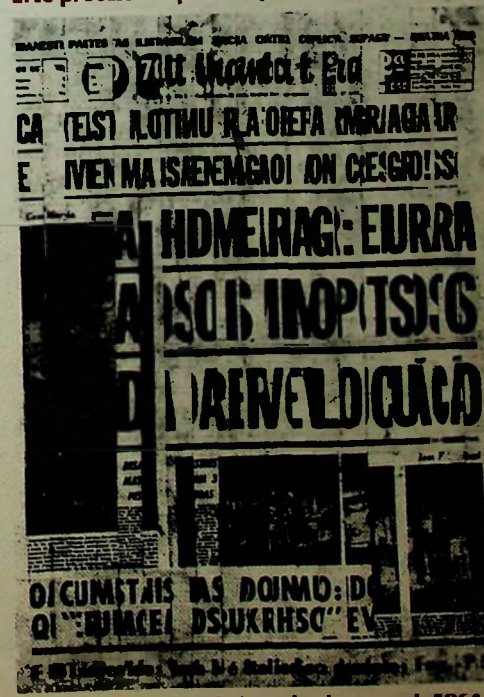
Auto retrato probabilístico. 1967. Montagem com fotos e palavras sobre chapa de acrílico.



Movimento, têmpera sobre tela, 1951



"Derivadas de uma imagem", realizado no computador digital IBM 360/44 da USP. Trabalho integrante da primeira exposição internacional de arte processada por computador, 1969.



"Jornal", colagem de jornal sobre papel, 1964



Hércules Barsotti

1914 São Paulo

Químico, artista plástico, designer gráfico e projetista têxtil

Iniciou seus estudos em desenho com Enrico Vic, em 1926, formou-se em Química em 1937 e trabalhou na área até 1939. A partir de 1940 dedicou-se à pintura e integrou-se ao movimento concretista em 1950. Participou das Bienais de São Paulo de 57, 59, 61 e 65.

Como designer gráfico foi sócio de Willlys de Castro, no estúdio de Projetos Gráficos, de 1954 a 1964, realizando catálogos, cartazes e marcas para empresas e instituições.

Participou da II e III Exposição de Arte Neo-concreta, no MEC-RJ, em 1960, e no MAM-SP, em 1961. Na década de 60 seus trabalhos aproxima-

maram-se da vertente *optical art*. Foi filiado à ABDI, projetou figurinos, criou ilustrações para várias revistas e trabalhou como projetista têxtil para sua própria tecelagem.

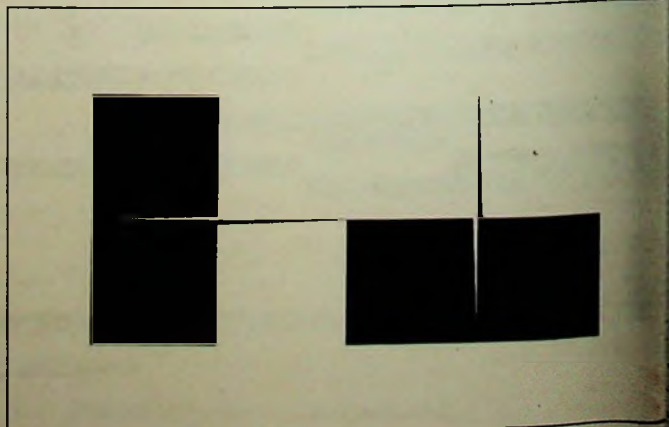
Participou da sala especial "Em busca da essência", na XI Bienal de São Paulo, em 1987. Vive e trabalha em São Paulo.



"Impulse Central", tinta acrílica-vinilica sobre tela, 1964



Folder para tintas Facil-it, criado em parceria com Willlys no escritório de Projetos Gráficos.



Sem título, nanquim sobre papel, 1959.

ENT

A história da década de 50 é relativamente recente e parte de seus protagonistas ainda está presente entre nós, e alguns mantêm-se atuantes até os dias de hoje.

Considerando que o objeto de nossa pesquisa, os designers gráficos, são esses protagonistas, e em função da pouca documentação organizada do período, principalmente na área de Comunicação Visual, definimos que a melhor forma de apreensão e conhecimento de nosso estudo se daria através de entrevistas com nossos designers, buscando extrair o material documental através de seus depoimentos.

RE

Primeiramente identificamos os designers – infelizmente quase metade da amostragem faleceu nos últimos anos – e mesmo compreendendo a importância de cada um, selecionamos aqueles que poderiam prestar melhor contribuição, devido à participação que tiveram nesse percurso histórico.

As questões formuladas para as entrevistas tiveram um enfoque temático e procuraram conhecer o processo de formação desses designers, quais são suas metodologias de trabalho e relações com os meios tecnológicos. Fizemos perguntas sobre seus conceitos, o que definem como design, quais fatores consideram importantes para a formação de um designer, seu posicionamento sobre a especialização ou o gene-

VIS

ralismo em termos de atuação, e quais mudanças verificam entre o design da década de 50 e hoje. Sempre terminávamos pedindo para que fizessem alguma consideração sobre o papel que desempenharam no desenvolvimento do design gráfico.

As entrevistas foram gravadas em vídeo, transcritas e editadas procurando deixar mais claro o conteúdo das respostas dos entrevistados, limpando às vezes frases inacabadas e vícios de expressões orais.

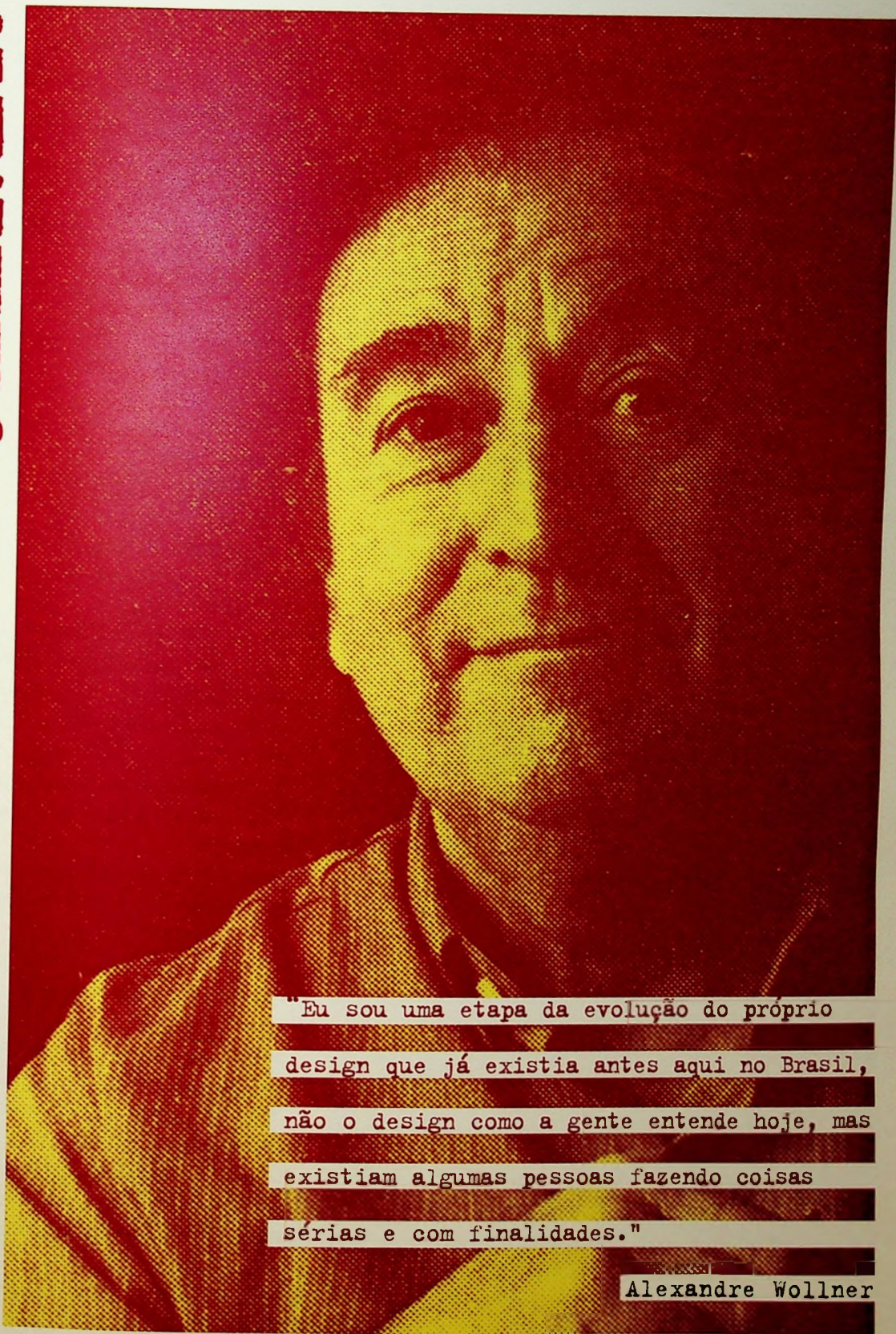
No vídeo, a câmera percorre lentamente o estúdio do designer revelando seu ambiente de trabalho. Retorna para ele, registrando suas expressões, enquanto responde às nossas perguntas. Volta para o es-

TAS

paço, detalha objetos do estúdio, fixa-se em uma obra enquanto deixa o artista à vontade, para que ele possa falar de maneira informal.

Os módulos das entrevistas foram editadas da seguinte forma: capa com retrato e citação do designer; perfil com dados biográficos de seus estudos, trabalhos, exposições e premiações; apresentação com comentários sobre seu percurso profissional; entrevista e a edição das obras que percorrem todas as páginas com legendas explicativas.

ALEXANDRE WOLLNER



"Eu sou uma etapa da evolução do próprio design que já existia antes aqui no Brasil, não o design como a gente entende hoje, mas existiam algumas pessoas fazendo coisas sérias e com finalidades."

Alexandre Wollner

designer visual, pintor, professor

Perfil

- 1928 Nasce em São Paulo.
- 1951/53 Frequenta o curso de desenho Industrial no Instituto de Arte Contemporânea, IAC- MASP.
- 1953 Recebe o prêmio Flávio de Carvalho, de jovem pintor revelação na 2ª Bienal de São Paulo.
- 1954/58 Ingressa na Hochschule für Gestaltung - Escola Superior da Forma de Ulm, Alemanha.
- 1955 Cartaz premiado da 3ª Bienal de São Paulo.
- 1957 Cartaz premiado da 4ª Bienal de São Paulo.
- 1958 Funda o escritório de design FORMINFORM, junto com Geraldo de Barros, Ruben Martins e Walter Macedo.
- 1960 Trabalha na agência de propaganda, Panam Casa de Amigos, com Décio Pignatari.
- 1961 Realiza o Curso Experimental de Tipografia com Aloisio Magalhães no MAM-RJ.
- 1962 Realiza o projeto gráfico para o jornal Correio da Manhã - RJ.
- 1962 Ganha o concurso para a marca da Varig.
- 1962 Início de seu escritório, Alexandre Wollner Comunicação Visual.
- 1962 Participa juntamente com Aloisio Magalhães, Karl H. Bergmiller, o arquiteto Maurício Roberto e o crítico de arte Flávio de Aquino, da definição estrutural e criação da primeira escola de design de nível superior no Brasil.
- 1963 Início das atividades da Escola Superior de Desenho Industrial do Rio de Janeiro - ESDI, e de sua participação como professor de Metodologia Visual e Desenvolvimento do Projeto.
- 1965 Representa o Brasil pelo MEC e ICSDI em Ulm, em grupo de trabalho sobre educação do Design.
- 1966 Convidado, entre outros designers, pelo Conselho Monetário Nacional e o Banco Central para a elaboração da nova moeda Brasileira.
- 1968 Membro integrante da criação do curso de design na faculdade de arquitetura da Universidade Mackenzie, em São Paulo.
- 1970-74 Presidente da ABDI - Associação Brasileira de Desenho Industrial.
- 1971 Trabalhos exibidos na Bienal Internacional de Artes Gráficas, Museo de la Tertúlia em Bogotá e Cali, Colômbia.
- 1973 Convidado do National Design Council do governo Canadense para estágio no Design Centre em Ottawa e curso de gerenciamento do Design na Universidade de Toronto.
- 1973 A convite de Arthur Pulos, ministra palestra sobre o atual ensino do desenho industrial no Brasil na Universidade de Syracuse, EUA.
- 1973 Convidado pelo governo mexicano para estágio no Centro de Design do Instituto Mexicano de Comércio Exterior.
- 1980 Consultor da SAO, divisão de design da agência DPZ.
- 1990 Funda a Wollner/Made in Brasil, escritório de design associado a Washington Olivetto na W/Brasil.
- 1996 Participa do Congresso Panamericano de Design Gráfico a convite da Escola Panamericana de Arte em São Paulo.
- 1997 Participa em fórum sobre programas de identidade visual em Rotis, Alemanha.
- 1997 A convite de Wolfgang Weingart, ministra palestra sobre design e tipografia em Basel.
- 1998 Homenagem da ADG - Associação dos Designers Gráficos a seus 70 anos do designer, Museu da Imagem e do Som, MIS, SP.
- 1999 Convidado a dar aula inaugural na Escola de design da Basileia, Suíça, para o curso de pós-graduação em tipografia, a convite de Wolfgang Weingart.
- 1999 Exposição "Criatividade e Conseqüência" de logogramas. galeria SENAC - SP.



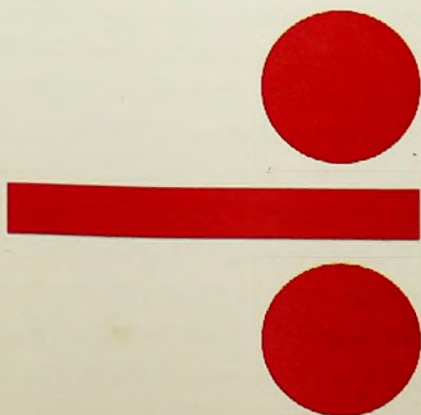
Wollner, à esquerda, em reuniões na ESDI, em 1961



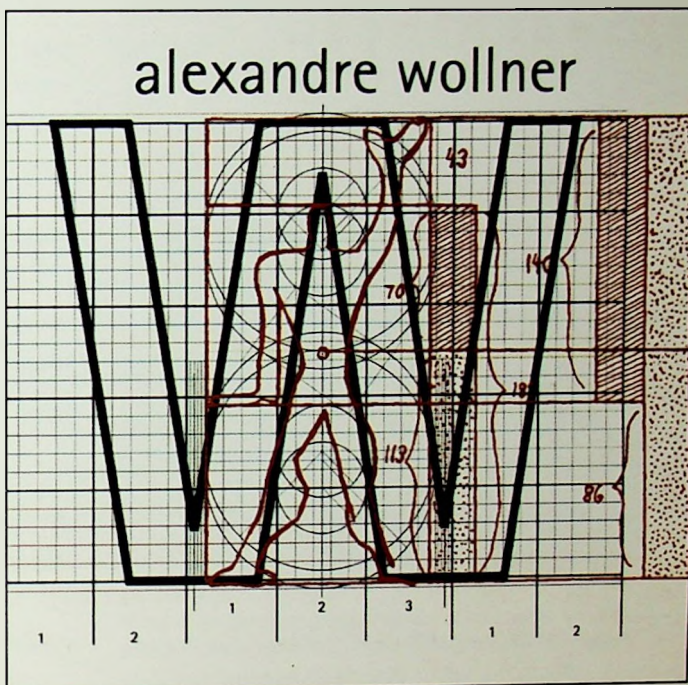
Ultragaz (1977)



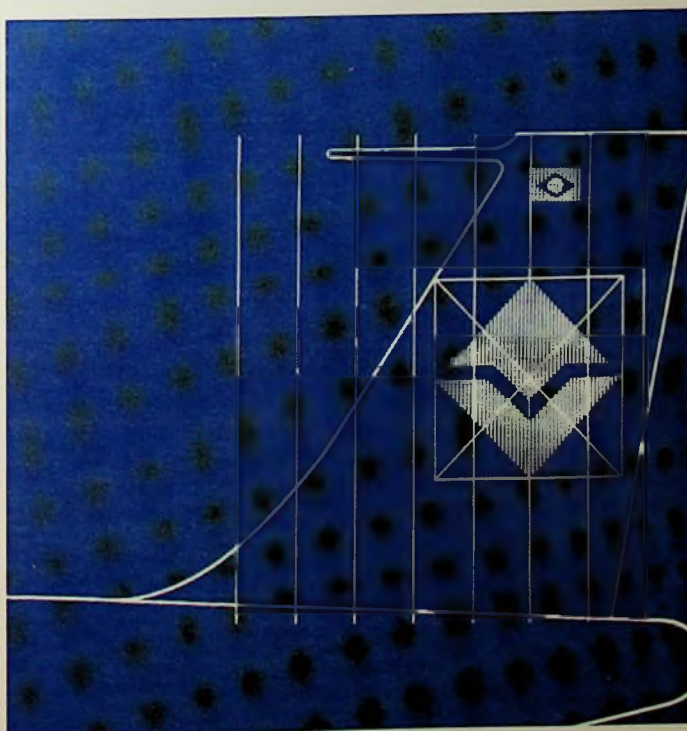
Fencia (1975)



Cinemateca Brasileira (1954)

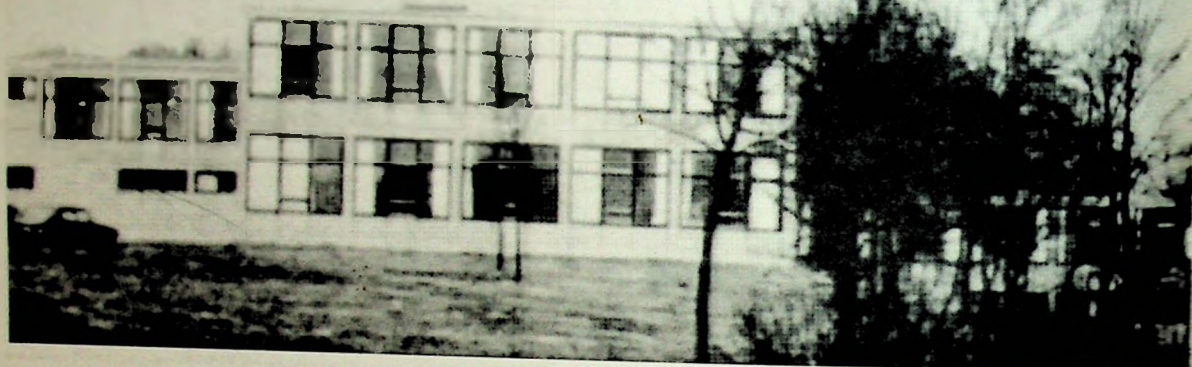


Logograma de Alexandre Wollner, capa de sua exposição "Criatividade e Consequência" realizada no SENAC- SP em agosto de 1999.



Marca vencedora do concurso realizado pela Varig em 1962, o segundo lugar ficou para Aloísio Magalhães.

apresentação



A Escola Superior da Forma, Hochschule für Gestaltung de Ulm, na Alemanha

Alexandre Wollner me recebeu em seu estúdio num anexo de sua casa, no bairro do Butantã em São Paulo.

Num amplo espaço, com muitos livros e uma mesa com um microcomputador Macintosh, Wollner trabalha atualmente sozinho, com a assistência de seu filho Milan, após ter participado de várias parcerias em escritórios de design e agências de publicidade, associando-se a designers como Geraldo de Barros, Ruben Martins, Décio Pignatari, Hermelindo Fiaminghi e aos publicitários Petit, Zaragoza e Washington Olivetto.

Aos 72 anos, mostra-se muito ativo e prefere hoje trabalhar com a Designo, nome de seu escritório, com uma estrutura solo e associando-se a outros designers quando necessário.

Apesar de minhas perguntas terem um caráter conceitual, procurando saber sobre o que o designer pensa, a entrevista com Wollner foi pontuada por relatos de seu percurso como designer e suas experiências profissionais.

IAC, Concretismo e Max Bill

Sua trajetória inicia-se no IAC - Instituto de Arte Contemporânea do Masp em 1951, onde juntamente com outros estudantes pretendentes a artista recebe os primeiros ensinamentos sobre uma nova disciplina artística, o desenho industrial. A década estava começando e os novos tempos do pós-guerra traziam o intercâmbio cultural, o desenvol-

vimento técnico e industrial e as novas tendências artísticas.

O Masp era mais que um museu, era um centro cultural propondo o intercâmbio de idéias e a multidisciplinaridade entre a arte, a ciência e a tecnologia. No mesmo prédio onde funcionava o Masp, na rua 7 de setembro, havia também o Museu de Arte Moderna-MAM onde a Cinemateca de São Paulo se implantou e com grande repercussão passavam filmes e festivais de cinema.

Neste período, surge a figura do artista concretista arquiteto e designer Max Bill, que irá influenciar de modo radical o pensamento dos artistas que buscavam na forma a sua expressão.

O jovem Alexandre, que se iniciava nos conhecimentos culturais e artísticos, estava no lugar onde tudo acontecia, e ao participar da montagem da exposição de Max Bill, a convite de P. M. Bardi, ele nem imaginava que se tornaria um elo importante entre Brasil e Alemanha, a arte e a tecnologia.

Pouca Pintura e muita gráfica

Wollner teve uma curta passagem pelas artes plásticas, iniciando-se autodidaticamente em desenho, depois em gravura e desenvolveu a pintura neste período no IAC com os concretistas.

Geraldo de Barros, artista, fotógrafo e designer teve um papel importante em sua carreira, "foi um guru espi-

ritual e prático para mim, ele que me ensinou a pintura e me deu mais ou menos um certo caminho para as artes gráficas. Ele fazia cartazes, fez o do Quarto Centenário e me chamou para fazermos juntos o do Festival Internacional de Cinema, o Revoada e a partir daí criamos vários cartazes juntos".

Recém chegado de uma bolsa de estudos em Paris, Geraldo havia estado na cidade de Ulm, na Alemanha e conheceu a experiência de Otl Aicher, professor de Comunicação Visual na Escola que se tornaria em poucos anos a Escola da Forma. E se entusiasmou muito por este projeto.

Um missionário em Ulm

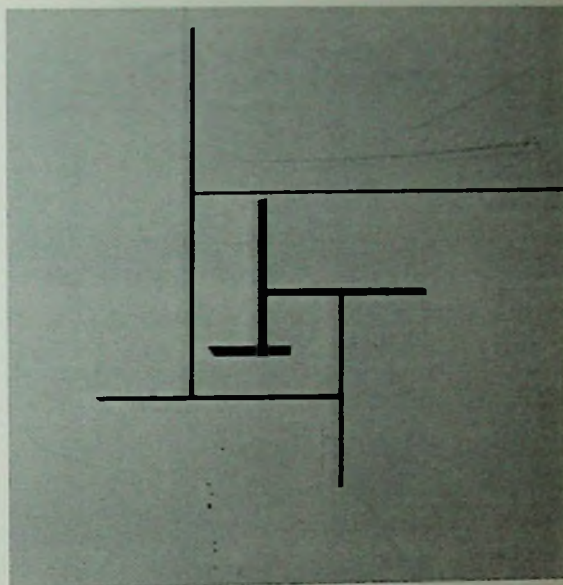
Wollner foi para a Hochschule für Gestaltung - Escola Superior da Forma de Ulm em 1954, pelas mãos de Geraldo de Barros. Este foi convidado a ser aluno da escola pelo próprio Max Bill. Impossibilitado de ir por motivos familiares, Geraldo propõe ao amigo e sócio em alguns trabalhos gráficos, que vá em seu lugar. Após ser submetido à entrevista com Max Bill e serem avaliados seus trabalhos na Alemanha, Wollner é aceito.

Seu primeiro período em Ulm foi de muito esforço, pois recebia poucos recursos para se manter. Porém a visita de Niomar Muniz Sodré, diretora do Museu de Arte Moderna -RJ a Ulm, trouxe um fator de mudança à sua permanência. Niomar conseguiu-lhe uma bolsa de estudos do Capes em troca do compromisso de Wollner ao retornar ao Brasil, montar uma escola de design no Rio de Janeiro nos moldes de Ulm.

Este compromisso foi assumido também pelos professores da escola, Otl Aicher, Max Bill e principalmente Tomás Maldonado que orientaram Wollner para esta missão que foi totalmente cumprida quando este retornou ao Brasil.

Havia também um outro compromisso assumido por Wollner com Geraldo de Barros. Ao retornar, deveria abrir um estúdio de Comunicação Visual em sua parceria e compartilhar os conhecimentos adquiridos em Ulm.

Desta forma Alexandre possuía objetivos muito claros em sua formação, ele não estava lá simplesmente para estudar com grandes mestres e aplicar estes conhecimentos para si. Ele foi orientado com muito rigor e seriedade para dar continuidade ao processo que estava recebendo e di-



Uma das poucas pinturas de Alexandre Wollner. Obra sem título, esmalte sobre duratex, 1957. Coleção Adolpho Leirner.



Da esquerda para a direita: Carmen Portinho, Mark Berkowitz, Aloísio Magalhães, Alexandre Wollner e Goebel Wayne, reunidos no MAM-RJ em 1962, discutindo a criação da escola de desenho Industrial, que viria a ser a futura ESDI.



Logomarca e processo construtivo para Info Globo.

fundir a ideologia de Ulm, que por sua vez era a continuidade da Bauhaus.

Um exemplo de instrução que havia, era de que os alunos não fizessem pintura dentro da escola, pois para Max Bill: "o designer não é um artista, ele deve saber que ele tem uma outra função a seguir e deve se envolver mais com a tecnologia".

Diante deste dogma, Wollner rompe definitivamente com a pintura e resolve seguir unicamente o que um dia se chamaria design.

ORMINFORM, o primeiro escritório de design

Wollner funda com Geraldo, Ruben Martins e Walter Macedo, o "FORMINFORM" considerado o primeiro escritório de design no Brasil, formado por comunicadores visuais, em 1958. Os primeiros trabalhos realizados pelos quatro sócios foram as identidades visuais para as empresas Equipesca e Argos. O escritório em pouco tempo se tornou um ponto de encontro e debates entre artistas e designers da época. Em 59, Bergmiller se associou ao grupo.

Conflitos entre design e publicidade

Depois de dois anos de experiência com o escritório, Wollner percebeu os primeiros problemas do design com a publicidade, e resolveu sair da sociedade: "o contato com o cliente vinha da área de publicidade, o Walter que fazia o contato. Mas nós, os designers, que tínhamos que explicar ao cliente o procedimento do design, e isto ficava muito pesado, pois nosso trabalho era na prancheta e não com o cliente." Além de que era difícil sobreviver de design naqueles tempos.

A partir daí, Wollner passa por algumas empresas: a Panam Casa de Amigos, com Décio Pignatari; a galeria

Sistina; o jornal Correio da Manhã e abre seu escritório em 1962, e por 16 anos trabalha com grandes projetos e também com empresas estatais.

De 1980 a 1993 segue-se o período em que Wollner se associa a grandes agências de publicidade, DPZ e W/Brasil, para criar escritórios de design que prestassem serviços aos clientes da agência.

E aí retornaram os conflitos, entre o design e o merchandising. A grande questão que surgia sempre é que a publicidade trata de mensagens efêmeras a um alto custo, além do que o publicitário não tem nenhum compromisso com o produto que está lidando, ele pode maquiagem a geladeira e vendê-la com um supersônico da cozinha, por exemplo.

O design não, ele trabalha com formas duradouras e o investimento na pesquisa, no projeto e a aplicação da comunicação visual de uma empresa é muito caro, e deve ter um tempo de permanência bastante extenso.

Porém os clientes de uma agência não dão valor ao design, acham que é simplesmente uma ferramenta de marketing, o merchandising.

Em 1993, Wollner resolveu de forma definitiva abandonar estas questões, retornar ao seu escritório e atender seus clientes diretamente e com seus métodos próprios, sem intermediações.

Uma metodologia projetual

As características construtivistas de sua formação aliada à cultura do pensamento alemão, definiram sua metodologia projetual. Seus projetos caracterizam-se pelo domínio técnico de suas formas altamente planejadas, a partir de estudos e análises dos elementos visuais e comunicacionais que integram suas criações, sejam logogramas, sistemas de sinalização, embalagens ou editorial.

E apesar de Wollner pretender colocar uma pitada de intuição, espiritualidade e informalismo no seu método de criação, ele demonstra um extremo controle nas etapas do desenvolvimento de seus projetos. E de tal forma são planejados, que estes projetos podem ser detalhadamente explicados e estruturalmente decompostos, quase que didaticamente.

Sem permitir vazão alguma ao subjetivismo, seu objetivo é transformar a forma em conteúdo.

uma forma matematicamente construída

Primeiramente podemos notar que as imagens criadas nos trabalhos de Wollner baseiam-se, principalmente, em figuras geométricas, com ângulos e linhas retas. Os círculos e linhas curvas também são utilizadas, porém seguindo o padrão geométrico.

Sua concepção espacial privilegia sempre a forma sobre o fundo, compondo com extremo rigor matemático cada espaço; o vazio e o conteúdo, o dentro e o fora, buscando uma harmonia entre os elementos.

Esta precisão formal, ao contrário do que pode sugerir tal controle, não permanece estática, mas sim sugere um movimento que intencionalmente é formado pela dinâmica criada entre os elementos compositivos.

Wollner explora a assimetria, uma letra vazada num trapézio, uma forma sugestivamente recortada ou um traço propendido.

A cor na maioria das suas marcas não tem propriamente um significado proposto, pois em geral todas tem uma única cor: vermelho puro, tons de azuis ou verdes. Porém a maioria funciona muito bem no preto.

Uma larga experiência profissional

Sua maior especialização são programas de grande extensão de identidade visual para empresas, atingindo todas as necessidades de aplicações e usos da marca, da papelaria aos impressos e comunicativos, sinalização externa e interna, frotas, uniformes, etc.

De 58 a 2000, Wollner criou inúmeras marcas para algumas das principais empresas do Brasil. No catálogo da *DESIGNO*, apresenta uma significativa amostragem de sua criação.



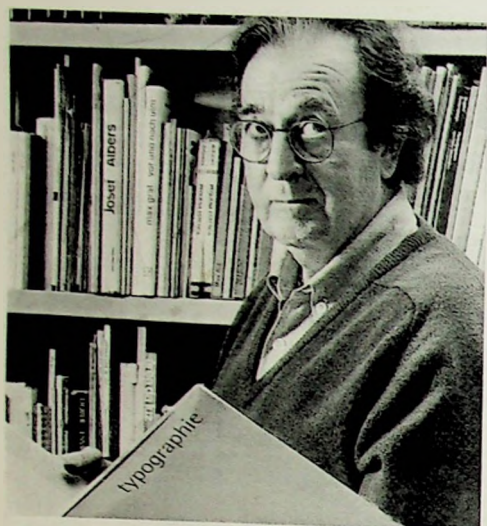
Capa de catálogo realizado por Wollner em seu período de permanência na Alemanha, em 1956.

Testemunha e protagonista

Wollner teve o privilégio de se formar em duas escolas com alta qualidade de ensino e conceitos inovadores. Teve ainda a possibilidade de poder se dedicar à sua formação de designer por quase oito anos, entre 1951 e 58. Recebendo os conhecimentos desta nova disciplina projetual, o design, diretamente da fonte, Alemanha, orientado por artistas, intelectuais e designers internacionais, onde estes conceitos foram formulados. E ao retornar, exerceu o papel de difusor desses conceitos.

Sua experiência o coloca em papel de destaque entre os designers da década de 50, pela sua sólida base teórica, seu conhecimento técnico, sua larga experiência profissional e pelo seu trabalho pioneiro em implantar o primeiro escritório e a primeira escola superior de design brasileiros.

Foi testemunha e ao mesmo tempo protagonista de um novo conceito do fazer artístico, com forma e função.



entrevista

“Eu percebi que com a pintura por exemplo eu só falaria com cem pessoas a cada três meses que eu fizesse uma exposição, e o jornal noticiaria dez linhas sobre mim que está inaugurando uma exposição etc.

A minha intenção não era falar com cem pessoas, era falar com um milhão, dez milhões de pessoas. E a maneira mais fácil de falar com cem milhões de pessoas era o design.

Sua trajetória sempre foi pautada pelo rigor de uma metodologia do design, criando sistemas de identidade visual, programação visual, design editorial, design de produto. Você acha que o designer deve ser um especialista ou deve responder por todas as áreas de comunicação?

É claro que não existe assim um especialista em alguma coisa. Você pode ser um joalheiro, ser especialista em jóias, mas no design é preciso ter um conhecimento muito mais amplo. É preciso saber das experiências que estão acontecendo em várias áreas, tanto na cultural como na tecnológica.

O designer precisa se preparar de maneira que ele possa assimilar todas as tecnologias e ter conhecimento cultural. Como experiência pessoal, é importante conhecer pelo menos literatura. Na formação da escola aprendemos vários conhecimentos, o ensino do design é multi-disciplinar. Na Alemanha, naquele tempo, em 1954, nós aprendemos até física quântica e informática. Nós precisamos conhecer tudo isso mesmo sem ter especialização nestes conhecimentos.

Tem algumas coisas que só adquirimos com a experiência. E assim acontece, se eu tenho que fazer uma colher, eu tenho que saber como se fabrica essa colher,

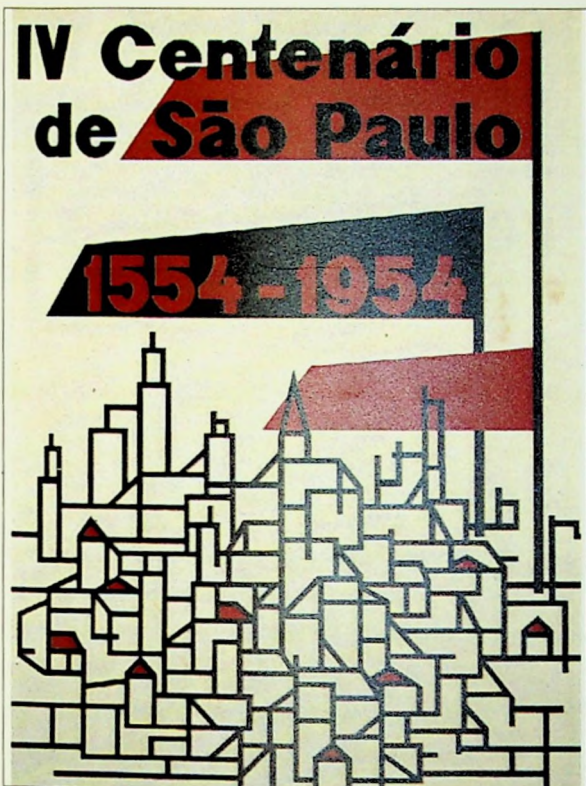
quem fabrica, que tipo de materiais existem à disposição, que tipo de indústria faz isso. Eu não sou um especialista em faqueiro, mas eu sei o que é um faqueiro. Eu vou enfrentar esse problema, tenho que aprender qual é a tecnologia de fabricação esse faqueiro, quais são as possibilidades que existem para dar assessoria à minha criatividade. Eu trabalho também com criatividade. Mas eu também não sou um especialista em criatividade, mas sei como é que funciona o esquema de criatividade por certas experiências e o que aprendi durante toda a minha vida nesse sentido.

Então, você é mais generalista que especialista.

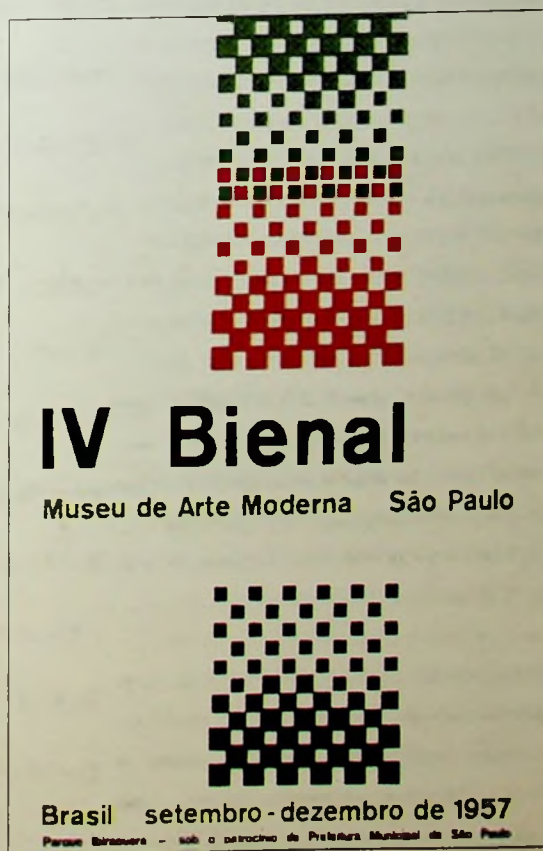
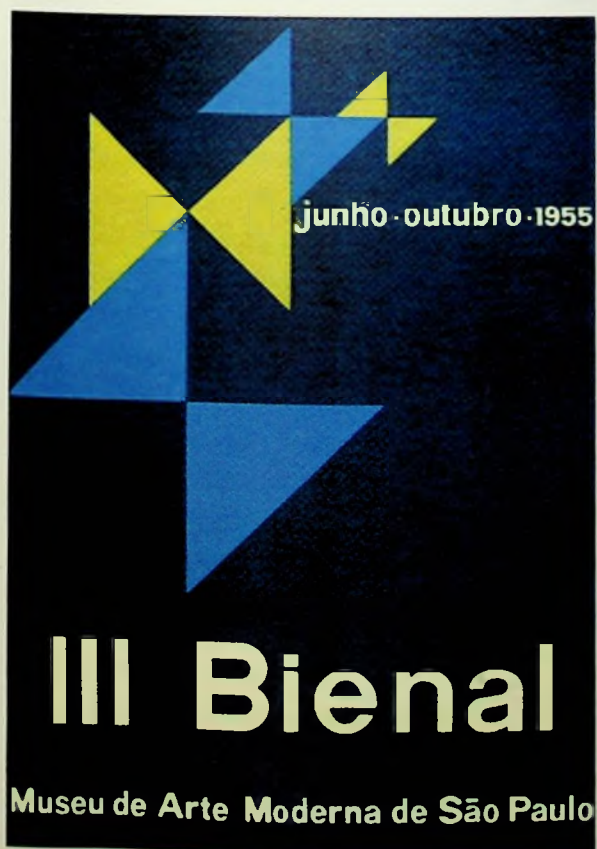
Como você se posiciona como designer gráfico? O que determinou a sua escolha por essa profissão?

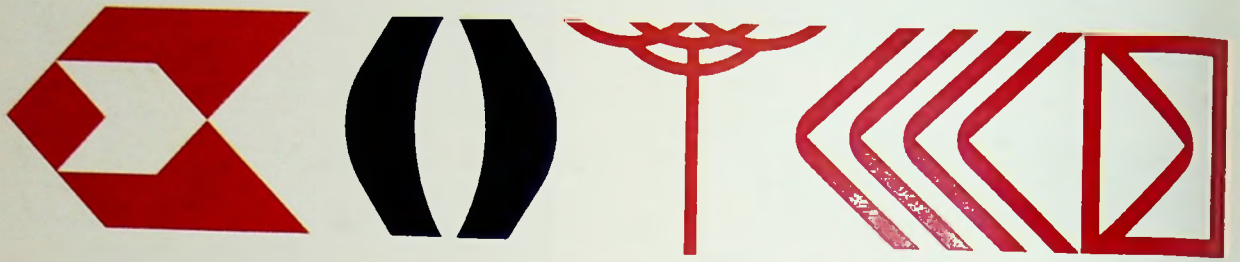
Essa é uma história mais ou menos longa. A minha preparação foi de artista, eu me interessava muito pelo desenho, depois me interessei muito pela gravura e depois aprendi a pintura. Na pintura até participei do grupo de arte concreta nos anos 50.

Quando eu fui aceito para freqüentar a escola de ULM, eu percebi que com a pintura, por exemplo, eu só falaria com cem pessoas a cada três meses, e se eu fizesse uma exposição, o jornal noticiaria dez linhas



Acima: cartazes feitos em parceria com Geraldo de Barros, em 1954.
 Abaixo: cartazes premiados da III e IV Bienal de São Paulo.





Cofap (1971), Optema (1990), Papel e Celulose Catarinense (1969), Celucat (1986)

sobre mim "que está inaugurando uma exposição etc". E a minha intenção não era falar com cem pessoas, era falar com um milhão, dez milhões de pessoas. E a maneira mais fácil de falar com cem milhões de pessoas é com o design. Quer dizer, não é falar com cem milhões, você está fazendo alguma coisa com um grupo maior que cem pessoas.

Na escola de ULM, fomos orientados a não fazer pintura dentro da escola, ao contrário do Almir Mavignier que continuava a pintar. E em ULM percebi que como designer eu teria um outro tipo de função, porque o designer não é artista, ele tem todos os componentes de um artista e seus problemas são praticamente idênticos aos de um pintor, porque cada quadro que eu fazia eu tinha que pensar, elaborar, estruturar, produzir, ver os materiais, etc, e o designer faz a mesma coisa. Só que eu falo com muito mais pessoas com o meu design, mesmo que não saibam quem eu sou, eu estou participando da comunidade. Isso para mim foi muito importante nessa decisão de largar a pintura e me enfiar somente no design.

Você esteve ligado a projetos com grandes indústrias nacionais e multinacionais, instituições públicas como a Argos, Eucatex, Ultragás, Banco Itaú, Laboratório Aché, Ferragens Brasil.

Para ser designer é preciso ter um comportamento definido.

Não é preciso ser político ou um grande agente financeiro, mas é preciso ter um comportamento. E esse comportamento precisa ser adequado com o tipo de profissão que você escolheu dentro do mercado.

Além de todo o envolvimento com a criação da Escola Superior de Desenho Industrial, a ESDI, e da presidência da ABDI - Associação Brasileira de Desenho Industrial, para fazer design é necessário ser político, ter consciência social e cultural?

Para ser designer é preciso ter um comportamento definido. Não é preciso ser político ou um grande agente financeiro, mas é preciso ter um comportamento. E esse comportamento precisa ser adequado com o tipo de profissão que você escolheu dentro do mercado. Você falou das empresas que eu trabalhei, que são mais ou menos grandes. Eu fui acionado por elas não porque eu fazia propaganda mas sim porque espalharam um tipo de comportamento que eu tenho diante de certas empresas. A primeira grande empresa que eu trabalhei foi a Argos Industrial, que era uma empresa têxtil que na época, fim dos anos 50 começo de 60, era uma empresa famosíssima, competia com a Santista em tecidos, Alpargatas, etc. E eles me contrataram porque souberam que eu havia frequentado uma escola no exterior, ULM na Alemanha.

Então eu devia ter alguma característica especial para poder fazer algum trabalho especial para eles. Eu fiz esse trabalho, e teve uma grande repercussão. E não digo



Solorrigo (1974), Fechaduras Brasil (1987), Mause (1975), Eucatex (1967), Agrícola Sertãozinho (1974),

que foi sorte, nada disso, repercutiu, todo mundo viu, e aí começaram a aparecer outras empresas.

Naquele tempo, nos anos 50, havia muito pouca informação sobre o tipo de trabalho que o designer fazia, o que era design. Até hoje muito pouca gente sabe o que é design gráfico, o que é identidade de empresa, tudo isso. Não que não saibam o que é identidade, mas o que comporta, qual é a responsabilidade de fazer um programa destes. E eu tive um comportamento e um trabalho sério. E várias empresas perceberam esse comportamento.

Com esse idealismo eu fui preparado em ULM para vir ao Brasil e fazer uma escola de design aqui. Quando eu voltei para o Brasil em 1958, Niomar Muniz Sodré, que era diretora do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro estava fazendo o novo prédio do museu, nos anos 50, o prédio que existe hoje no aterro do Reidy. Niomar tinha ambição de fazer do museu um centro cultural, escola de pintura, de gravura e de design e me acionou. Eu junto com alguns professores da ULM estabelecemos um programa do Museu de Arte Moderna para a escola de design.

Era no tempo do Juscelino Kubitschek, e a Niomar era casada com o Paulo Bittencourt que tinha o Correio da Manhã, e que era um grande opositor da política do Kubitschek. Então Juscelino não apoiou a idéia, porque naturalmente precisávamos de dinheiro para fazer isso. E o governo Carlos Lacerda, do Rio de Janeiro,

Graças a Deus nós tivemos uma força maior que os outros e fizemos a escola no modelo de ULM. E com muita surpresa os cariocas assimilaram muito bem a "rigidez" da escola alemã, aliás, simplesmente um modo cultural diferente do modo daqui, e a escola teve o sucesso que teve.

que tinha um secretário de cultura que era diretor do Museu de Arte Moderna, o Carlos Flexa Ribeiro, apoiou esta idéia. Pediu autorização para Niomar e o governo do Estado fez a escola em 63. Nós trabalhamos no projeto da escola desde os anos 60, para ser inaugurada em 63. Analisamos todos os esquemas, tinha gente que queria que a escola fosse como uma escola de artes e graças a Deus nós tivemos uma força maior que os outros e fizemos a escola no modelo de ULM.

Os cariocas assimilaram muito bem a "rigidez" da escola alemã, aliás, rigidez entre aspas, é simplesmente um modo cultural diferente do modo daqui, principalmente do Rio de Janeiro. Mas os estudantes assimilaram muito bem, e a escola teve o sucesso que teve.

Durante uns dez anos nós mantivemos isso, todo idealismo tem uma permanência de mais ou menos dez anos. A Bauhaus também terminou, politicamente foi fechada, por causa de seu idealismo. A Escola de ULM também, depois da guerra foi fechada, demorou dez ou quinze anos. E no Rio de Janeiro, ela existe ainda hoje, mas aquele idealismo com o qual a fizemos, aquilo morreu, não existe

eu catex

Eucatex (1967)

mais. A escola existe, tem um bom nível, mas não é mais aquela escola de design cuja política eu o Bergmiller, que era aluno de ULM, meu colega que veio para o Brasil, orientamos.

Pedro Luís Pereira de Souza no seu livro novo "Notas Para uma História do Design", disse que o design é uma das poucas profissões que antes se estabeleceu como um ensino, através das escolas, do que pela prática. Você acha que design só se aprende na escola?

É claro que a escola é muito importante para o designer, porque tem certas coisas que só se aprende em uma escola. Mas isso não é uma condição para que o designer seja um designer. Existem muitos designers, inclusive arquitetos, como Le Corbusier, que não têm diploma, nunca frequentaram uma escola. Mas têm toda a capacidade para serem arquitetos. E com um designer é a mesma coisa, há vários designers que não frequentaram uma escola. Eu conheço vários deles mesmo no Estados Unidos, mesmo na Alemanha, mesmo aqui no Brasil, isso não desmerece a qualidade deles.

Na fase em que eu fui presidente da Associação Brasileira de Desenho Industrial - ABDI, havia uma pressão muito grande dos arquitetos para que a profissão não fosse reconhecida para quem não fosse diplomado em arquitetura. Eu não fui diplomado

**Porque carteli-
zar um certo ti-
po de profissão,
uma profissão
que tem grande
potencial cria-
tivo, fechar pa-
ra as pessoas
que são criati-
vas, mas não têm
diploma. Então
eu sou contra,
não sou contra o
diploma, mas sou
contra de esta-
belecer o merca-
do só para diplo-
mados.**

em arquitetura, mas era um profissional reconhecido, tanto que eu fiz a escola do Rio, mas não era reconhecido pelo CREA. E até hoje não sou reconhecido pelo CREA, porque os arquitetos não permitem. Então, a gente tinha uma função política na ABDI contra os arquitetos para que a profissão fosse reconhecida. E os arquitetos não deixaram de jeito nenhum, eles eram muito mais fortes. Quando havia eleições na ABDI os arquitetos apareciam em massa. Mas mesmo assim eu fui eleito duas vezes presidente da ABDI como designer e não arquiteto. A luta era muito grande nos anos 70, e hoje, no ano 2000, eu estou pensando na felicidade de não terem reconhecido o design como uma profissão cartelizada, protegida. Eu mesmo vou dar um exemplo para você, eu abandonei o científico no segundo ano, e nem em ULM eu tive um diploma, porque a escola também não era oficial, não era reconhecida. Mesmo sem diploma, o Ministério da Educação me deu autorização para ser professor, por causa da ESDI, pois era o único profissional reconhecido que podia dar aula e fazer uma escola. Me deu por reconhecimento, e como professor eu também fundei a escola de Comunicação e Arte do Mackenzie. O Mackenzie pediu para eu dar aula lá e eu não queria, naquele tempo eu não queria ser professor profissional. Me pediu porque eles queriam aprovar a escola de design no Mackenzie. Então, a única possibilidade era



Usina Delta (1992), Fertifos (1994), Ibesa (1961), Projeto (1964), Promax Bardhal (1970),

que eu fosse professor lá. Como eu era muito amigo do Salvador Cândia, que era diretor da arquitetura na época, eu cedi e fiquei o tempo necessário para eles aprovarem no Ministério da Educação. Assim que foi aprovado, eu sai.

Então, eu estaria contra mim, até hoje eu não seria reconhecido como designer porque eu não era formado em nada. Eu consegui extrapolar tudo e ser reconhecido como designer, como o Zanini. O Zanini que faz aquelas cadeiras, também não era arquiteto Mas recebeu um diploma hoje de arquiteto, honorário de reconhecido, etc. Vários arquitetos famosos também não eram. Por que cartelizar um certo tipo de profissão, uma profissão que tem grande potencial criativo, fechar para as pessoas que são criativas, mas não têm diploma? Então eu sou contra, não contra o diploma, mas sou contra estabelecer o mercado só para diplomados. No jornalismo hoje acontece a mesma coisa. O jornalismo é um talento, se o cara tem o talento e não tem o diploma ele não pode ser jornalista. O doutor tudo bem, doutor acho que precisa fazer um treinamento acadêmico, científico, bem especializado, para ele poder operar, pôr a faca em você. Mas um designer, mesmo que faça um automóvel, uma espaçonave, ele não está trabalhando sozinho e trabalha sempre em equipe. Um designer não é um artista que é dono de todo o

A escola é claro que é uma coisa necessária, precisa ser uma escola focada na realidade do design e não na realidade do Ministério da Educação e Cultura que faz um programa, e fica 20 anos com aquele programa, e quando o processo todo está andando muito rapidamente, tem que modificar.

conhecimento, ele tem que trabalhar com outros que têm conhecimento também.

Essa é a preparação que o design deve ter. A escola é claro que é necessária, precisa ser focada na realidade do design e não na realidade do Ministério da Educação e Cultura, que faz um programa, e fica 20 anos com ele, e quando o processo todo está andando muito rapidamente, tem que modificar.

Agora mesmo me convidaram no SENAC da Lapa para dar uma opinião sobre a faculdade que eles estão fazendo. Mas eles não puderam, porque o Ministério não autorizou que fizessem sem o programa básico que eles têm de 20 anos atrás, calcado na ESDI. Mas 20 anos atrás era diferente, hoje tem muita coisa, tem até computador que 20 anos atrás não tinha. Então o processo é muito vivo e não se pode fechar.

O designer é receptor e emissor 24 horas por dia, capta sinais mesmo quando acha que está distraído, diz o designer Jair de Souza. Aonde sua antena está ligada? Onde você captura os elementos para sua criação?

Todo mundo precisa estar ligado, não só o designer. O padeiro precisa estar ligado nas suas coisas, é claro que o enfoque do padeiro está mais na tecnologia de como fazer o pão. Mas ele não deixa de ver um cinema, um evento cultural, não deixa de

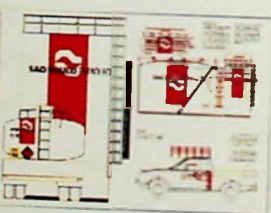
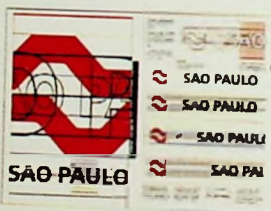
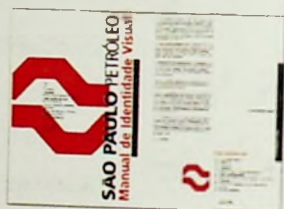
OESP

S

OESP

O ESTADO DE S PAULO

Redesenho do tipograma do jornal
O Estado de São Paulo, 1987



Manual de Identidade Visual para a rede de postos
de gasolina, Cia São Paulo (1986)

Itaú

Itaú

Itaú

Planejamento do Programa de Identidade Visual
para Banco Itaú, marca de Petit, DPZ (1980)

ver várias coisas que aparecem no dia-a-dia de sua vida. Tudo que aparece no dia-a-dia dele não é ocasional, está aparecendo porque deve aparecer e ele deve perceber. Por exemplo, há 50 anos eu morava numa rua lá no Bexiga, e um dia um cara me falou assim: "Você viu ali, um bueiro que tem bem em frente à sua casa." Eu falei: "Mas que bueiro?" Ele disse: "Tem um bueiro lá bem antigo, você nunca viu?" Eu falei: "Não, nunca vi." E eu passei 10 anos em cima daquele bueiro sem nunca tê-lo visto. Então, você não vê porque você não quer, está lá. Você precisa aprender a ver, precisa aprender a estar ligado.

Houve um professor americano muito importante lá em ULM, que fazia parte da Marinha americana, onde ele estudava a parte de camuflagem. O que a pessoa vê e o que a pessoa não vê, problemas de percepção visual etc. A primeira pergunta que ele fez na classe, que era de 30 alunos. "Qual é a média de idade de vocês?" Fizemos o cálculo 26 anos. "Então vocês só vêem 26%. Como? Na vida a gente aprende 1% por ano, a ver um pouco mais. Isso não quer dizer que o cara de 100 anos vê 100%, isso não quer dizer que um cara de 30 anos não veja 100%, é muito raro, mas ele pode ver um grau maior de 50%, 60% com 30 anos, e tem gente que com 30 anos ainda não passou de 15%. Então é um processo cultural, é um processo de necessidade. E todos esses processos fazem com que você fique atento a todos os fenômenos que acontecem.

Porque nada existe por acaso. Nada. Nada que acontece é negativo. Só você pensa que é negativo, que é uma coisa dolorida que está acontecendo. Por exemplo: morre seu pai, quer dizer, é um drama, o que você vai fazer na vida. Mas se você pensar, talvez ele tenha morrido num ponto necessário para que você se conscientize que agora está sem pai e você tem que ir adiante, lutar sozinho por certas coisas. Isso tudo melhora o seu grau de compreensão da vida, de percepção que a vida tem. Isso acontece inclusive com a profissão de designer. É uma chave, uma alavanca para você melhorar a sua condição de vida, seu grau de conhecimento. A profissão de designer é simplesmente uma ferramenta. Eu podia ser padeiro e teria os mesmos problemas do designer, só que enfrente naturalmente problemas mais complexos que os do padeiro. Mas ele também está fazendo o pão para as

As pessoas se servem e buscam saber que tipo de pão elas precisam, qual é a qualidade do pão que ele pode fazer, se ele é honesto e focado na qualidade do pão que faz. O designer também faz a mesma coisa. Se ele é focado na qualidade das coisas que as pessoas vão usar, das coisas com que as pessoas vão conviver, quais são os novos signos que as pessoas precisam para ver melhor, para perceber melhor, isso tudo você participa.

Onde você capta os elementos para sua criação?

Na vida você passa por muitas coisas que você guarda no seu inconsciente. Lá fica guardado tudo que você viveu e as coisas importantes ficam como fragmentos. Quando você vai enfrentar um problema e precisa realmente ser criativo, esses fragmentos começam a aparecer, porque têm importância para você. E, com essa série de fragmentos, você faz uma preparação do processo criativo.

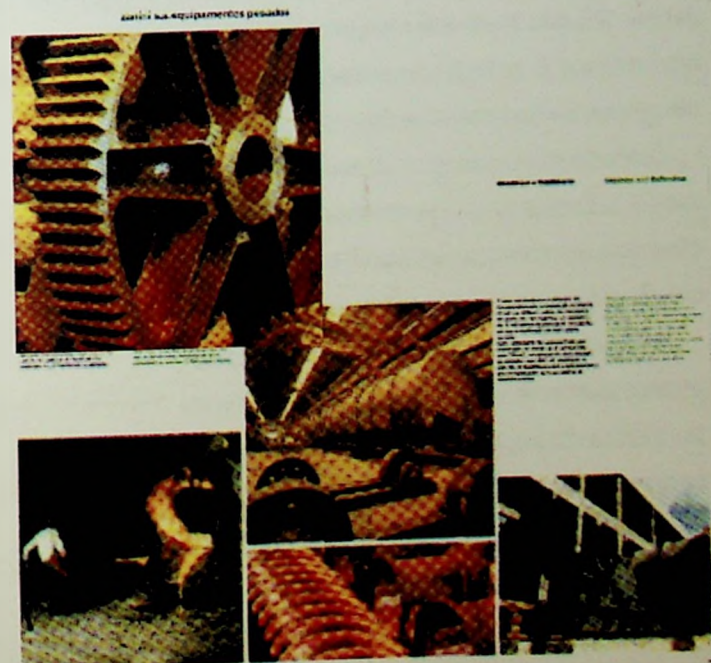
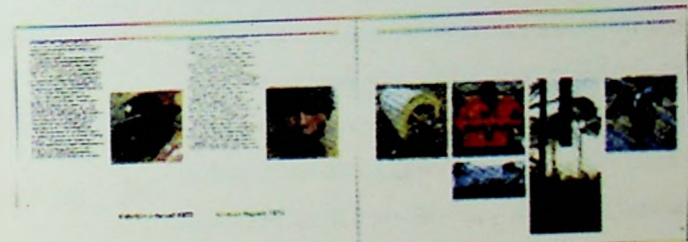
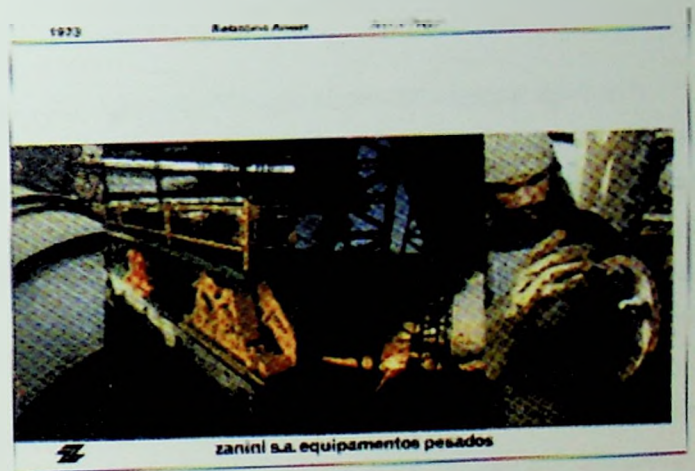
Vamos dizer, você estabelece um contato com o cliente, se informa do problema dele - se é real ou não, você vai perceber depois - ele pensa que é real. Então, você faz uma análise, vai ver como é que se comportam as outras empresas dessa área, a posição delas no mercado, e começa a unir vários fragmentos materiais. Depois dessa preparação e com tudo isso que foi recebendo, você procura dentro da sua cabeça o modo de resolver isso, aí começam a aparecer esses fragmentos que você tem no seu inconsciente. Isso é um processo de conhecimento e de vivência que você tem. Então, esses fragmentos vão bater com as informações materiais que você reuniu. E quando eles se chocam, podem dar algum *insight*.

A Gestalt é isso, é o processo que esses fragmentos aparecem e dão a você uma compreensão do problema. Parece uma iluminação. Pra você é uma coisa nova, e essa coisa nova você vê, mas não entende. É a mesma coisa que mostrar uma fotografia para uma tribo na África que não sabe ver a fotografia, não têm um conhecimento dos sinais da fotografia. Você tem que usar a tecnologia para transmitir. A tecnologia é a linguagem.

Como se dá o processo de criação nos seus trabalhos?



Capas de livros para editora Perspectiva



Relatório Anual para a empresa Zanini, equipamentos pesados



Signos por Alexandre Wollner: *Metal Leve* (1963), *Klabin* (1979), *Equipasca* (1957), *Cla São Paulo* (1986).

Ele se dá através da exigência de certa qualidade nas coisas com que você está sendo envolvido. De que maneira você se envolve, que qualidade tem essa relação. São elementos que você começa a perceber e isso se reflete no seu trabalho.

Quando você conversa com um cliente, ele sabe que você está sendo sério, que é aquilo que tem que ser, e ele não pode dizer para você: "Eu não gostei!" ou "Eu gosto!". Eu não permito que ele fale isto para mim. Ele pode não aceitar, ele tem toda liberdade de aceitar ou não aceitar e não implantar o trabalho. É como um médico que diz: "Você tem que operar seu estômago" e o paciente responde: "Eu não gostei, é melhor você operar o meu ombro." E às vezes, o cliente pensa que o designer é um artista, que fala loucuras.

Mas quando você objetivamente está dando subsídios pra ele melhorar as condições da empresa, irá melhorar a condição dele também, tudo isso é diferente. Você precisa ter uma linguagem boa, precisa aprender a falar, aprender a não ter medo, e aprender também a respeitar os outros. Isso tudo faz parte de um mercado que você vai aprendendo durante o tempo que vai crescendo.

Naturalmente, você tem a percepção de fazer as coisas assim, pelo trajeto que fez desde a escola, então você aprende. É um processo que você aprende com a profissão

A profissão de designer é uma chave, uma alavanca para você melhorar seu grau de conhecimento, sua qualidade de vida. Então, a profissão de designer é simplesmente uma ferramenta. Eu podia ser padeiro e teria os mesmos problemas do designer, só que enfrento naturalmente problemas mais complexos.

também, é com essa percepção do dia-a-dia que você aprende. Isso faz parte da formação do designer também.

Você participou da formação do primeiro escritório de design, Forminform e depois de outros escritórios: a Sao, W/Brasil, e o Designo seu escritório. Quais são as dificuldades de se manter um escritório de design?

No início você sempre tem um certo tipo de idealismo que, às vezes, não é compartilhado com ninguém. Você faz um escritório mais ou menos isolado onde aprende a conviver com as pessoas, depois quando você se assenta, abre um espaço maior.

Por exemplo, antes de ir para Alemanha eu já atuava como pequeno designer não com essa estrutura de designer, mas era um artista visual. Fazia cartazinhos para o Museu de Arte Moderna, para Cinemateca, auxiliiei a montar exposições. Então, já atuava quase como profissional. Trabalhava muito com o Geraldo de Barros. Ele foi um guru para mim, me ensinou a pintura, me deu mais ou menos um certo caminho para as artes gráficas. Ele fez uns cartazes, foi ele que fez o Quarto Centenário, o Festival Internacional do Cinema, Revoada Internacional, cartazes



Sucorrico (1972), Argos Industrial (1969), Cia Brasileira de Sintéticos (1968), Sinduscon (1984), Tecidos Paramount (1963).

para cinema, tudo a gente fez juntos. Existe uma peculiaridade em cada cartaz assinado por nós dois: quando o meu nome aparecia em cima, a idéia era minha, quando o Geraldo aparecia em cima a idéia era dele. Era muito fácil identificar a prática de cada um, como é que se comportava, etc. E quando eu fui para ULM, fizemos um pacto, que quando eu voltasse abriríamos um escritório.

Então, quando eu voltei fizemos a Forminform junto com o Ruben Martins, que era um pintor e que veio aprender toda a metodologia com a gente. Mas ele era muito focado na parte artística e publicitária, e era algo que eu não queria misturar. Bom, a gente não se entendia muito bem, eu sai da Forminform e o Ruben Martins ficou com a empresa, porque ele tinha o capital maior. Forminform foi um nome criado pelo Geraldo de Barros. Era o Geraldo, o Ruben Martins, eu e Walter Macedo que era um tipo de contato. A gente fez alguns trabalhos iniciais, Equipasca, Argos Industrial, mas não terminamos e fui trabalhar sozinho.

Entrementes, eu fui convidado a trabalhar numa agência de publicidade chamada Panam Casa de Amigos onde o Décio Pignatari tinha ido. Durou também um ano, não foi pra frente porque eu não estava percebendo a incompatibilidade entre publi-

Trabalhava muito com o Geraldo de Barros. Ele foi um guru para mim, me ensinou a pintura, me deu mais ou menos um certo caminho para as artes gráficas. Ele fez uns cartazes, foi ele que fez o Quarto Centenário, Revoadada Internacional, cartazes para cinema, tudo a gente fez juntos.

cidade e design. Mais tarde é que eu fui entender isso.

Aí, eu montei um escritório, isso mais ou menos em 62. O primeiro nome da empresa foi Alexandre Wollner Comunicação Visual, que até hoje se mantém. Eu sempre tive outras atividades paralelas, mas não deixei morrer a empresa. Hoje chama-se *Designo*. Nos anos 60, a gente se desenvolveu tanto que tinham de 15 a 20 pessoas no escritório, tornou-se um escritório grande naquela época. Esse escritório pegava trabalhos principalmente do Governo Federal.

Nos fins de 70, eu descobri que se continuasse nesse jogo de comportamento eu ganharia muito dinheiro, mas iria ficar doente. Então, resolvi fechar o escritório. Sempre perguntam: "Você trabalhava sozinho? Sim, porque era muito difícil achar um sócio na parte administrativa.

Fui fechando aos poucos. Mais ou menos em 80, eu estava sozinho e solto, não tinha mais escritório, não tinha nada. Ai o Petit, da DPZ, que era um colega meu do começo dos anos 60, me convidou pra trabalhar com ele e resolver o problema do Banco Itaú, formando uma equipe que depois ia trabalhar dentro do Banco, para implementar todo o projeto. Eu não quis me envolver como sócio, mas sim como consultor, porque eu tinha meus trabalhos particula-

Itaú

Itaú

Itaú



Reformulação do desenho do tipograma para o Banco Itaú e criação de um programa completo de identidade visual para a instituição, 1980.

res e queria continuar com eles. Então criamos a SAO, um departamento de design da DPZ, onde pus um designer da minha confiança como diretor, o Hugo Kovadloff. Ele ficou cuidando daquilo lá, a gente fez para o Banco Itaú o programa, e a SAO continuou fazendo a implementação do projeto, nos anos 80.

Tinha clientes ótimos lá. Depois a gente começou a perceber que os clientes da DPZ, faziam os trabalhos dentro da SAO, mas numa situação muito especial porque eles davam tanto dinheiro para veiculação que queriam receber os serviços da SAO como bonificação.

Então, acontecia que a DPZ financiava o trabalho, naturalmente o mais baixo possível para pagar o pessoal e a minha consultoria, mas não ganhava o suficiente. Não havia uma relação de cliente e SAO, era mais cliente DPZ que usava a SAO, tínhamos esse tipo de dificuldades na agência. Porém, foi a época que eu ganhei mais dinheiro.

Quando eu trabalhei na SAO, quem trabalhava junto com o Petit era o Washington Ollivetto, que ficou muito impressionado com o modo como eu trabalhava. Ele até brincava que eu desenhava o Itaú, ficava 3 dias fazendo o "T", um pouco mais no lugar, um pouco mais..., pra estudar qual é o "T" perfeito dentro da estrutura do Itaú. Então ele falava: "Imagine se eu faço um anúncio assim com

Percebemos que o computador é simplesmente um veículo que nos possibilita fazer o trabalho mais rápido e mais limpo, mas a idéia não mudou muito, não evoluiu muito daquela linguagem que os consultivistas trouxeram.

três dias olhando na parede qual é o tipo, qual é a cor... Tem que fazer aqui tudo rápido", então ele ficava impressionado com isso. O Washington, que tinha trabalhado na DPZ e já me conhecia, quando se associou à W/Brasil resolveu abrir uma agência paralela de design e me ofereceu para criar a Made in Brasil. Topamos e fizemos a W/Made in Brasil, Wollner/Made in Brasil, aproveitando o W, isso foi nos anos 90. Nosso primeiro cliente foi o Unibanco. Naturalmente, começaram a se criar uma série de dificuldades, porque o banco estava acostumado a dizer o que eles queriam e eu estou acostumado a dizer o que eu quero. Então teve este tipo de conflito. Inclusive eu fui imprimir o relatório anual deles na Alemanha, eles falaram: "Mas por que fazer na Alemanha nós temos aqui uma gráfica", e eu falei: "Não, você faz pelo preço, então de fato eles fizeram o orçamento, e o preço do Brasil era 3 vezes mais caro que o da Alemanha e 2 vezes mais caro que dos Estados Unidos. Como parte dos relatórios tinha que ficar lá na Europa, então eles acharam legal fazer na Alemanha que era três vezes mais barato, com a tecnologia que eles têm lá. E eu sabendo falar alemão, me pagaram umas 4 viagens, para lá assessorar o trabalho; mesmo assim,

PAPAIZ Hering

Redesenhos de marcas criadas para a Papalz(1989) e Hering(1992) na W/Made in Brasil

saiu a metade do preço. Mas os clientes também da W/Brasil, exigiam que ela desse de graça os projetos da Made in Brasil. Agora da Made in Brasil eu era sócio, então eu achei que não era conveniente.

Depois eu consegui perceber que existe uma diferenciação de publicidade e a qualidade de design. O publicitário trabalha com coisas efêmeras, e o designer não. O design devia ser mais caro que a publicidade, pelo envolvimento que o designer tem e pelo alto investimento que é necessário no design, não só no projeto, mas na aplicação do design.

Para você mudar toda a estrutura de comunicação de uma empresa, ela não pode durar 6 meses, tem que ficar 10, 20, 30, 50 anos. Os projetos que a gente faz, não admitem que seja feita uma pesquisa de mercado, pesquisa de mercado de novos sinais, não dá porque o povo não conhece, não sabe.

Então a pesquisa de mercado com o design não funciona, porque é um processo de comunicação, de elucidação, é um outro tipo de processo. O Paul Rand, designer americano que fez a IBM, falava assim: "Se eu tivesse feito uma pesquisa de mercado da marca da IBM no tempo em que foi feita, logo após a II Guerra, ela deveria ser uma suástica ou um gótico, porque o pessoal estava ligado com o gótico e a suástica da Alemanha. Jamais seriam estas fachas horizontais." Os conflitos

E depois eu continuei a seguir percebendo que existe uma diferenciação de publicidade e a qualidade de design. O publicitário trabalha com coisas efêmeras, e o designer não. O design devia ser mais caro que a publicidade, pelo envolvimento que o designer tem e pelo alto investimento que requer um bom design.

entre design e publicidade geram problemas incríveis, e em um ano a gente fechou a Wollner/Made in Brasil porque não dava, não brigamos, somente ficamos conscientes de que seria uma besteira a gente ir adiante com isso aí.

Eu continuei a minha vida com a Design, e hoje trabalho com uma estrutura solo, tenho associados conforme a responsabilidade do trabalho, se é um trabalho grande, se é trabalho pequeno, ou mesmo que seja um trabalho pequeno com muita responsabilidade, a juntamos as forças de outros designers.

Quais as diferenças entre o design gráfico da década de 50 e hoje? Como você vê hoje o desenvolvimento do design gráfico no Brasil?

Praticamente não existe nenhuma diferença, há uma certa evolução do design como expressão cultural e, tecnologicamente falando, é que houve uma grande diferença. Mesmo os trabalhos que estão acontecendo hoje com o computador, remetem ainda aos trabalhos que os construtivistas russos criaram em 1914, depois da I Guerra até a Revolução Russa, por exemplo El Lissitzky, e Malevitch, que foram os mais criativos até hoje no campo gráfico.

Eu sou uma etapa da evolução do próprio design que já existia antes aqui no Brasil, não o design como a gente entende hoje, mas existiam algumas pessoas fazendo coisas sérias e com finalidades.

luminar

Cia Brasileira de Fósforos (1970)



Relatório Anual da empresa Equipisca.

Você pode perceber, quando você vê uma exposição da ADG-Associação dos Designers Gráficos, como muitos trabalhos remetem àquele tempo. O que eles faziam com a mão, com a tesoura, com cola, hoje é feito com o computador. E percebemos que o computador é simplesmente um veículo que nos possibilita fazer o trabalho mais rápido e mais limpo, mas a idéia não mudou muito, não evoluiu muito daquela linguagem que os russos trouxeram.

Como você trabalha o lado tecnológico?

Mais ou menos nos anos 90, quando eu estava na dúvida se eu compraria um computador ou não, conversei com o Paul Rand, ele falou assim: "Eu não uso computador, e trabalho para duas empresas de computador, trabalho para a IBM e para NEXT, (que era do Steven Jobs), mas eu não quero saber de computador de jeito nenhum, o computador fica lá no andar de baixo, eu dou minhas idéias e eles ficam lá desenvolvendo, não quero nem saber como aperta um botão, como é que desliga, etc."

Um outro professor meu da Alemanha, o Otl Aicher, fez a letra Rotis, aquela que você conhece, e tinha que ser feita com o computador, por causa da precisão, da velocidade. Ele se apaixonou e falou: "Eu não quero saber de computador, eu tenho que aprender tudo de novo, não quero de jeito nenhum ter um".

Todos os designers que eu consultava eram mais ou menos contra computador, não contra a tecnologia computador – é claro que eles viam que isso aí acelera todos os problemas e dá novas possibilidades de trabalho – mas não era necessário ter a interferência direta. Mas eu, como estava aqui no Brasil, e como resolvi trabalhar sozinho, praticamente uma atividade solo, achei que o computador era necessário. Ai em 92, comprei meu primeiro computador, e aprendi tudo sozinho. Hoje, eu trabalho com o computador, não digo que só trabalho com computador, minha preparação é toda feita no papel, ainda tenho os esquadros, tenho tudo, e eu faço no papel, porque quando estou desenvolvendo uma idéia eu trabalho muito mais rápido na mão do que o computador.

O que define um bom design?

O bom design é definido pela necessidade que existe. Se temos que criar uma coisa necessária, algo que facilite a vida das pessoas, que melhore a situação dela com o *environment*.

e se este tipo de problema é resolvido, isso define um bom design, mesmo na linguagem visual.

[Agora, se eu faço um objeto por exemplo, e ponho uma peninha em cima só para decorar, isso é um mau design. Não há uma necessidade disso. Há uma necessidade de talvez vender mais, mas não há necessidade de usar aquilo lá, essa peninha.

É o caso de um objeto que um designer alemão fez aqui no Brasil, de uma lâmpada de pé que se usa na sala. Mas a lâmpada não funcionava como lâmpada, ele só quis dar uma característica brasileira e ele simplesmente pôs uma pena de índio pendurada na lâmpada. E dizia: isto é um design brasileiro. Isso realmente não tem sentido nenhum, é um mau design, mesmo que a lâmpada seja boa, mas ela está revestida de elementos decorativos que não têm necessidade nenhuma.

Pioneiro do design gráfico brasileiro, como você vê hoje, o seu papel no desenvolvimento do design no país?

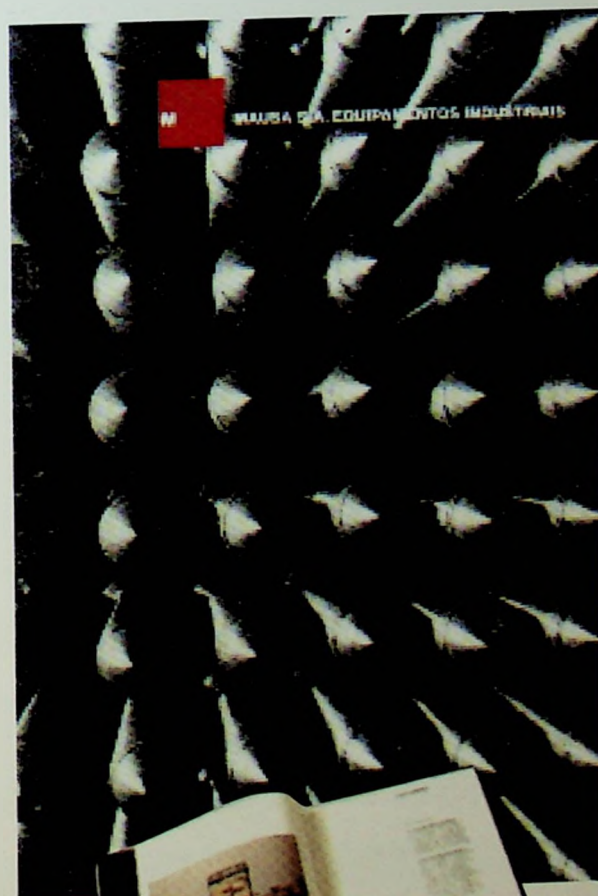
Vocês é que falam que eu sou pioneiro. Eu sou uma etapa da evolução do próprio design que já existia antes aqui no Brasil, não o design como a gente entende hoje, mas existiam algumas pessoas fazendo coisas sérias e com finalidades. Isso se deve a alguns imigrantes que vieram antes para cá, imigrantes austriacos, húngaros, alemães, italianos, que trabalhavam em laboratórios farmacêuticos. Os folhetos, os volantes que faziam, eram realmente o laboratório de uma nova linguagem visual aqui no Brasil.

Eu vim aqui e dei um novo significado a este tipo de profissional, que estava usando esses remédios. Tirei o lado só artístico desse profissional, dizendo que o lado tecnológico deve funcionar no mesmo nível e ele precisa equilibrar essas duas coisas, o lado direito e esquerdo do cérebro. Não é só o lado direito que deve estar mais ativo, devem estar ativos os dois lados do seu cérebro. Então eu comecei a dar esta consciência de como é que se prepara o profissional para isso, e nesta parte você pode dizer que eu sou pioneiro, talvez.

Mas isso é um processo natural desta alta tecnologia, isso foi um preparo para poder receber esta alta tecnologia que está acontecendo hoje, mas que a gente não estava consciente, mas já estava em processo. Neste sentido que a gente funcionou bem e bastante.

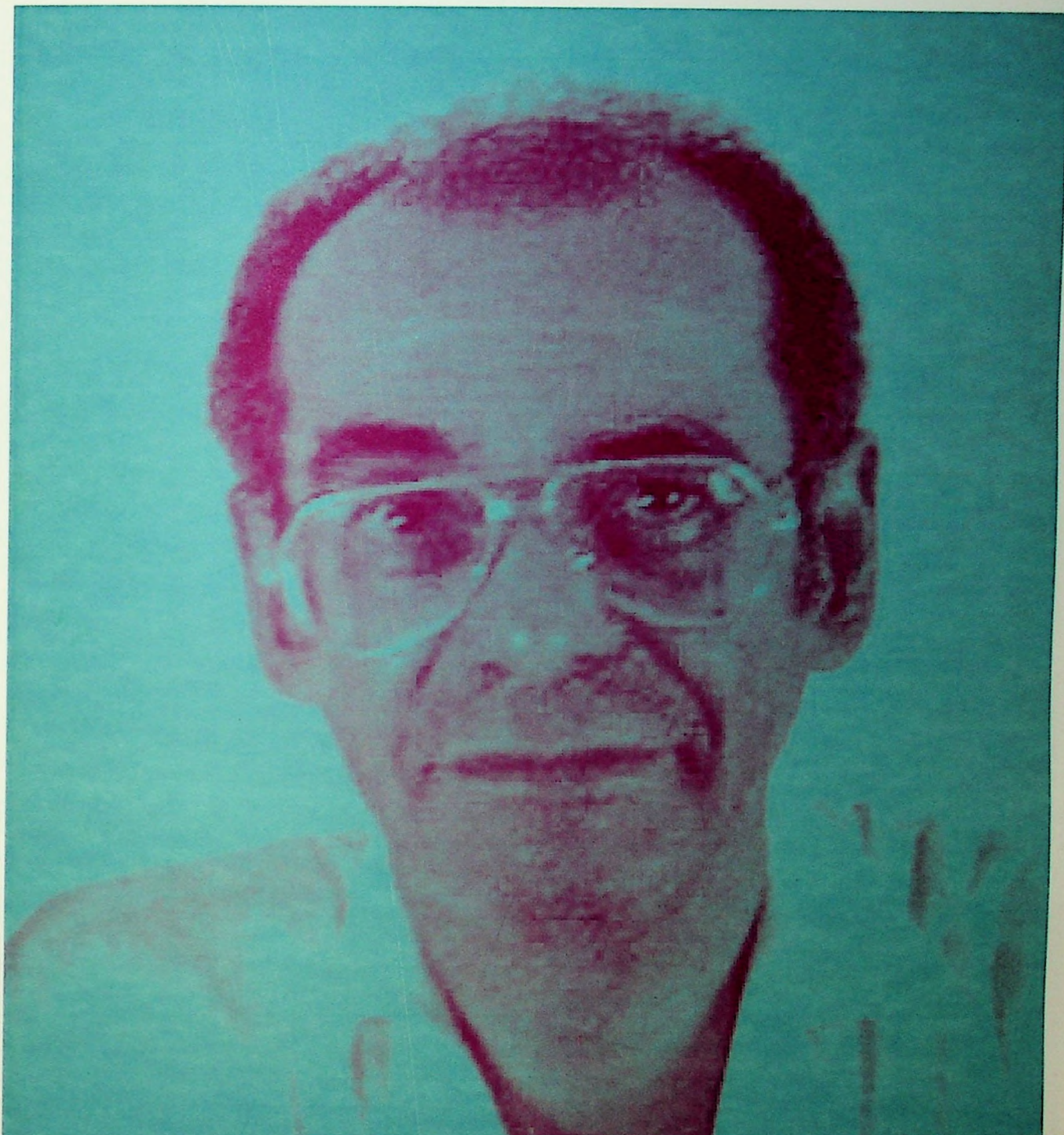


Design editorial para revistas



Relatório Anual da empresa Mause.

ALMIR MAVIGNIER



"Não há fronteiras entre arte gráfica e pintura. Quando faço um cartaz é igualmente quando faço uma pintura. Sei porém, que o cartaz tem uma função pública, o cartaz é um diálogo e a pintura é um monólogo."

Almir Mavignier

pintor, cartazista e professor

Perfil

- 1925 Nasce no Rio de Janeiro no dia 1º de maio.
- 1945 Desde os tempos de ginásio desenha autodidaticamente e tenta o vestibular para a escola de Arquitetura, sem êxito.
- 1946 Começa a trabalhar no Serviço de Doenças Mentais na Praia Vermelha como artifice diarista.
- 1948 I Exposição do Engenho de Dentro. Ministério da Cultura. Conhece Mário Pedrosa, que se interessa pelo trabalho dos internos.
- 1949 Exposição dos Alienados do Centro Psiquiátrico Nacional do Engenho de Dentro, no MAM/SP. Forma um grupo de artistas com Abraham Palatnik e Ivan Serpa.
- 1950 Vem a São Paulo com Mário Pedrosa, Mary Vieira e Palatnik ver a retrospectiva de Max Bill, no MASP. Realiza sua primeira exposição individual no Instituto dos Arquitetos-IAB, no Rio de Janeiro.
- 1951 Expõe individualmente no MAM de São Paulo com pinturas abstratas. Participa da I Bienal de São Paulo, com pintura. Parte para Paris com bolsa de estudos do governo francês.
- 1952 Estuda em Paris, viaja em estudos pela Europa. Encontra-se com Mário Pedrosa e Mary Vieira e visitam o atelier de Max Bill.
- 1954 Inicia seus estudos na Escola Superior da Forma, Hochschule für Gestaltung, em Ulm, na Alemanha.
- 1957 Realiza seu primeiro cartaz em Ulm. Exposição Individual em Stuttgart, com apresentação de Max Bense e expõe também individualmente em Ulm, no mesmo ano.
- 1958 Termina os estudos em Ulm, com diploma do departamento de Comunicação Visual. Participa da exposição do Grupo Zero, em Düsseldorf, do qual fazem parte: Yves Klein, Jean Tinguely, Enrico Castellani, Otto Pein, Heinz Mack, Piero Manzoni e Piero Dorazio.
- 1959 Estabelece seu atelier em Ulm, realizando pinturas e design gráfico.
- 1960 Participa da Exposição de arte concreta "Konkrete



Reflexo de Mavignier sobre sua obra

- Kunst", em Zurique, reunindo artistas brasileiros sul-americanos convidados por Max Bill.
- 1961 Ajuda a organizar e montar a Exposição "Novas Tendências", em Zagreb, com Matko Mestrovic.
- 1963 Realiza exposições individuais em vários países: Alemanha, no Museu de Ulm; Itália, na casa do Brasil em Roma; no Brasil, no MAM do Rio de Janeiro e na FAAP, em São Paulo.
- 1964 Participa da Bienal de Veneza, da Documenta de Kassel e expõe em Washington, na Library of Congress.
- 1965 Começa a lecionar na Escola de Belas Artes de Hamburgo, ficando na cadeira de pintura até 1990. Muda-se para esta cidade e casa-se com Sigrid Quarch.
- 1974 Expõe no Brasil, na galeria Documenta, em São Paulo e na galeria Bonino, no Rio de Janeiro.
- 1977 Exposição individual no MASP.
- 2001 Vive em Hamburgo e mantém suas atividades de pintor e designer, participando de exposições e expondo individualmente seus trabalhos, anualmente.



Acima: atelier de Mavignier, em Hamburgo, 2000. Abaixo à esquerda: Mavignier e a pesquisadora Mari Pini durante a montagem da exposição no MAM, São Paulo. À direita: cartaz "Reconstrução do castelo de Berlim?", realizado em conjunto com seu filho Delmar, em 1993.



apresentação

"Eu fui estudar em Ulm porque eu queria aprender qualquer coisa além da pintura para ganhar dinheiro, ganhar dinheiro não vendo quadros mas fazendo trabalhos gráficos."

Soou através de Aracy do Amaral que Almir Mavignier viria a São Paulo para uma exposição retrospectiva de seus cartazes, da qual Aracy era a curadora. Achei interessante incluir Almir nas entrevistas, fazendo um contraponto do artista e designer que opta pela carreira na Alemanha, após ter cursado a Escola de Ulm, juntamente com Alexandre Wollner, berço da formação dos designers.

Almir me recebeu no MAM enquanto montava sua exposição, com observações concisas e conceitos concretistas fortemente arraigados, aparentemente desconfiado e ressentido, demonstrando um sentimento de exclusão do país.

A trajetória artística de Almir, carioca, iniciou-se na década de 40 e neste período foi marcante sua experiência no Centro Psiquiátrico de Engenho do Dentro, onde organizou, em 1946, com a diretora Nise da Silveira, um atelier de pintura para desenvolver a criatividade e funcionar como terapia ocupacional dos internos. Daí iniciaram-se as atividades do que seria um dia o Museu das Imagens do Inconsciente.

Mavignier reconheceu em seu catálogo que "Minha grande escola de arte foi o Engenho de Dentro, porque percebia as fontes da criatividade, o nascedouro da criação, e aprendi a humanamente respeitar as pessoas."

O Engenho lhe trouxe o contato com Mário Pedrosa, que se impressionou muito pela excelência das obras dos internos, tornando-se seu amigo pessoal e conselheiro artístico.

Neste período frequentou o atelier de Arpad Szénes, pintor húngaro residente no Brasil. Conheceu Ivan Serpa,



Hochschule für Gestaltung, em Ulm, 1954.

na Associação Brasileira de Desenho em 1946 e Palatnik em 1948, formando o grupo dos 3 jovens artistas.

Sua atuação no meio artístico no Brasil foi curta e rápida. Em 1950 realiza sua primeira exposição individual com pinturas figurativas e abstratas no IAB-RJ, em 1951, em outra individual, expõe somente pinturas abstratas no MAM-SP, participa da I Bienal de São Paulo e parte para Paris com Bolsa de Estudos.

Um fato marcante neste período definiu seu destino na Europa: a retrospectiva de Max Bill apresentada no MASP em 1950, o impressionou de uma forma definitiva, assim como a muitos de seus companheiros concretistas.

Seu percurso na Europa iniciou-se na França, onde permaneceu por 2 anos, parte para viagens de estudos para vários países e em Zurique visita Max Bill que está implantando a Escola de Ulm. Decide que quer continuar seus estudos com Bill e solicita a sua entrada em Ulm, que lhe foi negada pois "os objetivos desta escola não atenderão a românticos pintores que estudam em Paris", lhe respondeu Max Bill.

Após esforços entre pessoas eminentes envolvidas nas relações entre Brasil, Max Bill e Mavignier, este consegue a sua matrícula e a renovação de sua bolsa de estudos.

Ingressa na Escola de Ulm em novembro de 1953 recebendo os ensinamentos de grandes mestres do design e da comunicação visual, como Josef Albers, Otl Aicher e Max Bense, e apesar da direção da escola não privilegiar a pintura, Almir não deixou os pincéis e continuou a pintar,

mesmo às escondidas, conforme depoimento de Alexandre Wollner, que estudou em Ulm no mesmo período.

Desde então Almir ficou e permaneceu na Alemanha, por quase 50 anos. Com seus estudos aprimorou o seu trabalho e mantém esta atividade realizando, anualmente, exposições individuais de suas pinturas em vários países e com maior frequência na Alemanha. Participou de várias Bienais: Veneza, Documenta de Kassel, Nuremberg e São Paulo. Seu nome possui um grande prestígio na Alemanha e um respeito em todo o mundo.

Foi professor da Escola de Belas Artes em Hamburgo na cátedra de pintura, de 1965 à 1990, quando se aposentou.

O ponto e o quadrado

Almir desenvolveu em seus trabalhos artísticos, ao longo de sua carreira, um grande apuramento técnico juntamente com uma pesquisa cromática, resultando num permanente discurso sobre os elementos primários da composição: o ponto e o quadrado. Estes são os seus temas recorrentes em suas obras, elaboradas em óleo sobre tela, num trabalho de acentuado rigor.

Para se ter uma idéia do grau de acuidade técnica de seu trabalho, Mavignier criou instrumentos próprios para o desenvolvimento de suas técnicas, como no caso dos pontilhismos realizados com pontas de bisnagas de tintas. Este pontilhismo tem vários diâmetros, e o artista estabelece uma relação seqüencial e decrescente, que requer uma variação do grau de intensidade na impressão das tintas através das bisnagas. O trabalho é a repetição matemática da impressão de vários tons e cores de tintas em sucessões de intensidades variáveis.

O resultado é um cromatismo poético em que há uma expansão das vibrações das cores se transformando em elementos luminosos.

O ponto e a retícula

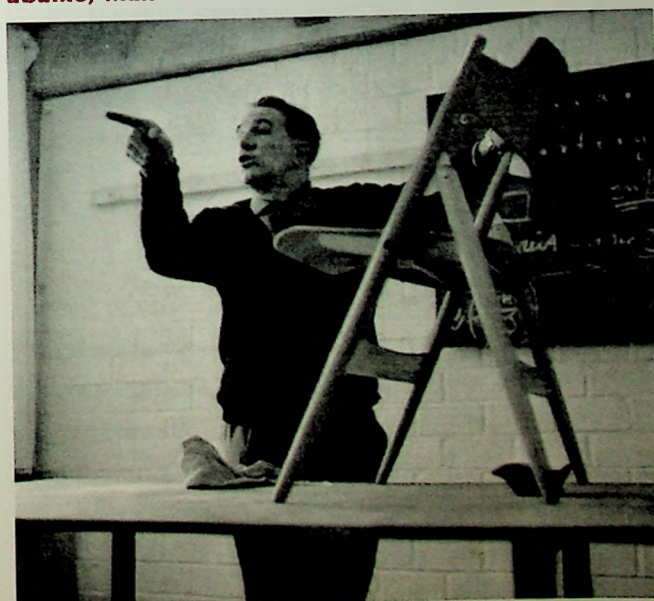
Almir escolheu estudar em Ulm primeiramente para desenvolver a sua arte, pois via nos conceitos construtivistas desta escola os princípios que procurava. O design para ele era uma necessidade de ter também uma profissão que o possibilitasse não depender da sua arte para viver. Os con-



Max Bill em 1951, na I Bienal de São Paulo.



Do período de Ulm, acima: Josef Albers e Mavignier e abaixo, Max Bense.





Catálogo da exposição Mavignier 75 - Cinco décadas de cartazes, Museu de Arte Moderna, São Paulo, 2000.

ceitos ele absorveu e incorporou na sua vida, tornando-se indissociavelmente artista plástico e designer.

Almir especializou-se na arte cartazística, realizando mais de 300 cartazes para exposições e eventos em cinco décadas de trabalho. Seus cartazes são um prolongamento de sua pintura e demonstram uma integridade com a sua linguagem, sendo difícil definir seus limites, não levando em conta a obviedade dos diferentes meios, neste sentido, Mavignier afirma que não há fronteiras entre arte gráfica e pintura.

Seus cartazes aditivos apontam a metáfora da reprodução ao proporcionar a sua repetição indefinidamente em composições formais, que vão se somando, adicionando.

Outra questão em sua obra gráfica é a utilização da tipografia como um elemento construtivo, ora destacando-se como elemento principal, ora diluindo-se na composição a ponto de ficar imperceptível e até ilegível; "o interessante é fazer uma tipografia que dificulte a leitura, porque a dificuldade de ler também é muito importante na informação", afirma.

Mavignier é a expressão da pontificação, seu discurso é pontual e expressa suas opiniões com concisão, sua temática são as figuras geométricas, as quais ele procura deformar através da utilização de partículas de tinta, os pontos, que projetam luz e sombra.

Mavignier cria com precisão suas formas geométricas com seus pontos milimetricamente utilizados e tem o

prazer de deformá-los através de uma imprecisão visual.

No seu universo, tudo se repete, as mesmas formas, os mesmos recursos, o mesmo tema. Porém, cada obra tem sua luz especial, cada obra tem um comentário interno, tem uma superação técnica e faz transparecer a coerência de sua alma concretista.

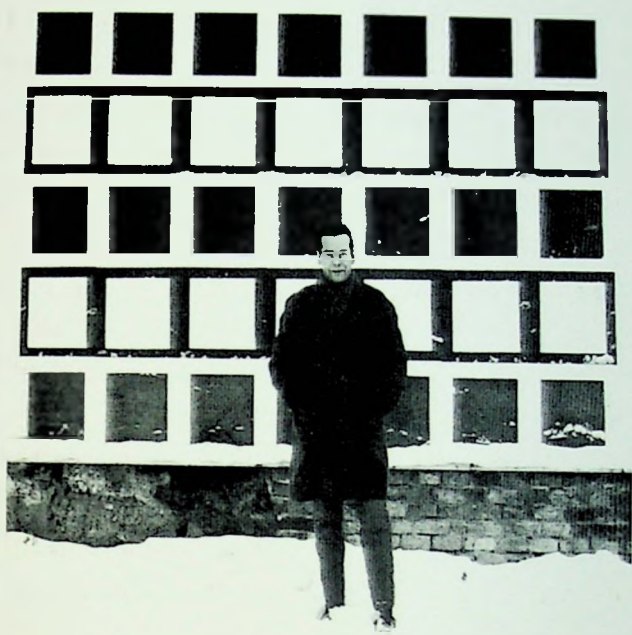
Mesmo com toda a rigidez e formalismo apresentado na sua obra, Almir diz que seu trabalho é livre e jamais pode ser considerado como construtivista, "porque eu aprendi que o conteúdo da forma não é associativo, é a expressão da própria forma."

Almir foi e ficou, incorporou em sua vida e em sua arte toda a maneira de ser e fazer do pensamento da Escola de Ulm. De suas raízes brasileiras ainda traz o gosto pelas cores vibrantes e o moreno de sua pele.



Cartaz da exposição "África, raízes e visões", 1995.

entrevista



Você saiu do Brasil há quase 50 anos, como foi o seu percurso?

Eu saí do Brasil em 1951, não para fazer uma carreira e sim para ver pintura na Europa e estudar na França com uma bolsa de estudos por um ano. E nesse ano estudei em Paris, num ateliê de pintura e viajei à Itália, Espanha, porque só tinha um ano para ver tudo, todos os museus italianos, espanhóis, portugueses, alemães, etc. Em 1952 consegui que a bolsa fosse prolongada por mais um ano e nesse "mais um ano" eu comecei a me despedir de novo de todos os museus. Então, a bolsa foi sempre prolongada e a despedida sempre adiada. Com esse prolongamento eu aprendi o que era pintura porque revi sempre os museus da Europa e consegui saber o que é pintura e o que é arquitetura.

Como você chegou à escola de ULM?

Eu fui de São Paulo a Paris, de Paris a Zurique para encontrar com Max Bill, porque eu havia visto a sua exposição em 1950, no MASP em São Paulo, que apresentava uma nova concepção de pintura, que eu queria aprender. Em Zurique Max Bill me disse que os alemães queriam fazer uma nova escola de desenho e eu lhe disse que queria aprender nessa escola. No fundo, não para aprender na escola, mas sim para aprender com ele, por causa da sua pintura. E Max Bill me disse claramente:

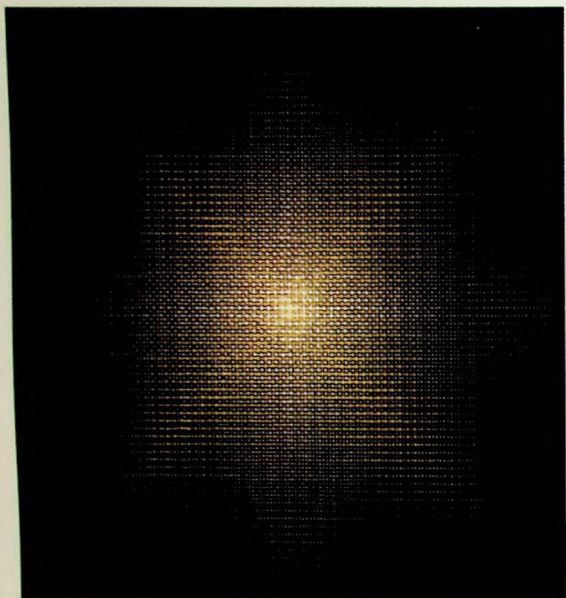
"Eu procuro a imprecisão através da precisão. Como Picasso que deformou a figura de mulheres, as fisionomias, eu procuro deformar as figuras geométricas. Eu ponho a precisão, eu duvido da precisão. Eu procuro sabotar a precisão através da imprecisão visual. Isso é realmente importante, eu gostaria de focalizar isso."

"essa escola é para jovens alemães que foram distanciados da cultura européia através da Guerra, não é para artistas românticos que vivem em Paris." Então eu senti que já estava recusado em Ulm.

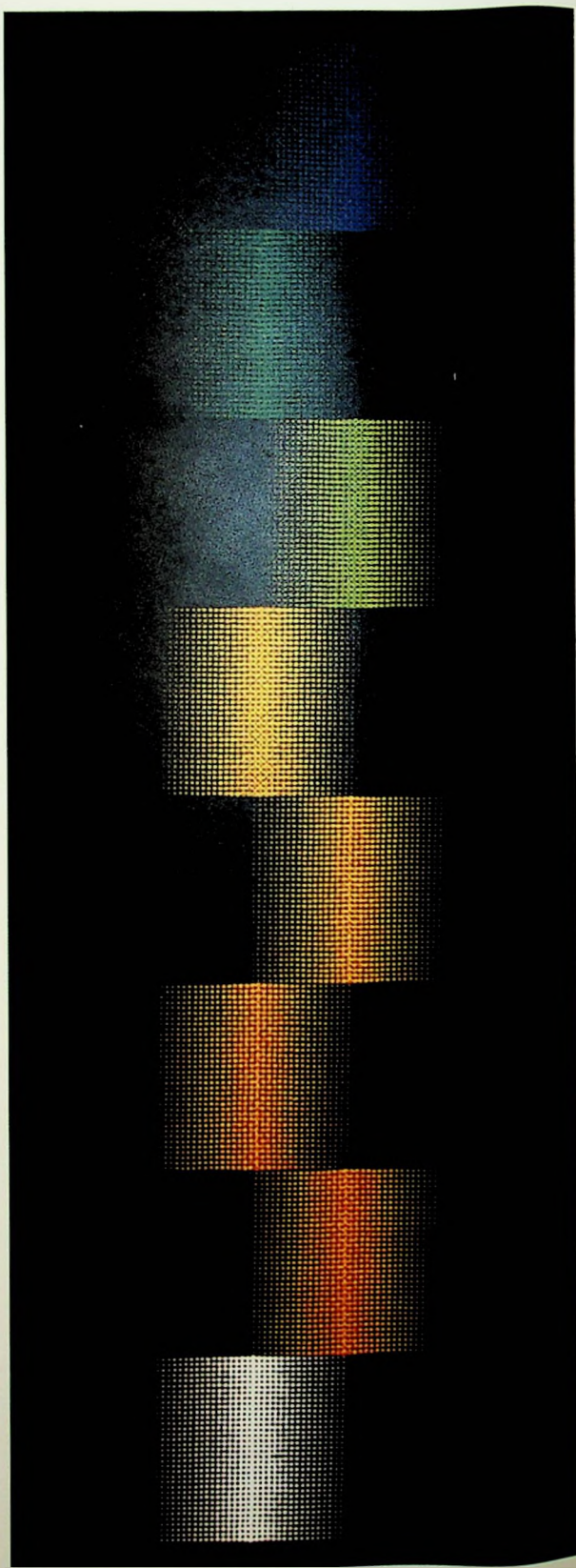
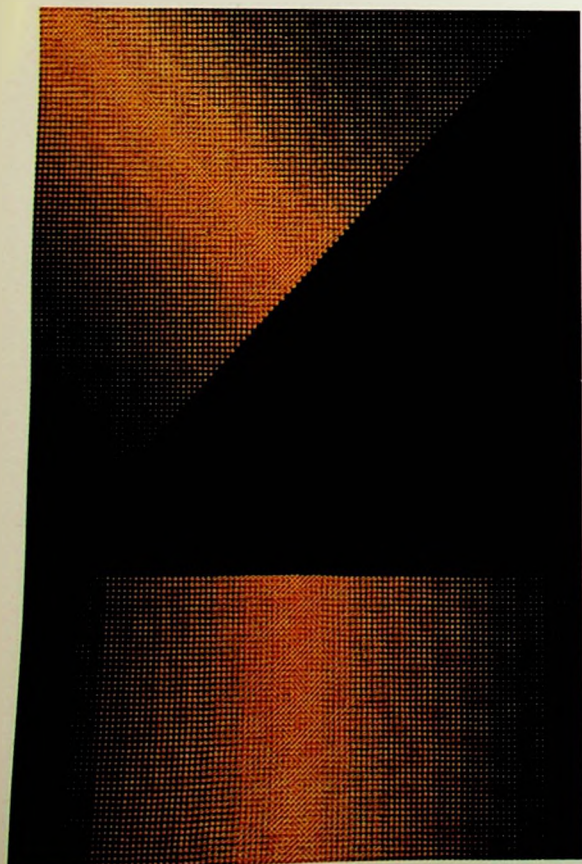
Como eu soube que Max Bill havia recebido o grande prêmio na Bienal de São Paulo, fui a Stuttgart na Alemanha falar com o Balmaster, que é um pintor célebre, para pedir aceitação na escola dele como seu aluno, para pelo menos ficar perto de Ulm. Balmaster escreveu uma carta para o Getúlio Vargas, que era o Presidente da República, dizendo que me aceitava como aluno dele em Stuttgart. Então depois fui para Ulm, fui aceito e comecei a estudar em 1954. Agora, por que eu fui estudar em Ulm? Porque eu queria aprender qualquer coisa além da pintura para ganhar dinheiro, ganhar dinheiro não vendendo quadros mas fazendo trabalhos gráficos.

Qual a relação do seu trabalho gráfico com a sua pintura? Como você estabelece no seu trabalho o que é pintura e o que é arte gráfica?

Eu aprendi as fronteiras entre arte gráfica e pintura. Quer dizer, não há fronteira. Quando eu faço um cartaz, é igualmente como quando eu faço a pintura, não há fronteiras. Sei porém que o cartaz tem uma função pública, o cartaz é como a prostituta e a pintura é como uma dona-

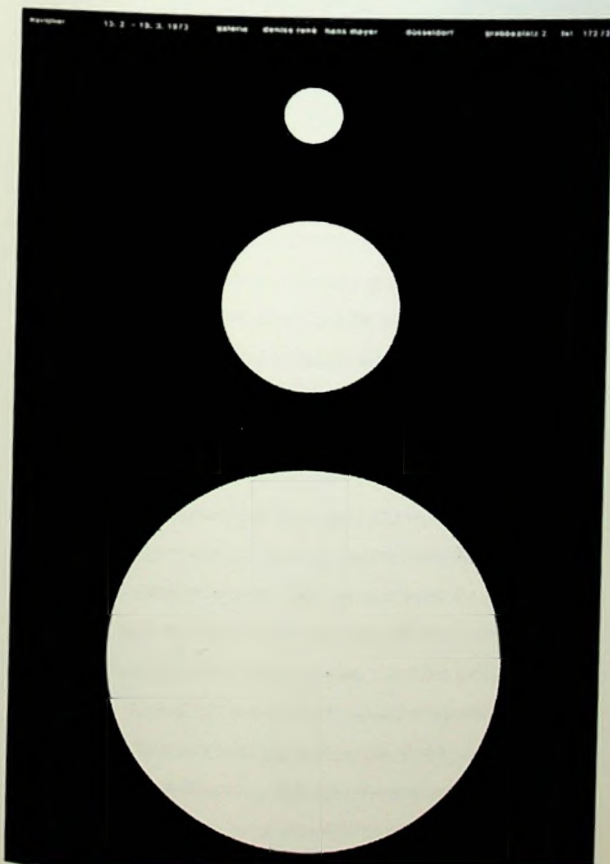


Exemplares de seu trabalho com retícula de pontos. Acima: "dois quadrados concêntricos", óleo sobre tela, 1973. Abaixo: "metades convexas do mesmo quadrado", óleo sobre tela, 1968. À direita: deslocamento e mudança de cores, óleo sobre tela, 1969/71.





Mostra coletiva realizada no Museu de Ulm, em 1990, cartazes aditivos, "stadt haus". Mavignier, desenvolve o conceito dos cartazes de rua, explorando sua fixação em qualquer posição e criando novas formas.



À esquerda: cartaz para exposição de Mavignier em Düsseldorf, em 1973, em que os pontos transformam-se em círculos. À direita: um dos cartazes de uma série de oito, realizada entre 1983 e 1995, que mostrou pela primeira vez o alfabeto criado por Josef Albers.



Exposição em Munique: pinturas monocromáticas, 1974.

de-casa. De modo que o cartaz é público e a pintura é privada. O cartaz é um diálogo e a pintura é um monólogo. É isso que me agrada numa exposição de cartazes, o que a maioria do público me fala, "que beleza são os seus cartazes!". É lógico que eu fiz um objeto que tem que contar com o público. Se eu faço uma exposição de pintura as pessoas vêm com gentileza, olham as paredes ou não olham as paredes, porém não dizem nada, porque a pintura é monólogo, atinge um certo número de pessoas que tem contato com essa direção de pintura. Agora o cartaz é público. Na produção não há diferença, eu improviso um cartaz como eu improviso uma pintura. A dificuldade é que o cartaz, um bom cartaz, exige sempre a necessidade de estar se superando, ele está sempre te desafiando a fazer um melhor! O quadro não exige esta necessidade.

Como se deu o desenvolvimento do seu trabalho?

Eu comecei com pinturas naturalistas, figurativas e depois abstratas. Porque eu compreendi que o conteúdo da forma não é associado com a natureza, é a expressão

da própria forma. Depois que vi a exposição de arte concreta de Max Bill, percebi que havia uma temática que ordenava essas formas e aprendi, mais tarde, que essa temática era uma idéia visualizada sobre a tela. Aprendi essa visualização de idéia sobre a tela. Uma visualização que os artistas ditos concretos são muito orgulhosos de explicar sobre as relações entre as construções e as formas. E mais tarde, surge a opinião de que os quadros não devem ser explicados por essas construções. Surge a opinião hoje, de que o observador tem o direito de ver com a fantasia dele. Que não é importante dizer que dois cubos com três quadrados fazem uma coisa, o importante é que a pessoa veja o trabalho e tenha uma sensação direta. Porque você explicar a estrutura dessa sensação é destruir a visão. É como aquela história da borboleta que era muito bonita, então você separa a borboleta para explicar as asas, etc. Você destrói a borboleta. Não se deve destruir borboletas. Se apresenta o trabalho concreto no concreto, é o espectador que tem esse contato. Não se deve destruir esse contato com explicações.



Cartazes divulgando exposições de Mavignier em Zurique, 1975 e Bottrop, 1985.

O ponto é uma temática em seu trabalho, objeto de permanente experimentação. O que é o ponto?

O ponto não existe, o ponto é uma abstração. Isso aqui não é um ponto, isso aqui é uma partícula de tinta. A linha é uma série de pontos. O ponto é indeterminável.

Quer dizer, eu não faço uma pintura de pontos, eu faço uma pintura de partículas, de pigmentos de tintas, ou de quantidade de tinta. Isso que parece ponto é feito com vários utensílios muito primitivos, com pontos de óleo ou de acrílico, uma tinta que deixa uma ponta, um corpo pequeno que projeta luz e sombra. E que tem uma propriedade especial que reflete a luz, isso é uma coisa mecânica.

No contexto, em todo quadro, significa a deformação de uma figura geométrica. Porque a figura geométrica é uma figura precisa. Eu procuro a imprecisão através da precisão, como Picasso que deformou a figura de mulheres, as fisionomias, eu procuro deformar as figuras geométricas. Eu ponho a precisão, eu duvido da precisão. Eu procuro sabotar a precisão através da imprecisão visual. Isto é realmente importante, eu gostaria de focalizar isso.

Como é a utilização da tipografia nos seus trabalhos? Qual é a relação, a importância que elas têm nos seus cartazes?

A tipografia nos meus cartazes é uma necessidade de informação. Porque a tipografia através das letras pode informar. Interessante também é desinformar. A tipografia deve ajudar a ler. O interessante é fazer uma tipografia que se dificulte ler. A dificuldade de ler também é muito importante na informação. A informação não é apenas ditada pelo tamanho das letras, senão pela situação formal do cartaz. Quando um cartaz pode seduzir, então a legibilidade do cartaz está resolvida porque tem a intenção de saber o que o cartaz está dizendo. O cartaz ideal é o cartaz visual. No caso da tipografia, no caso particular do Alberts, ele inventou um alfabeto geométrico, em 1925, pelo qual matrizes, formas matrizes, eram utilizadas para fazer letras diferentes. Contrariando o uso da época que para cada letra tinha uma matriz sólida. Estas matrizes sólidas exigiam uma quantidade enorme para cada tipo de letra. Ele resolveu fazer um pequeno retângulo.



Cartaz de exposição de Mavignier, em que o texto está escrito em preto sobre preto, 1974.

Retângulo exato, podia ser usado no "n", outro no "i", ou no "m", de modo que a mesma forma podia ser utilizada em diferentes letras. Isso foi uma grande inovação.

Você acha que o design só se aprende na escola?

Não, o design se aprende na vida diária. No uso diário dos objetos, de diferentes épocas. O design nasceu quando o homem começou a fazer objetos úteis.

Quais são os fatores e os elementos fundamentais para a formação de um designer?

A informação.

O que você considera um bom design e quando você reconhece um bom designer?

O bom design como produto precisa funcionar, o bom designer como produtor precisa se refletir e decidir



Cartaz do festival Internacional de música "palestrina, lassus, monte verdi...", 1994.

com bom senso, inteligência para experimentar e andar adiante e andar atrás, de acordo com os resultados.

O designer é um receptor e um emissor 24 horas por dia, capta os sinais mesmo quando está despercebido. Onde sua antena está ligada? Onde você capta os elementos para sua criação?

Em nenhum lugar, eu capto elementos à noite quando não posso dormir, e começo a pensar.

Qual é o seu método de criação?

Nenhum. Porque eu sei que o método é desconhecido. Eu não posso conhecer o método antes porque não é mais. É uma surpresa. O método não é método, eu preciso ser surpreendido por resultados por coisas, eu não posso dizer antes. Porque a fascinação do trabalho é que eu não conheço, e o resultado eu preciso me fascinar, me surpre-



Cartaz O Vigor da Idade, Duisburg, 1996.

ender em primeiro lugar. Não é método porque é experiência. Experiência não é método.

Cinco décadas de trabalho, mais de trezentos cartazes, você acha que o designer gráfico deve ser um especialista ou ele tem que estar aberto para estar resolvendo qualquer problema de comunicação?

Ele deve estar aberto. Porque os problemas de comunicação se diferenciam, o que hoje é comunicação amanhã não é mais. No tempo de Toulouse Lautrec a comunicação se fazia através de carros puxados a cavalos. Hoje, a comunicação se faz através de automóveis com grande velocidade. A comunicação e os meios de comunicação se diferenciam e o designer deve estar aberto a essas coisas.

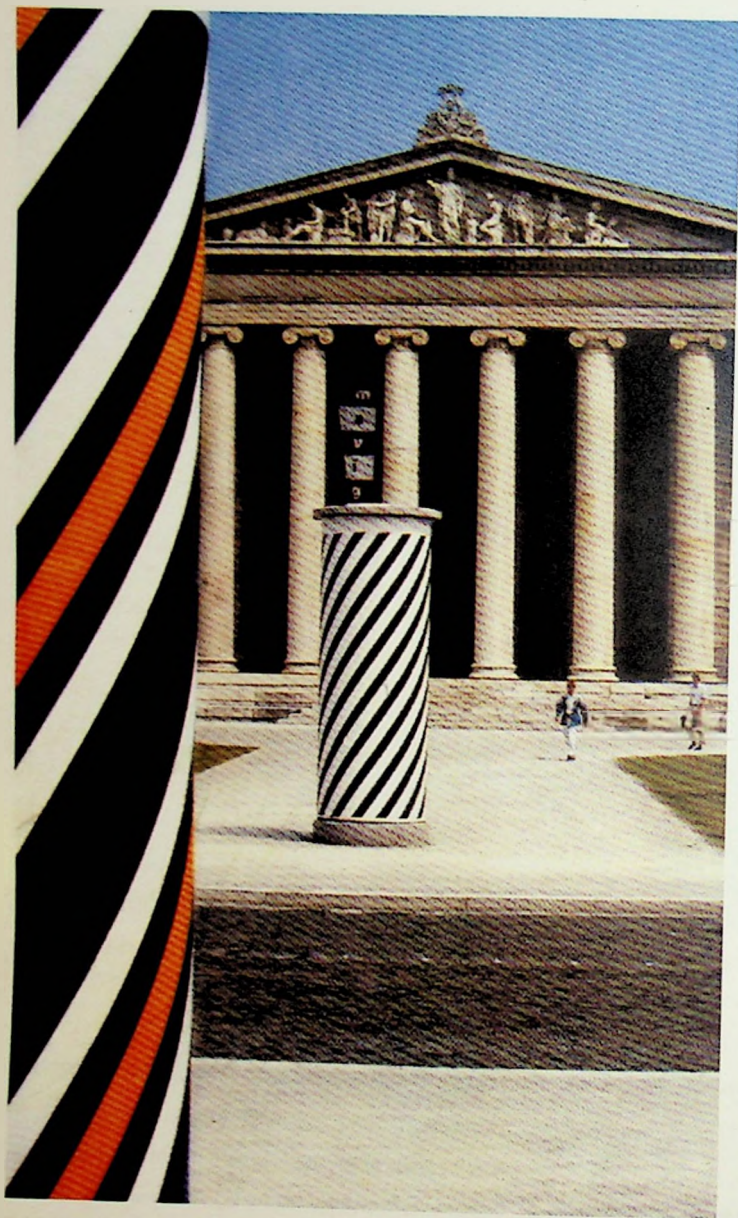
Poética visual numa arte gráfica, como você vê a Intuição do designer gráfico?

Eu aprendi que não há fronteiras entre arte gráfica e pintura. Quando eu faço um cartaz, é igualmente como quando eu faço a pintura, não há fronteiras. Sei porém que o cartaz tem uma função pública, o cartaz é como a prostituta e a pintura é como uma dona-de-casa. De modo que o cartaz é público e a pintura é privada. O cartaz é um diálogo e a pintura é um monólogo.

Em primeiro lugar, a poética não está na ordem gráfica, a poética está no consumidor, está na pessoa que vê. Essa pessoa pode ver poeticamente. Mas o resultado, a obra gráfica é inocente. Não é culpada de ser interpretada poeticamente. A interpretação vem do observador e não da obra.

Mas como é que você trabalha a sua intuição na sua criação?

A minha intuição é caótica, pode acontecer, pode não acontecer, pode acontecer de noite ou de dia, por telefone, quando alguém me pergunta: quero um cartaz assim e vem imediatamente. A intuição é inesperada. E quanto mais inesperado é mais surpreendente, e quanto mais surpreendente me dá o prazer de me surpreender.



O design não se modifica, porque o design funciona sempre com a função, isso é eterno.

Instalação Branco e Preto, Museu de Arte Antiga, Munique, 1990. Exposição organizada pelo Prof. Dr. Klaus Vlernsel, diretor do museu em Munique, em que mescla arte moderna com arte antiga. Mavignier expôs pinturas e cartazes e fez instalações na área externa.

Qual a relação do seu trabalho com a tecnologia, com os meios tecnológicos?

Infelizmente nenhuma, porque eu sou um grande ignorante em relação às coisas tecnológicas. Ignoro muitas coisas, não deveria ignorar, mas a minha geração não entende de tecnologia. Eu sou muito primitivo na forma de trabalhar.

Existe alguma diferença na essência do design da década de 50 com o de hoje?

O design não se modifica, porque o design funciona sempre com a função, isso é eterno. Do tempo dos gregos, dos egípcios até hoje. Existe uma pedra em Pompéia,

com uma escultura de um pênis que indicava o bordel. Este era o cartaz daquela época e não mudou. E indicava a casa de prazeres.

Qual é a diferença de hoje? Mudam os meios tecnológicos, mas a função é a mesma.

Pioneiro do design gráfico brasileiro, como você vê hoje o papel que você representa no desenvolvimento do design gráfico do Brasil?

Impossível, não posso ver, porque eu não sei o que eu faço. O que eu fiz deve ser ainda classificado, deve ser ainda comparado, isso eu pessoalmente não posso fazer.

CAUDURO & MARTINO



Nós na FAU achamos que se o arquiteto assumisse a responsabilidade dentro da Universidade de São Paulo, de introduzir o desenho industrial e a comunicação visual, seria mais importante do que fazer um curso, como depois foi feito com a ESDI.

Ludovico Martino

Descobri que existia uma coisa chamada arquitetura, que era uma profissão que você trabalhava com arte e técnica. Para mim foi o início do fim, foi como descobrir uma nova religião, um novo "Deus".

João Carlos Cauduro



designers industriais e gráficos,
arquitetos e doutores em arquitetura
e professore de comunicação visual

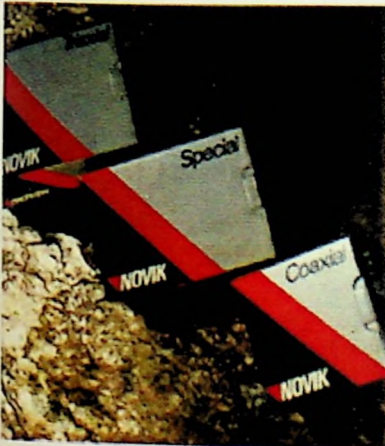
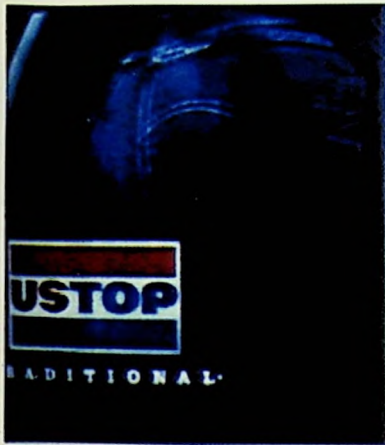
Perfil Ludovico Martino

- 1933 Nasce no dia 8 de julho em São Paulo.
- 1951/52 Faz o curso de Desenho Industrial no Instituto de Arte Contemporânea, IAC-MASP.
- 1950/60 Trabalha como desenhista técnico no escritório de arquitetura Plinio Croce e Roberto Aflalo.
- 1955/62 Cursa arquitetura na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP.
- 1962/64 Trabalha como free-lancer para escritórios de arquitetura: Carlos Milan, Jacob Ruschi e Warchavchik.
- 1964/01 Funda em sociedade com João Carlos Cauduro o escritório de arquitetura Cauduro/Martino, realizando projetos de identidade visual, produto, sinalização e arquitetura.
- 1973 Titula-se doutor em Arquitetura pela FAU-USP.
- 1963/79 Leciona a disciplina de Comunicação Visual na FAU-USP.

Perfil João Carlos Cauduro

- 1935 Nasce no dia 19 de fevereiro em São Paulo.
- 1955/60 Cursa arquitetura na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP.
- 1960/61 Cursa desenho industrial na Faculdade de Arquitetura da Università degli Studi di Firenze.
- 1961/64 Trabalha com o arquiteto Paulo Mendes da Rocha e em sociedade com o designer Bergmiller.
- 1962/72 Membro fundador da ABDI- Associação Brasileira de Desenho Industrial, participou de várias diretorias.
- 1964/01 Funda em sociedade com Ludovico Martino o escritório de arquitetura Cauduro/Martino realizando, projetos de identidade visual, produto, sinalização e arquitetura.
- 1973 Titula-se doutor em Arquitetura pela FAU-USP.
- 1963/97 Leciona a disciplina de Comunicação Visual na FAU-USP.





apresentação

Os professores Ludovico e João Carlos me receberam no escritório da Cauduro/Martino Arquitetos Associados, em julho de 2000. Numa ampla sede própria de 505 m² de área construída, projetada por eles para o desenvolvimento das atividades de projetos bi e tridimensionais, com áreas para finalização e montagens, editoração, salas de reunião, administração e salas individuais para os sócios e diretoria.

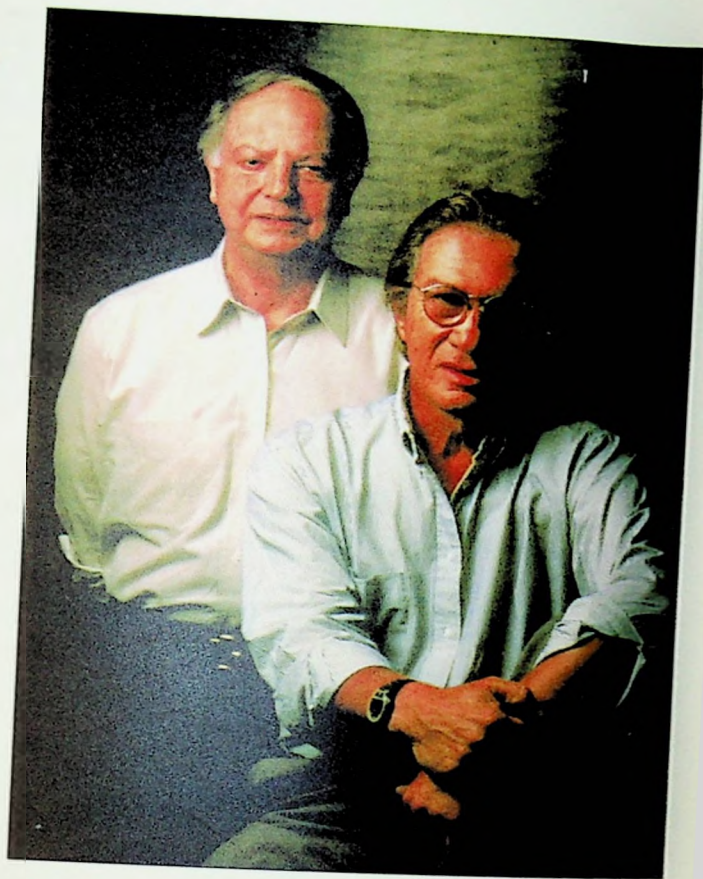
Com muita disponibilidade para me atender, os sócios montaram uma exposição dos trabalhos realizados por eles, pelas paredes, mesas e corredores do escritório. E demonstrando a experiência didática que possuem em quase três décadas de ensino em Comunicação Visual, apresentaram projetos que definiram uma linha de trabalho da Cauduro/Martino.

A associação de Ludovico e Cauduro deu-se após se conhecerem na FAU e finalizarem o curso, se reencontrando e percebendo afinidades em seus objetivos profissionais.

Ludovico já possuía um direcionamento na área de comunicação visual, com o curso do IAC, as marcas e catálogos criadas para os clientes do escritório de Croce e Aflalo e sua premiação do símbolo da FAU; Cauduro foi estudar Desenho Industrial na Itália e projetou uma exposição portátil sobre Brasília para mostrar aos europeus a capital do Brasil, projetada pelos arquitetos Lucio Costa e Oscar Niemeyer.

O primeiro trabalho da dupla foi uma grande exposição sobre a usina de Urubupungá, para a Camargo Corrêa, unindo a parte gráfica de Ludovico com a parte estrutural de Cauduro. A experiência deu certo e foram surgindo outros projetos até formarem a sociedade, em 1964.

A base de estudo em arquitetura, a experiência em comunicação visual e desenho industrial destes arquitetos transformou, após anos de trabalho e um longo percurso, projetos de marcas em programas de identidade visual de grande extensão, aplicando os princípios do programa em sistemas de sinalização, produtos, embalagens, arquitetura promocional, desenho urbano e arquitetura.

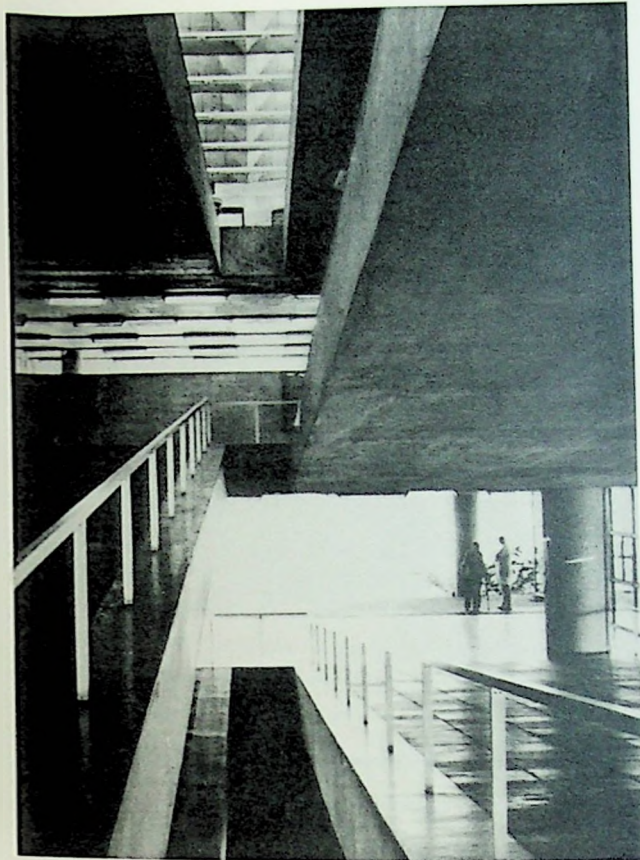


Ludovico Martino e João Carlos Cauduro, designers arquitetos, em 37 anos de sociedade criaram centenas de marcas para as principais empresas do Brasil

A partir daí criaram a definição de desenho total, propondo uma visão sistêmica aonde não existe subdivisões de áreas, mas sim uma organicidade de todos os elementos envolvidos criando a necessidade de desenvolver programas e sistemas dentro das empresas propondo uma normatização de todos os elementos visuais.

Esse conceito veio se aperfeiçoando através de uma atitude de trabalho na qual a pesquisa é o elemento fundamental para o levantamento de dados para análise dos problemas de comunicação da empresa. Esta pesquisa é trabalhada de forma geral com todos os públicos envolvidos com a empresa, internos e externos; dirigentes, funcionários e consumidores. Somente após a análise destas informações é que o escritório pensa o projeto.

Confirmando a denominação de escritório de arquitetura, a Cauduro/Martino Arquitetos Associados Ltda desenvolve o design com os elementos necessários para se construir uma obra. Prepara o terreno, analisa os elementos estruturais, planeja as etapas do trabalho, organiza a equipe



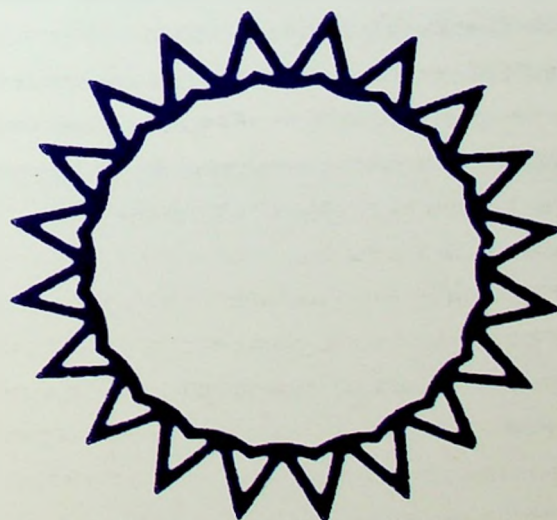
A FAU-USP foi a primeira faculdade de arquitetura a incluir as disciplinas de Comunicação Visual e Desenho Industrial em seu currículo escolar, em 1962. Os primeiros professores destas disciplinas foram Cauduro e Martino, que formaram gerações de designers arquitetos em São Paulo.

de trabalho, pesquisa a tecnologia envolvida, define um partido a ser defendido e oferece todos os meios para implantar o trabalho, supervisionando todo o processo até a finalização de todas as peças e a entrega de um minucioso Manual de Aplicação.

Sem saber distinguir qual prática estão atuando, os arquitetos-designers não encontram diferenças entre o design e a arquitetura. Nas duas práticas há projeto e a prática projetual é uma só, "não existe diferença entre projetar um alfinete e uma nave espacial", comenta Martino.

Esta é uma das questões que diferencia o escritório Cauduro/Martino, seu domínio da questão do "design total" integrando o projeto em todas as suas dimensões, da identidade visual ao produto, à sinalização e à arquitetura. E esta especificação define a escala de seus trabalhos para grandes empresas, demonstrando o imenso campo de trabalho que existe e pode ser explorado.

Esta integração do design à arquitetura foi desen-



O símbolo da FAU, uma das primeiras marcas criadas por Ludovico Martins. Ganhadora de um concurso interno da faculdade em 1956 é o corte da coluna dórica acoplado aos raios do sol. Os dois símbolos da Arquitetura e Urbanismo, na época. Antes era uma vista de um capitel jônico e o sol independente, que foram fundidos nessa idéia.



Martino, Cauduro e sua equipe em frente à sede do escritório no Butantã, em 1989.

volvida também na FAU, paralelamente à consolidação do escritório. Os sócios foram convidados a dar aulas de Desenho Industrial e Comunicação Visual em 1963, quando estas disciplinas foram integradas ao curriculum da faculdade. Cauduro permaneceu por 33 anos, até 1996, formando gerações de designers em São Paulo, já que a FAU era a única faculdade onde se lecionavam essas disciplinas até a década de 70.

Para aqueles que tinham interesse em seguir a carreira, a Cauduro/Martino sempre recebeu estagiários e profissionalizou os jovens estudantes recém formados.

"No fundo a gente transferiu um know-how muito grande nessa área, disso eu tenho certeza. Nós nunca escondemos nada, pelo contrário, tudo que produzíamos aqui no escritório, nós transferimos para todo mundo. Quando nós fazíamos um projeto com uma característica nova ou um conceito novo, na mesma hora era publicado e divulgado, sempre trocamos informação," diz Cauduro.

Porém, haverá sempre uma discussão entre os escritórios de design e arquitetura. Existem fronteiras entre profissões co-ligadas em que as áreas se cruzam. Em pesquisa realizada pela ADG em 1997, 25% dos designers em São Paulo tinham formação em arquitetura.

Os designers criticam os arquitetos que fazem design, como a Cauduro/Martino, por serem muito cons-

trutivistas, conservadores e pouco criativos. Arquitetos sabem projetar e vêem sempre a criação como uma metodologia. Os arquitetos criticam os designers, considerando-os muito tecnológicos, moderninhos, criativos, porém aleatórios com poucos métodos.

E neste sentido, tanto Cauduro quanto Martino proclamam as diferenças de formação e a preferência pela arquitetura. Para eles o fator da carga horária demandada pelo cursos de arquitetura é inevitável, significa quase o dobro dos cursos de design. São duas vezes mais cursos de projetos, estruturas e fundamentalmente história da arte.

Hoje, com a generalização e o desenvolvimento dos escritórios de design, estas diferenças tendem a diminuir, pois cada vez mais as áreas de atendimento do design se ampliam e a troca de experiência entre os profissionais também.

Do mesmo modo o ensino de design segue esta tendência, no sentido de não haver a divisão entre as áreas de produto e gráfica, e o aluno se forma com as duas capacitações, ao contrário do trabalho personalista e individual da grande maioria dos designers gráficos, que trabalham com uma pequena estrutura na maioria das vezes, quase que só ou com um assistente. Em geral, oferecem ao cliente uma atenção especial, atendem



O escritório Cauduro/Martino criou mais de 1000 Programas de Identidade Visual para grandes empresas brasileiras nos seus quase 40 anos de existência.

empresas médias e pequenas, na área exclusivamente gráfica, e o resultado é uma criação mais artesanal, emocional e artística. O design da Cauduro/Martino segue o comportamento das grandes equipes, onde o trabalho é contabilizado em horas técnicas para o desenvolvimento de cada etapa do projeto.

A criação corresponde ao conceito que é definido no processo do trabalho. Pensada de forma estrutural, obedece à rígidos padrões visuais de forma, cor, legibilidade, impacto e adequação ao referente, sendo reconhecida pelo conservadorismo de suas formas e na aplicação dos elementos tipográficos.

No decorrer destas décadas de atividade, a Cauduro/ Martino tem se adequado aos novos padrões de visualidade, inserindo elementos mais "soltos", menos estruturados em suas marcas. E na área de produtos e design de ambientes mantém-se atualizada no uso de materiais de ponta e novas tecnologias. Hoje, procuram mostrar-se abertos e transparecem a necessidade de definir o escritório com uma metodologia mais informal, defendendo a inovação em cada projeto e a não utilização de fórmulas metodológicas "Iniciamos cada projeto como se fossemos fazer o primeiro", afirmam eles.

Declinando sobre o velho conceito da Bauhaus "a forma segue a função", Cauduro preconiza que a forma

tem que ser visual, deve ser bonita independente de sua função e, citando Vinicius de Moraes, "as feias que me desculpem mas beleza é fundamental."

Sócios indissociáveis há quase 40 anos, desenvolveram nestas quase quatro décadas de sociedade mais de 1.000 projetos de grande porte, receberam o reconhecimento de empresas nacionais e internacionais, estimularam os empresários a valorizar o design, formaram gerações de designers e provaram que não há fronteiras entre a arquitetura e o design.



Sede do escritório da Cauduro/Martino, prédio projetado pelos sócios. Os espaços internos permitem a integração de várias atividades.



Ludovico Martino

entrevista

"Antes eu imaginava ser engenheiro mecânico, porque eu gosto muito da mecânica. Mecânica para mim tem um significado de precisão, medida sempre me atraiu. E, trabalhando no escritório do Plínio Croce, eu vi que não existia muita diferença entre o que eu estava pretendendo e a arquitetura."

Há 36 anos vocês têm um escritório de design, um dos primeiros escritórios no país, talvez começando como pioneiros dessa profissão. Eu queria lhes perguntar o que definiu o início da carreira de vocês como designers?

Martino Eu sempre gostei de uma coisa que é o desenho. Nos anos 40/45 eu ficava maravilhado de ver os desenhos de um primo arquiteto chamado Plínio Croce, já falecido, do escritório Croce, Aflalo e Gasperini, atualmente Aflalo Gasperini.

Plínio estudava no Mackenzie e nós tínhamos muito contato, eu o via sempre desenhando. Naquela época, nas cadeiras de arquitetura era obrigatório saber desenhar muito bem, inclusive nos estilos mais diversos, desde os antigos egípcios aos Luíses, enfim, napoleões e neoclássicos. Este aspecto me chamou muito a atenção e eu também tinha interesse em fazer coisas com as mãos. Na minha adolescência eu fazia brincadeiras construtivas, desde casinhas, coisas assim.

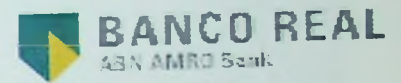
Em 51, esse primo me convidou para ir trabalhar no escritório dele, para ser desenhista técnico. Eu fui e gostei muito. Antes, eu imaginava ser engenheiro mecânico, porque eu gosto muito da mecânica. Mecânica para mim tem um significado de precisão, medida sempre me atraiu. E, trabalhando no escritório dele, eu vi que não existia muita diferença entre o que eu estava pretendendo e a arquitetura.

Para me incentivar no desenho o Plínio me indicou: "Vá fazer o curso do IAC". Então eu entrei no curso lá do Bardi, em 51, no MASP, que era ainda na 7 de Abril.

Lá eu tive a oportunidade de ver coisas que eu não conhecia, lógico. As aulas eram ministradas pelo Bardi que dava história da arte, pela mulher dele, a Lina Bardi, que dava história da arquitetura, além de uma série de arquitetos já falecidos, como Jacob Ruschti, que era um arquiteto suíço que trabalhou muito aqui no Brasil, e o Salvador Candia. Tinha o pessoal de fora Leopold Haar que era tcheco se não me engano, e ele dava trabalhos visuais de uma maneira geral, o Sambonet, que era um designer famoso, ele tinha uma fábrica de talheres em Milão...

Tudo foi uma novidade para mim e me abriu uma nova visão. Eu não sabia da extensão do fato de fazer alguma coisa. E após eu terminar o curso do IAC prestei vestibular para arquitetura em 55, pois achava que eu teria que fazer esse tipo de trabalho.

Paralelamente a isto eu continuava a trabalhar no escritório de meu primo onde tive oportunidade de fazer peças gráficas, porque os clientes do escritório eram todos empresários, tinham indústrias, bancos, etc. Quando aparecia um negócio para fazer marcas, folhetos, qualquer coisa nesse gênero, então ele me empurrava: "Você que vai fazer isso, olha vai lá."



Algumas das marcas criadas pelo escritório Cauduro/Martino, entre as décadas de 60 e 80.



João Carlos Cauduro

João Carlos, como você definiu a sua carreira profissional?

Cauduro Desde pequeno eu sempre gostei de artes. Com doze anos comecei a estudar pintura, independente de estar no colégio. E eu sempre gostei das cadeiras técnicas de ciências e matemática. Então, eram duas linhas que existiam, uma mais artística e uma outra que era mais científica. Eram dois pólos que sempre gostei muito. Quando tinha 15/16 anos, eu descobri que existia uma coisa chamada arquitetura, que era uma profissão que você trabalhava com arte e técnica. Para mim foi o início do fim, foi como descobrir uma nova religião, um novo "Deus". Aconteceu a coisa que eu procurava "o que eu vou ser". Então a coisa aconteceu aí, este foi o início.

Eu conheci o Ludovico no cursinho para entrar na FAU. O Ludovico entrou antes na FAU, mas acabamos estando todo tempo na faculdade juntos e terminamos o curso praticamente juntos.

Quando terminei arquitetura, ganhei uma bolsa do governo italiano para estudar desenho industrial na Itália. Em Florença tinha uma disciplina de desenho industrial, no quinto ano da faculdade, uma optativa.

Nesta época, Brasília tinha acabado de ser inaugurada, e para nós ela tinha um significado brutal, quer dizer, você poder projetar uma cidade. Achei que devia levar uma exposição sobre Brasília para a Europa. Então boleei uma exposição que conseguisse levar numa mala, com um con-

Brasília tinha acabado de ser inaugurada, e para nós ela tinha um significado brutal, quer dizer, você poder projetar uma cidade. Achei que devia levar uma exposição sobre Brasília para a Europa. Então boleei uma exposição que conseguisse levar numa mala, com um conjunto de slides, com os quais eu fazia palestras.

junto de slides, que eu fazia palestras, mostrava o que era Brasília e tal.

Fui para Florença, fiz esse curso de desenho industrial e com isso passei quase dois anos na Europa, viajando muito, apresentando a exposição e vendo muita coisa.

Foram duas coisas, primeiro o curso de desenho industrial, que foi muito bom para mim, foi fantástico, e a segunda coisa foi viver aquele momento dos anos 60. Fui para ULM; fiquei lá com Maldonado alguns dias, estava permanentemente em contato com profissionais da área de design, seja da área gráfica ou da área de desenho industrial. E só não quis trabalhar lá (eu tinha alguns convites), porque eu achei mais importante viajar a ficar trabalhando em escritórios.

O escritório do Cauduro/Martino começa a funcionar a partir de 64?

Cauduro Quando eu voltei, meio período eu trabalhava com o Paulo Mendes da Rocha e meio período eu já tinha aberto o escritório. E o primeiro trabalho que fizemos juntos foi o projeto de programação visual da usina de Jupia. E depois, fomos convidados pela Camargo Correia para fazer uma exposição sobre a usina de Urubupungá. Era uma exposição muito importante, que tinha como objetivo conseguir financiamento no exterior, então precisava mostrar o que era Urubupungá. O Ludo foi chamado para fazer a parte gráfica e eu a parte estrutural da exposição.



Diversos Manuais de Identidade Visual criado pela Cauduro/Martino. O Manual contém todas as aplicações definidas para a marca em papelaria, comunicativos, sinalização, produtos, arquitetura promocional, etc.

Isso foi em 63, e dessa aproximação a gente acabou automaticamente fazendo outros trabalhos juntos. Quando pegava um projeto, convidava o Ludovico para fazer junto, e vice-versa.

Em 1964, o Bergmiller, que era meu sócio no escritório, mudou-se para o Rio de Janeiro. A ESDI- Escola Superior de Desenho Industrial foi inaugurada e ele foi da equipe que montou o curso. O Ludovico comprou a parte dele, metade do telefone, metade da mapoteca.

Nessa época a gente já estava dando aula na FAU juntos. O Ludovico dava programação visual e eu dava desenho industrial. A FAU teve estes cursos um ano e meio antes da ESDI começar a funcionar.

Quando a atividade do designer necessita de um aparato maior, uma equipe para se consolidar? Como foi o funcionamento do escritório Cauduro/Martino?

Martino Começamos nós dois e um "boy", nós éramos três e fazíamos tudo. Acontece que a gente acabou sendo solicitado para outros trabalhos, e alguns trabalhos exigiam uma equipe muito disciplinar. Todos os trabalhos são feitos aqui dentro, nós nunca usamos outros escritórios para complementar, e a gente foi se estruturando. Até 1972 éramos o João Carlos, eu e meia dúzia de desenhistas, na época fundamentais porque era tudo feito à mão, não existia esse processo que hoje nós temos com a computação gráfica.

Em certas épocas havia até 15 arte finalistas aqui dentro, e uma administração mínima, uma secretária e um contador para cuidar da parte burocrática.

Em 72, o Marco Antonio A. Rezende foi convidado para desenvolver o atendimento aos nossos clientes. Ele começou trabalhando e hoje é nosso sócio. Com isso nós podemos ficar 10 horas por dia trabalhando na prancheta, que é o que a gente gosta. Nós só mantemos contato com o cliente na hora em que estamos discutindo detalhes do projeto.

Quando o Bruno Padovano saiu do escritório para fazer doutoramento nos Estados Unidos, ele trouxe o Carlos Dranger para substituí-lo. O Carlos Dranger veio para cá em 74/75 como estagiário, e hoje é diretor do escritório e também sócio.

Tem mais uns dois profissionais que estão aqui há 15 anos ou mais, há 20 anos. Normalmente nós discutimos os trabalhos em conjunto, trocamos informações, mas no fim cada um passa a ser o responsável por um número de projetos aqui dentro, é como se fossem quatro escritórios juntos. Apesar de estarmos sempre trocando informações, existem prazos, existe um programa de projetos que cada um cuida.

Qual é o processo de criação do escritório?

Cauduro Durante muito tempo nós estudamos muito a metodologia de projeto. Quer dizer, esta metodologia, ela é interessante no sentido de você tentar estruturar ao



Os letreiros para identificação das agências do Banespa foram desenhadas e moldadas em fiberglass

máximo o conhecimento daquele problema que você tem a resolver, daquele projeto, e transferir as atividades criadoras como a última etapa de um processo.

Isto eu acho que é correto, fazer inicialmente um bom levantamento, uma boa análise. Por exemplo, o trabalho do Banespa, quando a gente foi contratado, ficamos dois meses só visitando agências, visitando os bancos e não sabíamos por onde começar. Não sabíamos se mudávamos o nome, não sabíamos como, entendeu? Porque aquilo tudo estava um lixo. Depois de 2 meses, pensando, só pensando, de repente a gente conseguiu descobrir o caminho e tudo mais.

Não existe regra. Cada projeto que a gente inicia hoje é como se fôssemos começar o primeiro, a gente sofre as mesmas angústias.

Não existe uma metodologia que você tenta colocar todas as coisinhas lá, e sai o projeto, eu acho que é um processo, este processo que é importante. E cada projeto é um projeto. Mesmo que você já tenha feito quinhentas marcas, esta que você vai fazer é como se você tivesse começando de novo, como se fosse a primeira que estivesse fazendo.

E é claro, que você faz hoje, baseado na que você fez ontem, antes de ontem... Tem uma experiência acumulada e isso é fundamental.

Nós fomos percebendo que design é a transferência de know-how. Não existe design sem tecnologia, não existe arquitetura sem conhecer estrutura. Para fazer um projeto de arquitetura, se você não conhecer estrutura é impossível. E a mesma coisa no objeto, seja em programação visual ou desenho industrial, você tem que dominar as tecnologias.

O escritório de vocês sempre esteve ligado a uma especialização na utilização da tecnologia?

Martino Nós fomos percebendo que design é a transferência de know-how. Não existe design sem tecnologia, não existe arquitetura sem conhecer estrutura. Para fazer um projeto de arquitetura, se você não conhecer estrutura é impossível. É a mesma coisa no objeto, seja em programação visual ou desenho industrial, você tem que dominar as tecnologias.

Quando a gente fez o trabalho no Banespa, e chegou na parte de identificação das agências, já tínhamos percebido que existia uma fusão entre identificação e arquitetura. A gente nessa época já não pensava mais em coisa isolada, a gente pensava em sistema. O módulo de identificação não interfere na arquitetura e nem a arquitetura interfere no módulo. Ele mal se encosta. Este conceito a gente já vinha desenvolvendo.

As indústrias que faziam luminosos eram péssimas, a tecnologia era zero. Então no caso a gente resolveu fazer uma peça industrializada, porque tinha que fazer cerca de mil peças, certo? Então nós tínhamos uma peça de Fiberglass moldada, que eram duas conchas moldadas em relevo, que tá aí até hoje.

Vocês trabalham todas as dimensões da arquitetura, o design interior, exposições, sistema de



O Programa de Identidade Visual para o grupo Villares contou com uma extensão de mais de 3.000 itens de aplicações de papelaria, design de interiores, mobiliário, sinalização, exposições até talheres e outros utensílios.

Identidade visual, embalagens. O que vocês acham que é necessário para a formação de um designer, para que ele possa responder a todas as solicitações de comunicação?

Cauduro Olha, eu acho que existem casos isolados, como o sujeito que desenha carro, pode se especializar só no desenho, mas a gente vê como um outro aspecto.

Martino Se você analisar o meio-ambiente, que eu acho que é a uma coisa fundamental para todo mundo, seja o meio-ambiente de trabalho ou meio-ambiente urbano, o que é mais importante, a qualidade ambiental ou a peça isolada?

Cauduro Eu me lembro do caso de um aluno que estava desenhando um sistema de telefones para escritórios. Ele trabalhou loucamente e, ergonomicamente, resolveu tudo. Tecnicamente, no fim, ele chegou com um aparelho que em qualquer lugar que você punha, em cima de qualquer mesa, ele brigava com todos os objetos que estavam do lado.

Martino Quer dizer, não dá mais para pensar de forma isolada. Nós temos de pensar hoje, numa visão integral, o objeto no meio-ambiente. Na cidade você tem exemplos espetaculares de bom desenho, e o ambiente da cidade é terrível, é absurdo. Você pega São Paulo, é uma loucura, de poluição, de desorganização, de desestruturação. Então eu acho que a gente tem que pensar o contrário,

a gente tem que pensar como qualquer intervenção que você faz na cidade, é como melhorar a qualidade ambiental da cidade. Como você pode aumentar a legibilidade da cidade, seja o projeto que for. Se você está fazendo uma praça, essa praça tem que passar um significado para o ambiente, essa é a visão design.

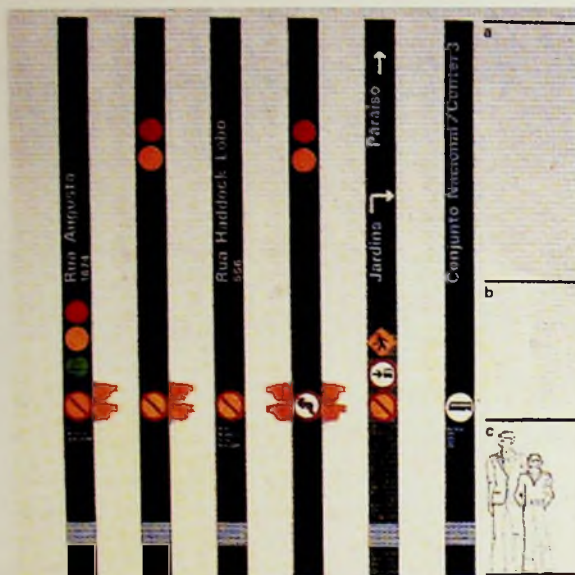
A relação design e meio-ambiente é fundamental. Isso exige realmente uma abertura. Uma coisa é você ficar fazendo uma marquinha, outra coisa é pegar essa marca e colocá-la no contexto em que ela vai ser usada. Muda tudo.

Cauduro Houve trabalhos que a gente fez, por exemplo, de alto-falantes, cujas peças principais eram as embalagens. E nós acabávamos desenhando até os alto-falantes. Era como você apresentar um alto-falante pro sujeito comprar a embalagem. A marca quase saiu de um estudo das embalagens, porque não interessava você ter uma marca isolada, essa marca tinha que estar presente com o produto.

Hoje temos de ter uma visão muito ampla, pensar no objeto e no significado desse objeto dentro do ambiente, isso é fundamental.

O que define uma operação bem sucedida, o que define um bom design? Vocês poderiam dar exemplo através de um trabalho?

Martino Em 1967 a Villares fez um concurso e nós fomos um dos convidados para criar a família de marcas de



A 100 m, o pedestre pode ler as indicações nos postes. O projeto de sinalização da Av. Paulista até hoje é um diferencial dentro da cidade de São Paulo.

seu grupo de 4 grandes indústrias, de áreas diversificadas: Elevadores, Divisão Equipamentos, Aços Villares, Ferropeças e prever marcas futuras para outras empresas.

Era um sistema de marcas e nós desenvolvemos um quadrado que a diagonal, metade é preta, e a outra metade é branca. Utilizamos quatro quadrados e deixamos fixos, metade preto metade branco, que formava o "V". E depois pegamos esses dois quadrados de cima e fomos combinando quatro posições, dois elementos que davam dezesseis combinações e formaram uma família de marcas. Com isso a gente acabou ganhando o concurso, e para nós foi realmente um grande aprendizado. Trabalhamos para a Villares, pelo menos durante 6 anos. Na primeira fase implantamos toda família de marcas e desenvolvemos todo o sistema gráfico, a parte de papelaria, posteriormente a parte de sinalização, os veículos, e assim por diante, até os estampos dos talheres do restaurante foram desenhados.

Fazíamos tudo para a Villares e a idéia do design total realmente começou a surgir deste trabalho, pois desenhávamos desde os produtos da empresa, no caso os elevadores, até a arquitetura e seus estandes promocionais em feiras.)

Cauduro Outro exemplo foi o projeto da Av. Paulista. A Paulista estava a três anos intransitada, sendo esburacada com o projeto do Figueiredo Ferraz, que era um projeto de ter vias subterrâneas, metros, tudo subterrâneo. O projeto demandava muito tempo e quando mudou o prefeito, ele

chegou à seguinte conclusão: se fizermos a Paulista nós não teremos mais nenhum tostão para a cidade. E eles resolveram parar com tudo.

Martino Mas acontece o seguinte: a Paulista, pelo significado histórico que ela tem, pelos três anos de buracos com que ela ficou, precisava dar alguma coisa em troca, precisava refazer a Paulista inteira.

A Rosa Grena Kliass foi chamada para fazer o paisagismo e nós ficamos encarregados de fazer toda parte de planejamento ambiental, resolver os problemas de sinalização, de mobiliário urbano e pensar como organizar a Paulista ambientalmente.

Verificamos o seguinte: se você analisar um cruzamento, você tem postes de iluminação, semáforos, cesta de lixo, sinais de trânsito, placas com nome de ruas, jardineiras. Quer dizer, numa esquina existem dez ou doze elementos, um do lado do outro, e cada um projetado sem pensar que haveria outros. São coisas isoladas que depois são agrupadas.

Então, dentro disso, falamos: "Não dá para fazer isso, vamos tentar definir um elemento que possa conter todos esses doze sinais que estão aí perdidos, tentar concentrar num único elemento." Essa foi uma das idéias que fomos desenvolvendo. E surgiu a idéia desse poste de uso múltiplo: tinha semáforo, tinha informação sobre orientação a longa, a média e a curta distância.

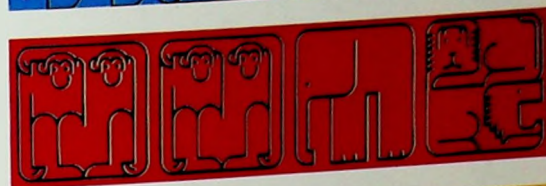


O verde é como se fosse as placas verdes que são indicativas de orientação, os azuis são pra indicar locais, então se tem o Conjunto Nacional, tem o MASP; e os pretos ficavam sempre nas esquinas que eram os postes onde antes eu tinha a direção de rua e farol.

Martino O projeto de comunicação visual do Zoológico é um bom exemplo para analisarmos esse conceito de design total. Começamos este projeto definindo uma família de marcas. No fundo era um sistema de marcas em que pegamos o macaco, o leão e o elefante, que eram os bichos que mais tinham significado lá, por uma pesquisa que fizemos e projetamos toda a sinalização do Zoológico.

Depois de ter feito esse projeto e tê-lo implantado, o Zoológico vivia em dificuldades financeiras porque quase a metade dos bichos ficava trancada lá no fundo, pois não existia espaço pra serem expostos, e eles estavam começando a fazer toda a arquitetura de casinhas, de coisas construídas. Então propusemos ao diretor um projeto para ajudá-los.

Nessa época, o Bruno Padovano estava com a gente e o conceito que estabelecemos foi o seguinte: prender os visitantes e soltar os bichos. Sugerimos criar um ambiente rural, o mais natural possível, utilizando toras e pedras, coisas naturais. Fizemos vários projetos, que acabaram indo ao governo e conseguiram melhorar um



Ao lado o totem de sinalização do Zoológico e os bichos que mais tem significado e definiram o sistema de identidade visual do parque: o macaco, o leão e o elefante.

pouco a situação. Mas era necessário pensar no Zoológico como um todo.

Acabamos fazendo um plano diretor, na primeira parte fizemos um inventário, levantamos tudo que tinha no Zoológico. Foi um trabalho exaustivo, tentando definir desde a área, o que podia ou não ser feito.

Na segunda etapa fizemos um levantamento ergonômico de cada bicho, o que cada um precisa para viver, suas características. Analisamos também o conforto ambiental, infra-estrutura necessária, equipamento especial, tipo de barreira e descanso público.

E isso foi muito importante. Dentro daquele conceito de soltar os bichos, acabamos tirando muitas grades e fazendo mais fossos, deixando-os num ambiente mais natural.

A terceira etapa foi projetar todos os recintos. Por exemplo, tentamos pegar todos os pássaros que existiram na cidade de São Paulo e hoje estão em extinção. Então foi feita uma grande cúpula geodésica com mais de 80 metros de altura, onde você percorria um deck de madeira e todos os passarinhos estavam soltos.

Os bichos integravam o microclima para as pessoas entrarem, deixando-os no seu espaço. Foi um projeto muito bacana que ainda está implantado.

Dentro do escritório existe uma divisão, por exemplo, designer de produto / designer gráfico?



Martino Não existe. Inclusive umas das coisas que o escritório sempre fez foi formar as pessoas que aqui trabalham. Aliás, uma boa parte dos profissionais dos escritórios de design que existem hoje em São Paulo, saíram daqui.

Naturalmente começaram como estagiários e no fim saíram para cuidar de suas vidas, e somos amigos de todos eles. No escritório da Oz, por exemplo, tem uma série deles. Sempre houve esse processo de você estar permanentemente formando gente aqui dentro.

Como a gente também sempre estava ligado a Universidade, isso acontecia mais ou menos naturalmente, os estudantes da Universidade que queriam trabalhar e que tinham vocação para o design, e não só para a arquitetura.

Mas uma coisa deve ser dita: tanto eu como o Ludovico adoramos fazer arquitetura. Acho arquitetura a coisa mais importante. Então, os projetos de arquitetura do escritório se não é o Ludovico que faz eu faço, ou eu tiro do Ludovico e faço, porque o que eu mais gosto é fazer arquitetura, porque é muito mais difícil, arquitetura é difícil, é complicadíssimo.

Vocês acham que design só se aprende na escola? Qual é o papel de uma formação, quais são os elementos fundamentais à formação de um designer?

Cauduro Eu acho que designer não se forma só dentro da escola, quer dizer, a escola é muito importante, principalmente hoje em dia.

Se você pegar a Itália, que é o maior centro de design que se conhece, por exemplo, 90% dos sócios da ADI, Associação dos Designers Italianos não vieram do design, vieram do curso de arquitetura.

Se você pegar em termos de design você tem, é claro, uma série de produtos bem independentes, mas uma boa parte é muito ligada ao edifício. Então quando você pensa na arquitetura você já está pensando no layout, no móvel que você quer pôr, no cartaz que você quer colocar na parede, no objeto etc. São coisas muito afins.

Nós não sabemos aqui no escritório se estamos fazendo arquitetura, desenho industrial ou comunicação visual, porque as coisas estão muito interligadas. Se você pegar um projeto de sinalização, é desenho industrial ou é comunicação visual, e se você pegar esse elemento de sinalização e analisá-lo dentro do contexto do ambiente, ele passa até a chegar num plano dentro de uma visão de planejamento urbano. Então são muito integradas.

Martino Eu acredito também que a formação do designer como arquiteto é mais completa. Porque a idéia do projeto é sempre muito interligada, a atitude de quem projeta é de querer resolver problemas que existem, então isso é uma coisa que sempre existiu, até inconscientemente, em



Para a Telesp celular foi desenvolvida uma linha completa de produtos, peças para pontos de venda, design ambiental, postes de sinalização, letreiros, uniformes, sacolase, etc.

quem sempre projetou. Você pega por exemplo um arquiteto brilhante americano, um Frank Loyd Wright, que projetava tudo, não só arquitetura, ele fazia o mobiliário, fazia a toalha de mesa das casas que projetava...

O fato que eu queria lembrar é o seguinte: o problema da massificação; com a revolução industrial que surgiu na Inglaterra, existiu uma potencialidade de produção muitíssimo maior do que a anterior. Por que isso? Porque existiam meios, o desenvolvimento da máquina substituindo a mão-de-obra.

Nós não podemos negar que inconscientemente esse pessoal todo que fez novos produtos, em série e alta produção, estava fazendo design. Não existia uma escola de design no fundo, existia o conceito do trabalho, isso que eu acho que é importante.

E você pega o próprio Estados Unidos na virada do século passado por exemplo, expoentes como um Ford para produzir automóveis. Ele foi buscar aonde a idéia da produção do automóvel seriado? No desenho, existiam processos de produção. Na Suíça se iniciou em 1825 a produção seriada de relógios, posteriormente nos Estados Unidos, por volta de 1870, a produção de relógios americanos baixos. O que aconteceu? Henry Ford pegou o exemplo, e produziu os automóveis conforme se fabricavam os relógios. O próprio Edson fez isso. O Edson basicamente não inventou nada, ele era um cara perseverante que pegava uma idéia e desenvol-

via até o limite possível da época. Assim foi a lâmpada elétrica, o fonógrafo, ele fez uma série de invenções. Ele soube produzir, então isso tudo é design.

A gente não pode dizer: "não, tem uma escola formando o cara que vai fazer isso". Agora, modernamente, sem dúvida, é bom que haja uma escola que guie de vez para esse caminho, de como proceder para produzir coisas, executar, fazer, projetar.

Vocês formaram muita gente no escritório e tiveram um papel muito importante no ensino de design dentro da Universidade de São Paulo. Até hoje na FAU existem poucos professores de comunicação visual, para darem continuidade a esse processo de formação. Vocês iniciaram dentro da arquitetura a formação do design em São Paulo, diferente do Rio cuja formação vem da ESDI. Como foi este processo?

Cauduro Eu gostaria até de falar sobre isso porque me preocupei, mesmo antes da FAU introduzir as disciplinas de desenho industrial e programação visual, com as seqüências do departamento de projetos e de comunicação visual.

No IAB existia um departamento de desenho industrial que cuidei. E uma das coisas que a gente sempre se preocupou foi como introduzir o desenho industrial, por-



Cartões magnéticos, um dos exemplos de produtos que têm crescido muito no mercado e são desenvolvidos para seus clientes, bancos, companhias aéreas, agências de créditos, de seguros saúde, etc.

que tinham poucos professores com experiência nessa área, e era uma coisa nova.

A FAPESP tentou fazer um curso de design, isso nos anos 60. A gente sempre teve cuidado, e a própria ESDI viveu muito tempo em crise e vive até hoje.

Nós na FAU achávamos que se o arquiteto assumisse a responsabilidade dentro da Universidade de São Paulo, que é uma das universidades mais respeitadas do país, e se introduzíssemos o desenho industrial e a comunicação visual na FAU, na época a faculdade mais específica, seria mais importante do que fazer um curso, como depois foi feito com a ESDI.

A FAU começou quase um ano e meio antes da ESDI, e isso foi a própria visão do Artigas, que introduziu dentro do departamento de projetos as disciplinas de desenho industrial e comunicação visual, com o mesmo número de horas das disciplinas de arquitetura e de planejamento, porque a FAU era em período integral. Então se você pegar um currículo da FAU, ele é muito mais completo que o currículo das escolas específicas de desenho industrial.

Vocês acham que um aluno que sai formado na FAU com toda uma formação dentro da arquitetura mas que quer ser designer gráfico, designer de produto enfim, tem mais formação do que o aluno de um curso de design?

Martino Você pega um arquiteto que acaba indo mais para a área de comunicação visual ou desenho industrial, ele tem uma visão tridimensional muito maior, ele capta mais facilmente essa visão de espaço que ele tem muito mais desenvolvida. Além de que no global ele tem uma formação muito maior, ele tem uma formação de tecnologia muito maior, uma formação cultural muito maior, uma formação sociológica muito maior, uma formação mesmo em história da arte. Ele tem uma visão integrada.

Agora, isso é discutível porque existem escolas de design fantásticas. Você pega todas essas escolas, mesmo ULM. Uma coisa é ela estar integrada dentro da universidade que ela passa a estar dentro de uma estrutura sólida. Outra coisa, são os cursos privados, como os que existem na Itália hoje. E em cursos assim um super designer dá um curso de três meses e vai embora. Acho que isso é interessante. Acho que existe essas duas linhas, quer dizer, o importante é a qualidade.

O escritório Cauduro/Martino sempre esteve ligado a grandes projetos multinacionais de sistema de identidade visual. Eu gostaria que vocês falassem um pouco sobre isso. Como foi a criação da extensão desse trabalho?

Cauduro É como eu falei, é sempre a experiência de ontem que leva à experiência do dia seguinte, ninguém cria



AA tradicional loja Riachuelo foi totalmente reestruturada. Foi criado um "formato" Riachuelo para dar personalidade a sua marca e aplicado em todas as suas manifestações visuais.

...nada de um dia para outro, é um processo. É claro que estamos permanentemente reciclando, estudando, analisando.

Uma das coisas que nos difere e que é uma característica do escritório é que só fazemos um projeto se temos a certeza de que aquilo que estamos propondo é o correto.

A coisa mais comum que existe é um cliente, seja multinacional ou não, que vem aqui e pede para fazer uma marca ou um outro tipo de coisa. Então começamos a analisar a empresa, o que acontece, como é que eles se comunicam, a gente acaba chegando à conclusão, às vezes de que ele não precisa de uma marca, que ele precisa de uma reestruturação.

É uma das coisas com que o Ludovico perde meses com o cliente, porque ele faz uma proposta e o cliente fala que não é bem assim. O Ludovico não sabe falar "não" para ninguém, então ele vai fazendo até que chega uma hora que o cara já viu tanta coisa que até a cabeça dele já mudou. Então uma das coisas que eu acho muito importante é que a gente perde muito tempo para mudar a cabeça do cliente. Para aquilo que a gente acha que é o fundamental para ele. Nós temos visto aqui manuais de identidade visual, uma riqueza incrível e você analisa, e analisa o cliente, já aconteceu isso aqui. Você fala: "coitado do cliente", quer dizer, ele entrou em uma fria, ele não precisa nada disso, isso aqui não tem nada a ver com ele.

A primeira coisa é você saber exatamente o que fazer. A hora que você sabe o que fazer, é 50% do caminho andado. Nesse ponto, a gente tem experiência com o grande Marco Antonio, que é um intelectual, um cara que está sempre estudando. De qualquer forma, a gente nunca faz um trabalho, se não sabemos se tal trabalho vai ser eficiente para o cliente. Talvez seja esse o fato que fez a gente crescer, ser muito honesto com o cliente, chegar e vestir a camisa do cliente, brigar com ele e dizer: "Isso aqui não, isso aqui não pode". Então temos uma certa autoridade para chegar e dizer: "Isso aqui não interessa pra você, isso aqui é negativo, o seu problema é outro." No caso de programa de identidade visual, a gente pode dar alguns exemplos de programas que tem uma identidade visual maravilhosa e também não têm marca praticamente, mas têm uma identidade. E essa identidade está presente em todas as manifestações na empresa. O que é identidade? É o conjunto de características próprias e exclusivas daquela empresa, pode ser uma marca, mas pode ser também uma série de outros elementos. E como a gente sabe que hoje em dia 80% da comunicação entre o cliente e o público é feita através de sistemas visuais, você tem que organizar o sistema visual. E o que é sistema visual? São todas as manifestações visuais que caracterizam uma empresa, desde a arquitetura. Num banco por exemplo, a agência é funda-



Sistema de Sinalização para a rodoviária de Brasília, 99.

mental. Você tem o espaço organizado, você tem o mobiliário organizado, você tem os papéis organizados, você tem o talão de cheque organizado, mas a parte gráfica é talvez um terço do total. Num programa de identidade visual você deve planejar todas as manifestações visuais, tudo aquilo que se comunica com o cliente, da empresa com seus diversos públicos, até com o público interno. Um programa de identidade visual bem organizado melhora até a relação entre os funcionários, a produtividade aumenta e os custos caem. O trabalho do Banespa, por exemplo, tinha 6 mil impressos, que nós conseguimos reduzir pra 3 mil.

Quais as diferenças do designer gráfico da década de 50 e de hoje, e como você vê hoje o desenvolvimento do designer gráfico?

Martino No conceito não existe diferença. O que existe é uma mudança que é constante em tudo, ou seja, tudo é mutante, existem novas posições e exigências da nova situação, a diferença básica está aí.

Em termos de coisas novas que são agregadas, surgem conceitos de comunicação bastante recentes, inclusive a

própria televisão. Começou através dela o movimento, a imagem e chegamos à Internet. Não existe aí uma variação de como enfrentar essa nova situação, a atitude do projeto é a mesma. Agora, você dispõe de outras ferramentas. O computador agiliza o trabalho, a gente não perde um tempo lá fazendo past-up ou o que seja.

Esse é o dado que eu acho essencial e não vejo outra novidade.

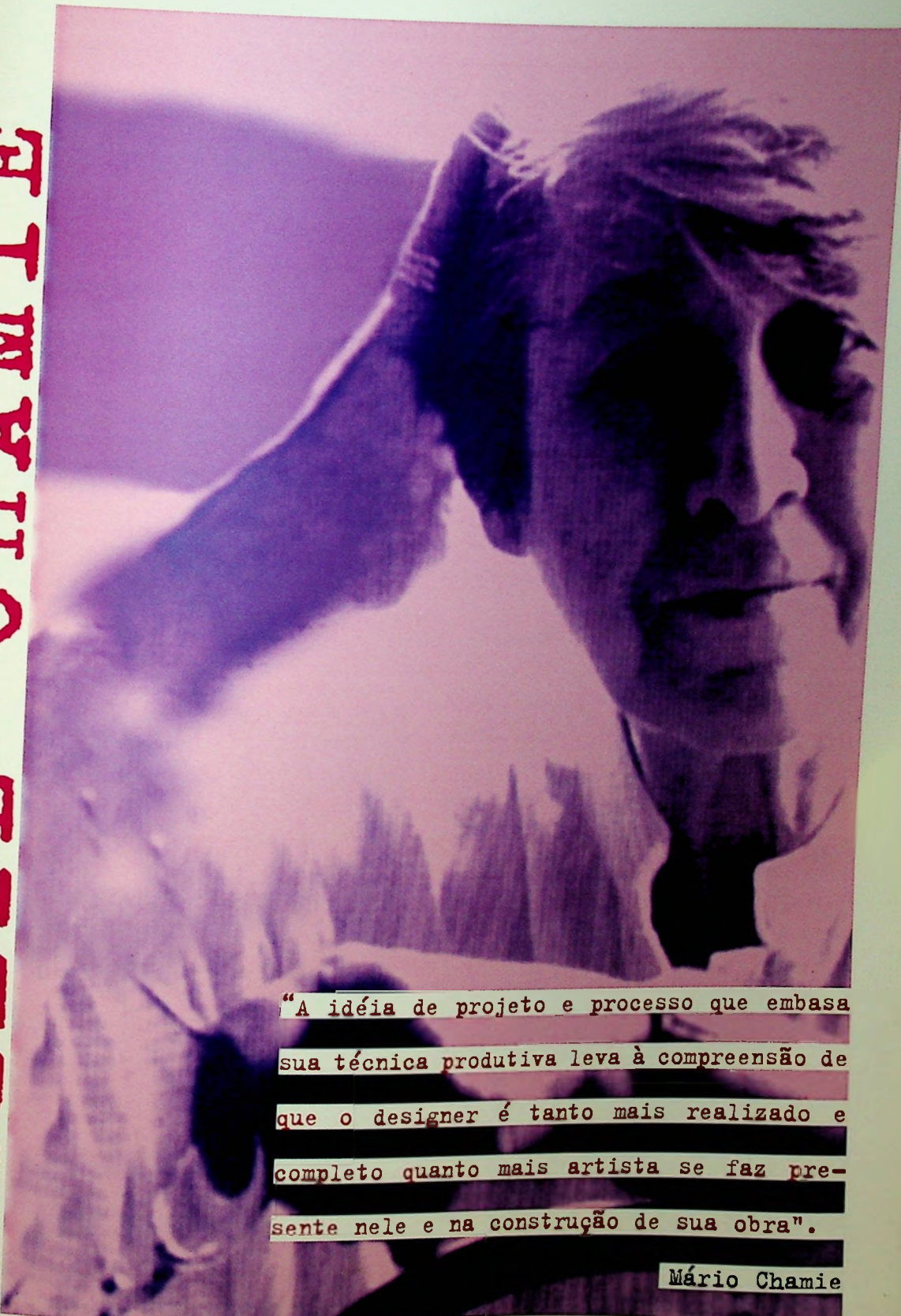
Como vocês se sentem com o papel que desempenharam dentro do desenvolvimento do design no Brasil. Vocês cumpriram um papel social, cultural e político dentro da cidade?

Cauduro Nós sempre procuramos dar o melhor da gente. Acho que a Cauduro/Martino foi uma excelente escola para tudo mundo que esteve aqui e acredito também que a gente cresceu muito com a integração com todos os profissionais que passaram por aqui, que hoje são profissionais de alto nível.

Martino Uma das nossas características é que nunca escondemos nada, tudo que nós produzimos aqui no escritório, nós transferimos para todo mundo.

No fundo a gente transferiu um know-how muito grande nessa área, disso eu tenho certeza. A gente nunca escondeu nada, pelo contrário, a gente fazia um projeto com uma característica nova, conceito novo, na mesma hora publicava, mostrava, divulgava, trocava informação.

EMILIE CHAMIE



"A idéia de projeto e processo que embasa sua técnica produtiva leva à compreensão de que o designer é tanto mais realizado e completo quanto mais artista se faz presente nele e na construção de sua obra".

Mário Chamie

fotógrafa, cartazista, designer de marcas, identidade visual e editorial, programadora visual de aberturas de filmes, diretora de espetáculos de dança e de teatro

Perfil

- 1927 Nasce no Líbano no dia 16 de junho.
- 1944 Muda-se com a família para São Paulo.
- 1951/53 Frequenta o curso de design do IAC - Instituto de Arte Contemporânea.
- 1954 Cartaz premiado para o 4º Centenário da Cidade de São Paulo.
- 1955 Cartaz premiado para o 4º Salão Paulista de Arte Moderna.
- 1958 Trabalha com os designers Ruben Martins, Alexandre Wollner e no escritório Forminform.
- 1965 Expõe na Semana de Arte Mundial da Vanguarda, Galerie Riquelme, em Paris.
- 1967 Cartaz premiado para o 16º Salão Paulista de Arte Moderna.
- 1974 Vinte Anos de Trabalhos Gráficos e Fotográficos. Exposição individual no MASP. Recebe o prêmio Melhor Exposição do Ano pela APCA.
- 1978 Recebe o prêmio Melhor Artista Gráfica do Ano, pela APCA, pelo livro Mitopoemas Yãnoman.
- 1979 Criação, direção geral e projeto gráfico do espetáculo de dança Cartas Portuguesas.
- 1980 Criação, direção geral e projeto gráfico do espetáculo de dança Fedra, Centro Cultural São Paulo.
- 1982 Criação, direção geral e projeto gráfico do espetáculo de dança Bolero, Centro Cultural São Paulo. Recebe o prêmio Melhor Espetáculo de Dança do ano 83, pela APCA.
- 1982 Exposição "O Design no Brasil - História e Realidade", SESC, São Paulo.
- 1984 Poucos e Raros, Galeria Humberto, São Paulo.
- 1985 Quando o artista gráfico, Galeria José Duarte Aguiar, São Paulo.
- 1995 Geração 45/50 anos, SESC, São Paulo.
- 2000 Morre em São Paulo.



Criação da marca e identidade visual para o MAM, Museu de Arte Moderna de São Paulo, e para o escritório de arte de Renato Magalhães Gouvêa

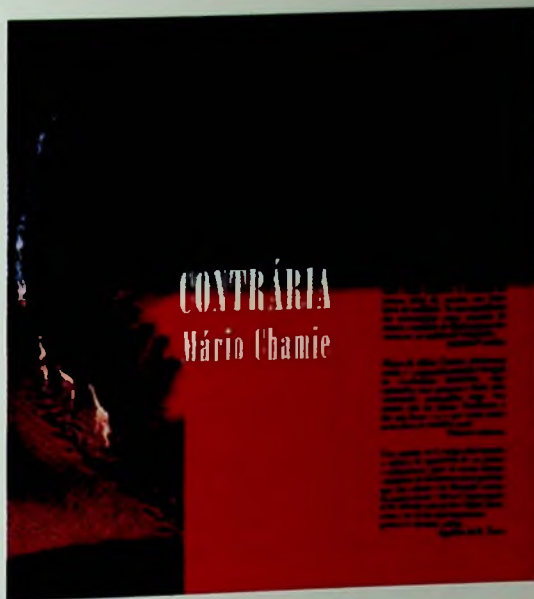


Projeto Gráfico Editorial do livro Brinquedos Tradicionais Brasileiros, SESC



Fotografia, Bilkfaya, 1959.

Peça tridimensional e marca, 1998.



Capa de livro, 1998.

Cartaz, 1979



apresentação

Emilie me recebeu para esta entrevista 47 dias antes de seu falecimento, em seu escritório, um conjunto ao lado de seu apartamento nos Jardins. Numa ampla sala clara, com predominância do branco e alguns cartazes seus pendurados, ela trabalhava com uma estagiária, estudante de comunicação visual, que a auxiliava na passagem de seus projetos para a ferramenta da computação gráfica, onde ela iria aferir se o projeto funcionava ou não.

A trajetória de Emilie iniciou-se através do desenho, ainda no Líbano, onde nasceu, e se mudou para o Brasil na adolescência. Tinha um gosto pessoal em retratar os outros e desenhar diretamente nas paredes da casa, sempre buscando o outro e procurando ampliar o seu campo de trabalho para os muros da cidade. Tinha o desejo de criar cartazes, onde previa *"uma comunicação mais coletiva, menos a minha expressão pessoal e mais a expressão do outro"* e com estas intenções matriculou-se no recém criado curso de desenho industrial do IAC – Instituto de Arte Contemporânea – no MASP, atraída por um anúncio de jornal, pois o curso era divulgado em todos os veículos de comunicação da Empresa Diários Associados.

De 1951 a 1953, Emilie teve a oportunidade de conhecer as ferramentas e conceitos básicos da nova linguagem que se instaurava no Brasil e no mundo, o design, e a partir de então traçou sua vida profissional. Da aproximação com o grupo que se formava no IAC, do envolvimento com o movimento concretista ascendente neste período e do seu casamento com o poeta Mário Chamie, a designer direcionou seu trabalho nas artes gráficas desenvolvendo projetos grá-



Emilie no período em que cursava o IAC no MASP, em 1952.

ficos editoriais, marcas e cartazes para editoras, museus, teatros, instituições culturais e empresas.

"Emilie fez carreira na gráfica, distinguindo-se por sua independência. Não é afiliadora do purismo suíço, que nos trópicos é desabientado; procura uma comunicação corretamente atual, porém saborosa de inventiva, enraizada no espírito da terra; gosta de representar sem recorrer a modos de efeito: suas poéticas fotografias, um cartaz, uma paginação, uma gráfica para a indústria são produções serenas, não gritantes, correspondendo ao caráter reflexivo e calmo da autora", disse Pietro Maria Bardi na apresentação de sua exposição no MASP, em 1974.

Após três experiências se associando a escritórios de design, concluiu que preferia trabalhar sozi-

ha e se dedicar com maior atenção a poucos pro-
 etcos. "Quando o escritório começa a crescer e você
 em que ter projetos para manter a estrutura, o tra-
 balho me desinteressa."

Fazendo um pequeno aparte sobre este posi-
 cionamento, Emilie comenta que por não necessitar
 viver de seu trabalho, podia manter esta posição.
 Sempre trabalhou com estúdio em casa e pôde
 escolher o direcionamento dado a seus trabalhos.

Muito cuidadosa, atenta e se mostrando sempre
 rigorosa com suas palavras ao responder a minhas
 perguntas, ela me falou sobre sua *poesis*, definindo
 assim a sua ação profissional como uma praxis orga-
 nizada, com capacitação para refletir aspectos estéti-
 cos, éticos e funcionais.

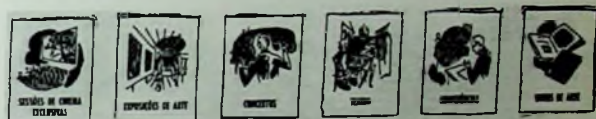
Esta poética visual de uma gráfica é o livro que
 Emilie editou em 2000, pela editora Senac, "Rigor e
 Paixão poética visual de uma arte gráfica", apresen-
 tando seu portfólio de trabalhos desenvolvidos para
 áreas mais diversas.

Editado com divisões conceituais do tipo con-
 cretista "a dinâmica da forma gera a imagem" ou
 "um movimento da letra configura uma forma",
 seus trabalhos são apresentados dentro de um per-
 curso onde faz um diálogo entre as obras e a meto-
 dologia do design gráfico, intercalando textos, críti-
 cas e comentários.

O que mais chama a atenção na obra e postura
 de Emilie é seu caráter "literário", no sentido da
 relação e envolvimento que a designer cultiva pelas
 letras. Estabeleceu sua diretriz através da utilização
 dos elemento tipográficos (letras) como ponto de
 chegada e partida em seus projetos, do desenvolvi-
 mento de design gráfico editorial e da ênfase de seu
 próprio discurso.



Atelier do curso de desenho industrial no IAC.



goze de todos estes privilégios



inscrevendo-se como sócio



do museu de arte de são paulo!

Só agora, depois de 6 anos de atividade, o Museu abre inscrições para sócios. Os sócios terão livre ingresso a todas as manifestações do Museu. Não haverá menções pelo Museu, tendo direito a 10% de desconto, nos livros, assim como prioridade nas classes leiloadas. No caso de bolsas de estudo, os sócios terão também prioridade.

CATEGORIAS DE SÓCIOS

Cartão de sócio

Cd 100,00 anualmente ou

Cd 1.000,00 a vida

Estudante

Cd 50,00 anualmente ou

Cd 500,00 a vida

Correspondente

Cd 150,00

anualmente ou

Cd 500,00 a vida

Se V estiver interessado em inscrever-se, ou se quiser mais informações, dirija-se pessoalmente ao por escrito, à Secretaria do Museu, rua 7 de abril, 230 Fone: 34-6403 - São Paulo

MUSEU DE ARTE DE S. PAULO

Para completar o caráter didático do Museu de Arte, foi criado o Instituto de Arte Contemporânea. O objetivo de formar um público para as artes foi plenamente alcançado, tendo concorrido para isso o apoio constante da rede dos Diários Associados.

Anúncio publicado nos Diários Associados, divulgando as atividades do MASP e comunicando a criação do Instituto de Arte Contemporânea, no MASP, em 1951.

ZAMÔ

cabeleireiros

Marca para Zamô Cabelereiros, 1997

E este me parece ser o vértice de sua obra: a construção dos elementos tipográficos tem tal significado que pode definir o projeto e a própria imagem do produto gráfico.

Isto transpareceu claramente na parceria intelectual que sempre manteve com o marido, escritor e poeta, que soube traduzir com palavras a obra gráfica da companheira.

Em todos os trabalhos, *"em todos eles, a letra refeita e relida torna-se protagonista e núcleo vivo de um dizer informacional inédito. Veja-se o r de Char, o i de Coisa, o z Wozzeck e o o de Zamô. Cada um desses núcleos, ao reativar a palavra (What makes the oil boil?) de que fazem parte, prepara o encaminhamento de uma sintaxe formal em busca de outros conteúdos semânticos."* Chamie, Mário – texto do livro *Rigor e Paixão além da bidimensionalidade gráfica*.

O pensamento concretista passou pela dinâmica da construção dos elementos compositivos na obra de Emilie e embora ela procure a rigidez na elaboração de suas peças, demonstra também sua liberdade criativa. Apresentou uma grande capacidade de diversificar em produções culturais, criando imagens para cartazes, calendários, aberturas de filmes, chegou a ultrapassar o bidimensional e realizou a direção de arte para os espetáculos cênicos, *Bolero* e *Cartas Portuguesas*.

Esta experiência de Emilie, com a criação e direção de espetáculos de dança, mostram a dimen-



Cartaz para o 4º Salão Paulista de Arte Moderna, Galeria Prestes Maia, 1955.

são artística de seu trabalho expandindo o seu universo gráfico comunicativo e atingindo a plenitude estética e visual sobre o tempo e espaço. A designer se tornou uma encenadora gráfica, com ela própria se proclamava.

Emilie foi inovadora também em seus projetos gráficos editoriais na década de 70 e 80, realizando livros de arte que receberam prêmios e elogios da imprensa; *"... com seu formato alongado, sua bela impressão e todas as outras características especiais, é principalmente um livro de arte, que será disputado pelos colecionadores de publicações raras, interessa-*



Letreiros para abertura do filme *Namoro no Escuro*. Nova Filmes, em 1970

...dos menos pelos índios da Amazônia do que pelo aspecto plástico da limitada edição." crítica sobre o livro *Mitopoemas Yãnomam*. José Nêumanne Pinto, *Jornal do Brasil*, 13/01/79

Com o lançamento de seu livro, Emilie nos deu a oportunidade de apreender a sua obra com a mesma sistemática com que as criou, resgatando o sentido da criação gráfica vinculada à cultura e manifestação do talento, conhecimento, sensibilidade, rigor e paixão. Seu envolvimento em diferentes áreas demonstrou a sua busca pela extensão de seu fazer artístico em múltiplas aplicações, transformando imagens em mensagens.

"O artista gráfico acompanha o homem na sua vida, sem estabelecer hierarquias de valor entre um monumental cartaz ou um papel ou envelope de carta no qual a textura, o peso, a cor e as iniciais gravadas em relevo, por exemplo, conotam toda a profundidade de um trabalho artístico.". Abramo, Radha. *Um puxão de orelhas no público*, Folha de São Paulo, 29/5/1985

Infelizmente seu trabalho encerrou com seu falecimento, quando estava desenvolvendo o projeto, cartaz e letreiros para o filme de sua filha Lina, muito entusiasmada com a integração do design com o cinema, realizando mais uma de suas poéticas e dando asas à sua interdisciplinaridade.



Emilie em palestra, dia 8 de junho de 2000, e autografando seu livro, na ADG em São Paulo.

entrevista



Emilie Chamie, fotografia, design editorial, identidade visual, programação visual, autora de peças de dança, de teatro. A sua trajetória foi sempre pautada pela experimentação. Você acha que o designer deve ser um especialista ou ele deve responder às várias necessidades da comunicação?

Bem, ele tem que ter uma especialização, uma formação especial digamos assim, mas a experiência e o conhecimento geral são muito importantes também, aliás, devem coabitar com esta formação. Diríamos assim, tanto de técnica como de talento e de intuição. Não há maniqueísmo, as coisas são juntas, muito amalgamadas.

Sim, mas o designer deve trabalhar em todas as áreas, ser um generalista?

Sim, e porque não? Se possível, sim. Agora, cada peça tem a sua particularidade, um livro é um livro e tem a sua particularidade para ele existir como um livro. Uma identidade visual ou uma marca também, ela tem os seus elementos componentes, que fazem com que elas sejam uma marca. E assim por diante, eu acho que é perfeitamente possível esta trajetória pelos diversos momentos do design, que no meu caso vai até o espetáculo. Eu associo a idéia do espetáculo da "mise en scène" teatral com a encenação gráfica. Então, essa trajetória é perfeitamente possível, mas não necessariamente todo mundo tem que fazer isso para ser um designer.

"acho que é perfeitamente possível esta trajetória pelos diversos momentos do design, que no meu caso vai até o espetáculo que eu associo à idéia da 'mise en scène' teatral com a encenação gráfica."

É muito bonito isso que você fala, continuando isso do mètre en scène; quer dizer o design é um grande mestre, ou seja, você colocou desta forma.

É, tem que ser. Para ele conseguir uma linguagem também. Porque as coisas, se são fórmulas não têm linguagem.

Você se define uma poetisa da imagem. Como se dá essa poesia ?

Não me defino como uma poetisa da imagem. Eu me refiro a uma poética, a poesis. A poesis é um fazer, é uma ação organizada, com capacitação dela refletir aspectos estéticos, éticos e até funcionais. Essa é a poética. Eu não faço a poesia visual propriamente. Ela pode se tornar, o resultado do trabalho pode se tornar uma poesia visual. Quer dizer, quando você apreende uma poesia, você apreende algo visual também. Acho que não está muito claro, mas eu quero apenas fazer uma distinção entre fazer poesia e a prática poética. É a poesis que é a ação, o fazer. Não é pegar e fazer um poema ou algo visual e dizer: este é um poema visual. No título do meu livro eu me refiro à poética de uma gráfica, de uma determinada gráfica, que aí no caso, é a minha. É a minha prática, é a minha praxis, é a minha poesis.

Quer dizer ela se traduz como uma poesia?

Ela se traduz como uma poesia... Quer dizer, o outro talvez possa apreendê-la como uma poesia.

FEDRA 1980

de Emilie Chamie e Jorge Takla
com Juliana Carneiro da Cunha
Julio Vilan e Denilto Gomes

e Alberto Carlos Martins Vieira
Amaury Perassi
Bibi Junqueira
Elsa Gomes
Fernanda Abujamra
Fortuna Sáfia
João Baptista
Marisa de Moraes Souza
Murilo de Morazan
Tania Bondezan
Thomaz Gomide de Andrade Filho

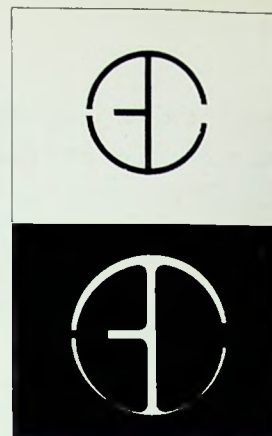
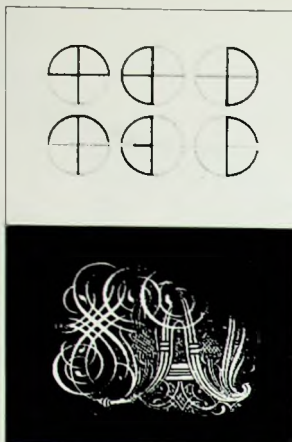
compositor e regente
J. Zula de Oliveira

coreógrafo do coro
Stephane Dosse

músicos
Lina Chamie
Paulo Eduardo
Pensio M. Isaac

Cartaz para o espetáculo de dança Fedra, com direção de Emilie e Jorge Takla. Abaixo, cenas do espetáculo. Os percursos da designer ultrapassam os limites do bidimensional para alcançar o palco, o desenho da cena.





No projeto da marca do TBC, Teatro Brasleiro de Comédia, Emilie nos mostra de que forma elementos aleatórios, no caso as vinhetas, colaboram na sua criação.

De acordo com Alexandre Wollner, "Concretismo é uma maneira de pensar. O designer pensa construtivamente". Como você vê a intuição do artista numa linguagem construtivista do design? E você concorda com essa afirmação dele?

Eu concordo inteiramente, a intuição tem um grande lugar no *fazer design*. Quer dizer, nesse modo de pensar, vamos dizer, concretista, ficando no pensamento do Wollner, que é uma maneira de pensar. E a intuição é uma maneira de pensar, aliás, muito construtiva. A intuição entra no pensamento construtivo. Isso aqui poderia ser até mostrado no livro, no trabalho da marca do TBC.*

Nele eu estou justamente mostrando aonde entra a intuição ou melhor, a captação de elementos alheios à marca. No caso é a vinheta. Eu percebi porque a marca foi feita depois desta análise. Isto é uma análise da marca que eu mesma fiz. Então eu percebi o que entrou na formação da marca, que são três letras, o T, o B e o C, de uma certa maneira, arranjados, colocados. Nesse trabalho eu mostro aonde e como entrou a vinheta. A vinheta é composta de elementos ornamentais que se ligam e podem se traduzir em formas. Primeiro eu mostro o alfabeto das vinhetas, depois a sua articulação chegando à formação de uma letra, até a composição de uma assinatura. As letras seriam, digamos, o pensamento construtivista, e as vinhetas seriam a intuição.

Estou dizendo para você, não há maniqueísmo, não *pride haver*. Quer dizer, isto é isto, aquilo é aquilo. Tudo contribui, quando se pergunta: o que é que te inspira? E eu diria para você, de repente, um ventilador me inspira, me inspira uma forma. Ou um espetáculo me inspira. Quer dizer, basta a gente saber ver e colher o que vê.

Não basta ver. Você tem que colher. E aí, você articula objetivamente isso que você vê.

Posso fazer uma marca com os gomos do ventilador, num certo arranjo, como no caso da marca do Centro Cultural de São Paulo, em que as estruturas de metal do local foram os elementos que vi, colhi, organizei numa poética. O resultado foi uma marca que reflete exatamente a entidade do Centro Cultural na sua própria estrutura orgânica e de construção. Então, a inspiração, a intuição...

Mas é preciso ter talento também.

Emilie, eu gostaria que você falasse do seu posicionamento como designer gráfica. E o que determinou a sua escolha pela profissão.

Há uma razão em mim que eu reconheço desde o seu início até hoje. É uma comunicação em nível mais coletivo. Menos a minha expressão pessoal e mais a expressão do outro. E que se iniciou isso com uma grande inclinação pelo fazer cartaz, que é de um consumo coletivo embora de suporte muito efêmero, o papel. Mas com uma linguagem muito própria, o cartaz. Para uma comunicação mais coletiva, isto, é mais ampla. Portanto, social se você quiser. E menos expressão pessoal. Eu sempre senti isso em mim, embora eu, como todo mundo, pelo menos a velha geração, começou com a pintura, ou com o desenho, também comecei desenhando.

Aliás, eu me lembro na minha tenra infância, criança mesmo, desenhando perfis de rostos, tentando fazer rostos, nas paredes da minha casa no Libano. Eu ainda era criança de uns três ou quatro anos. Depois, eu continuei desenhando, mas sempre com um desejo... Eu fiquei muito na figura-

ção. Por quê? Porque eu queria captar a expressão do outro, não a minha. E o cartaz veio atender perfeitamente a esse desejo. Ai eu me descobri, claro, com a ajuda do curso que estava fazendo. Quer dizer, foram se abrindo horizontes para mim dessa linha, me ensinando, me dando o material necessário para formar uma linguagem cartazística. E foi isso a grande determinante, foi uma causa própria, uma questão própria, minha, não de mercado. É uma expressão pessoal.

Você poderia contar um pouco como você chegou ao curso do IAC e como é que você percebeu que estava havendo uma abertura para uma profissão para a qual poderia se direcionar?

Foi seguramente pela notícia de jornal, mas naquela minha idade e naquele tempo eu não estava sabendo exatamente o que poderia ser o Instituto de Arte Contemporânea. Pela própria estrutura talvez eu não tivesse os meios de entender. Mas ai foi uma coisa também de intuição, de dizer: é ai que vou aprender, vou conseguir me expressar mais amplamente dentro de uma linguagem que uma coletividade possa apreender. Ai, realmente, eu fui conduzida por um anúncio, ao IAC. "Admite-se..." eu não me lembro mais dos termos do anúncio. Eu me apresentei lá no Museu de Artes. O curso era na Sete de Abril, foi feito um teste e eu fui uma das admitidas até com bolsa. Eu fui uma das bolsistas. Ainda fazia naquele tempo alguns trabalhos de cunho mais abstrato digamos, e depois, pouco a pouco, eu fui me ingressando realmente numa linguagem mais visual, mais ampla.

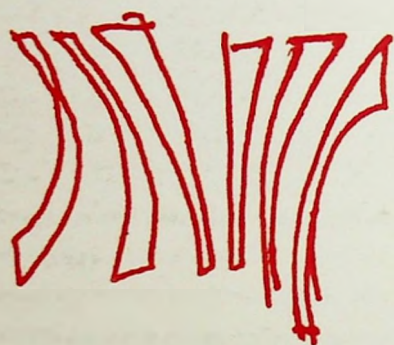
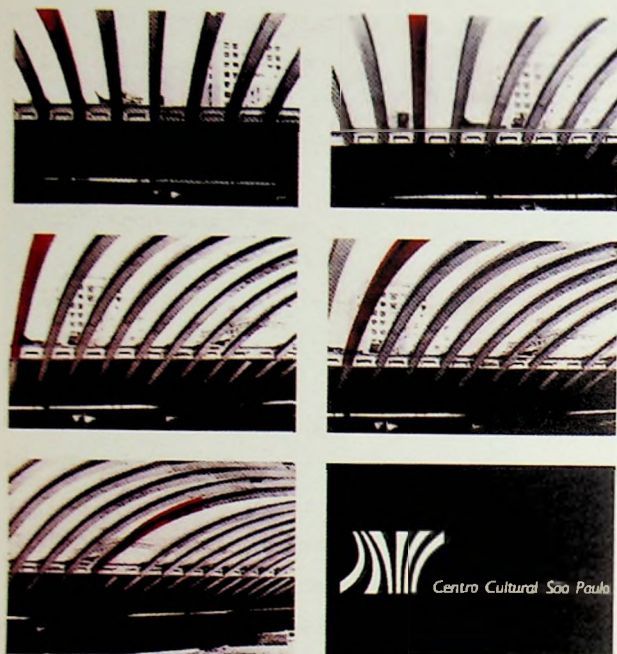
Você sempre esteve ligada a projetos com instituições culturais, grandes e médias empresas, na consultoria e direção de arte como MASP, MAM, Sesc, Teatro Municipal, Centro Cultural, Secretaria Municipal de Cultura, Olivetti, Banco Real. Para fazer design é necessário ser político, ter uma consciência social e cultural?

Ter consciência social e cultural, sim. É preciso que se tenha porque o que você faz é para uma coletividade. Seja no desenho industrial propriamente dito, seja num desenho gráfico. Desenho no sentido do design, quero dizer. Mas político não. Eu acho que não há necessidade.



Cartaz para a exposição de Emilie no TBC, apresentando o processo de criação de sua marca.

Eventualmente podem haver fatores políticos, como determinados produtores, determinados designers. Não sei o quanto, realmente eu não sei. No meu caso vou dizer francamente que não. Eu fui chamada para fazer os trabalhos pelo que se sabia de mim, nesta área que eu poderia atender bem a esses convites. Mas não por motivos ideológicos. Eu excluiria totalmente essa idéia, porque a gente sabe que trabalhos feitos dentro de uma ideologia são trabalhos de governos fortes, que conduzem o trabalho para um significado mais político, dirigido ao ideológico. Portanto, o político seria dirigido. Agora, não confundir também política com a imagem política. A imagem política são os publicitários que fazem. A imagem de um político, não a imagem política, ou a imagem de um partido, também são os publicitários que fazem, não os designers gráficos. Agora, o quanto pode ter entrado de política? É um fator alheio, eu diria. Alheio ao mérito do designer.



O Pedro Luiz Pereira de Souza, que foi durante muitos anos diretor da ESDI, no seu livro "Notas para uma História do Design" diz que o design é uma das poucas profissões que se estabeleceu antes através das escolas, com o ensino, do que através da prática. Você acha que design só se aprende na escola?

Não. Eu acho que a escola dá as ferramentas, dá os utensílios para você trabalhar. Pode lhe dar a técnica. Mas eu não diria que o design só se aprende na escola. Na escola aprendem-se os rudimentos, a instrumentalização, vamos dizer assim. Naturalmente a escola deve dar um conhecimento geral da cultura, história da arte, tudo isso, além desse aspecto técnico de ferramenta.



Os elementos construtivos da arquitetura do Centro Cultural São Paulo definiram o projeto de sua marca.

E quais são os fatores que você acha importantes para a formação do designer gráfico?

Eu sou formada antes do advento do computador. Eu não sabia usar o tira-linha por exemplo, fui aprender na escola. Não sabia usar a régua T. Não tenho formação de arquiteta, isso eu fui aprender na escola. Esses rudimentos que a escola dá acho fundamentais, o conhecimento geral.

Sensibilidade, conhecimento geral e talento. Não afasto nem um minuto a necessidade do talento criativo, porque o design gráfico não é uma fórmula que se repete. Não é programa de computador que você utiliza. O que o programa te dá não é design.

Então eu acho que a opção do designer tem que estar muito presente na questão desse novo instrumento que é o computador, que é maravilhoso, aliás. Não excludo esse conhecimento e essa consciência da opção do que você quer com a sua capacidade de instrumentalização, do que você tem de bagagem inclusive, porque à medida que você adquire mais experiência, sua bagagem se torna mais ampla. É aí que se torna fácil fazer design, fácil nesse sentido, porque você já domina as áreas do design. E isso é experiência. Experiência é um fator que também ajuda muito.

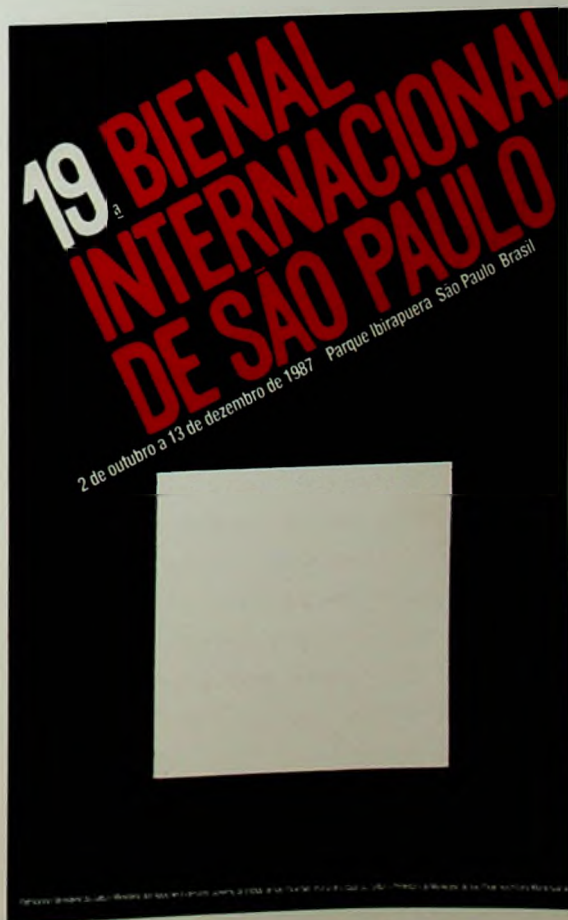
Qual é o seu método de criação para o desenvolvimento dos seus projetos gráficos?

Bem, eu não diria que tenho um método específico. Meu método é do designer, isto é, eu tenho de estudar, antes de tudo, a natureza do trabalho, o que ele é, a que ele se

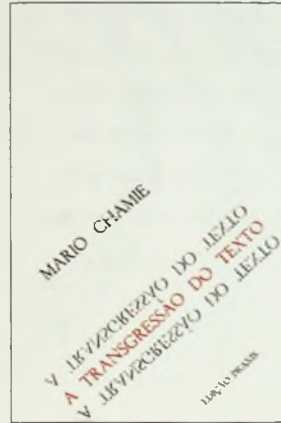
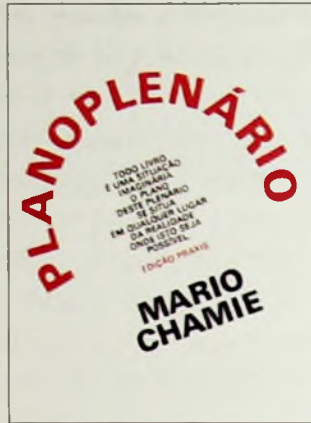
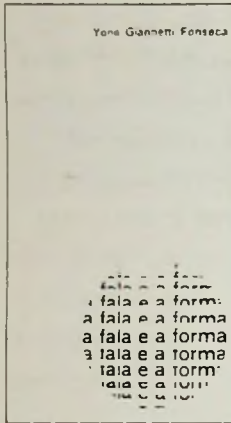
refere, para que lugares ele é, como será a vida dele. Antes de tudo, tenho que saber que espécie de suporte eu devo aplicar para esse determinado trabalho. Por exemplo, se alguém chega para você e diz "olha, eu tenho uma grande coleção e não sei o que fazer com ela", eu diria "vamos fazer um livro dessa grande coleção". Precisaria saber qual é o suporte que comporta isso, antes de tudo. Aliás, isso aí já vem, muitas vezes, muito definido, não é? São raras as vezes em que há uma definição da parte do designer. Mas acontece. Depois, em segunda instância, ter a idéia muito clara desse trabalho. Qualquer que seja ele, tem que refletir a natureza do seu referente. Se ele se refere, por exemplo, a uma marca para cabelereiros, ela tem que ter uma postura um pouco diferenciada de uma marca para a indústria, de acordo? Definido isto, você começa a tentar elaborar algo nesse sentido, marca ou cartaz. Por exemplo, cartaz. Eu diria, este cartaz a que se refere? A uma Bienal. Uma Bienal, o que que vem a ser uma Bienal? Toda essa análise eu devo fazer antes de rasgar o papel, fazer um buraco neste cartaz. Então, como ele se refere a uma Bienal, ia me permitir fazer um cartaz de múltiplo uso, quer dizer, de múltiplas possibilidades de amostragem. Então, resolvi abrir um buraco pensando que este cartaz pode estar colado nas paredes, pode estar numa vitrine. Onde ele estiver, estará refletindo sempre o que tem atrás dele. Dessa forma, eu tenho múltiplas imagens num só projeto, entende? Cada caso requer um pensamento, uma reflexão. Depois, essa reflexão ocorre naturalmente quando a gente tem muita prática. Isso aí acontece na sua cabeça, ou então no papel. Primeiro você projeta no papel, se é um livro, se é uma marca, e depois vai para o computador aferir. Ver se funciona ou não funciona. Se é funcional também ou não é funcional. Se reflete realmente isso que você está pensando, se reflete o seu referente ou não. Então aí se torna o momento da aferição. Mas o método assim organizado não tem fórmulas. Mas cada um tem uma maneira de trabalhar, um modo de trabalhar. Para mim, às vezes acontece que eu estou num espetáculo, num teatro, estou vendo alguma coisa, e me bate outra coisa referente ao meu trabalho. Talvez possamos chamar de inspiração. Isso é fundamental.

O que define um bom design?

Primeiro, o quanto ele atinge o público, o geral. Aliás, em primeira instância eu diria o quanto ele identifica a que ele se refere. Depois, o quanto ele atinge, a sua funcionalidade. E o quanto ele pode ser cheio de referências e estéticas também. E o quanto ele pode ser indicial de algo cultural também. Cultura é importante. Quer dizer, que remeta e seja um indicio de coisas culturais, que é o nosso background. Para mim, acho que são essas as coisas. Não é a medida da separação de letra, entre uma letra e outra, eu pessoalmente não meço mais, o meu olho já está educado, treinado. Eu sei que espaços dar entre letras, por exemplo. Não faço na régua isso. Então, você vê que a experiência leva muitas vezes a um insight rápido do que pode acontecer e ser bem sucedido. Hoje eu presumo que tenha acertado.



Cartaz selecionado para a 19ª Bienal Internacional de São Paulo de 1987. A proposta do quadrado central, resolvido com um recorte, é a interatividade de seu preenchimento por qualquer suporte que for fixado.



Capas de livro para a Editora Praxis, 1950/60. Projeto caracterizado pela utilização do tipo (letra) como principal elemento de linguagem

O traço da letra é o indício de uma idéia. Como se dá a integração da linguagem verbal e o uso da tipografia no seu trabalho?

Isso você encontrou no livro "Rigor e Paixão", no qual eu inicio falando sobre trabalhos constituídos através da letra. E eu antecipo isto na frase: "o traço é o indício de uma idéia". E eu afirmo "no principio, antes do verbo, era o alef", isto quer dizer, que antes do verbo vem a letra, o alef, que é o inicio de tudo.

Eu me refiro à letra propriamente dita, não à linguagem verbal. A linguagem verbal, na verdade, não tem muito a ver comigo ou com o trabalho, o que tem a ver é a linguagem visual. Agora, a utilização da letra, o traço da letra são indícios de uma idéia. Eu quero dizer, que no traçado de uma letra, aqui no caso um G, me deu o inicio de uma idéia de marca. Isso aqui é uma marca do Gastrão, que também é um G. Refere-se a um evento, um Congresso de Gastroenteorologia. Então você vê o significado que é isto aí. O traçado dessa letra já conduz à idéia da própria marca e sua escrita nas sua múltiplas aplicações. Então, eu acho que a letra é a idéia e a reforça.

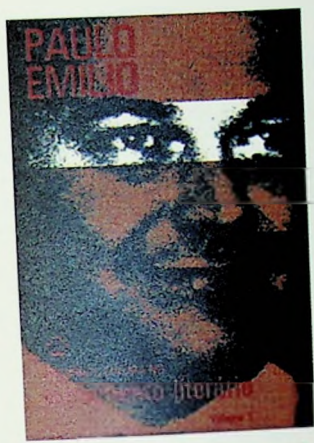
O Ludovico Martino tem um ponto de vista do design sempre a partir da arquitetura. Ele fala que as primeiras tipografias romanas vieram do traçado das colunas romanas. Desta forma, a arquitetura construiu as primeiras tipografias. O que você pensa sobre isso?

Está certo. Tem toda razão. Do traçado inclusive, é um traçado sobre o mármore ou sobre pedras. Você vê que a serifa é alguma coisa que veio da necessidade de traçar numa pedra, em algo duro que lasca de repente, por exemplo. O Ludovico tem toda razão, veio da necessidade de traçar o mármore ou a pedra para incrustar, para construir a letra. Então veio da arquitetura, no caso dele. Novamente é o elemento construtivo. Ele encontra no universo da arquitetura, porque ele é um arquiteto.

Qual é a relação do seu trabalho com os meios tecnológicos?

Uma ótima relação. Eu acho que os meios tecnológicos, eu não diria que ampliam o campo do design, mas eu acho que essa nova tecnologia – estou chamando de nova, já não é mais assim tão nova, hoje os tempos são mais rápidos – é uma grande ferramenta, de uma grande utilidade. Quer dizer, é um meio, não um fim em si. E acho que por aí a gente poderia, quem sabe, arranhar e conversar um pouco sobre o que é feito com essa nova tecnologia. Muitas vezes não se faz o design, mas sim se faz uma decoração, uma idéia subjetiva. Não um projeto. Por quê? Porque o meio facilita muito. Então temos aquela enxurrada de trabalhos suspeitos. Experimentações.

A experimentação eu acho que é válida sempre, mas o trabalho equivocadamente dado como terminado, finito, já acabado, eu acho errado. .



Capas de livros para a Editora Paz e Terra, 1980/1981. Desenvolvido com aplicações e recorte de cor sobre a fotografia em auto-contraste.

O que falta sempre é o projeto anterior e não buscar o que tem dentro da máquina?

Exatamente. Com um projeto você pode fazer experimentos. O experimento é como o projeto, para você ver se dá resultados.

Pioneira do design gráfico brasileiro, uma das raras mulheres dentro desse panorama. O lançamento do seu livro "Rigor e Paixão", poética visual de uma arte gráfica, está tendo uma grande repercussão na mídia. Como você vê hoje, o seu papel, no desenvolvimento dessa profissão no Brasil?

Bem, você diz pioneira, eu concordo. Então, esse pioneirismo aportou muita coisa do design no Brasil, pensando que antes desses pioneiros o design não existia aqui, ainda. Então nós somos os primeiros de uma geração de designers que naturalmente, no seu fazer, no seu trabalho, particularmente, os que militam até hoje, os que trabalham até hoje o design, têm sua contribuição muito grande para a formação e para uma nomenclatura, vamos dizer assim. E aí, eu me coloco no design brasileiro num sentido muito amplo. A nossa formação é muito ligada à européia. Nós conseguimos, pelo menos falando de mim mesma, dar um "sabor brasileiro" ao design. E naturalmente esse "sabor brasileiro" teve sua grande repercussão e grande influência, sem dúvida nenhuma. A ponto de eu reconhecer a influência, os indícios, de meus trabalhos em muitas situações. Eu reconheço. Dá para eu

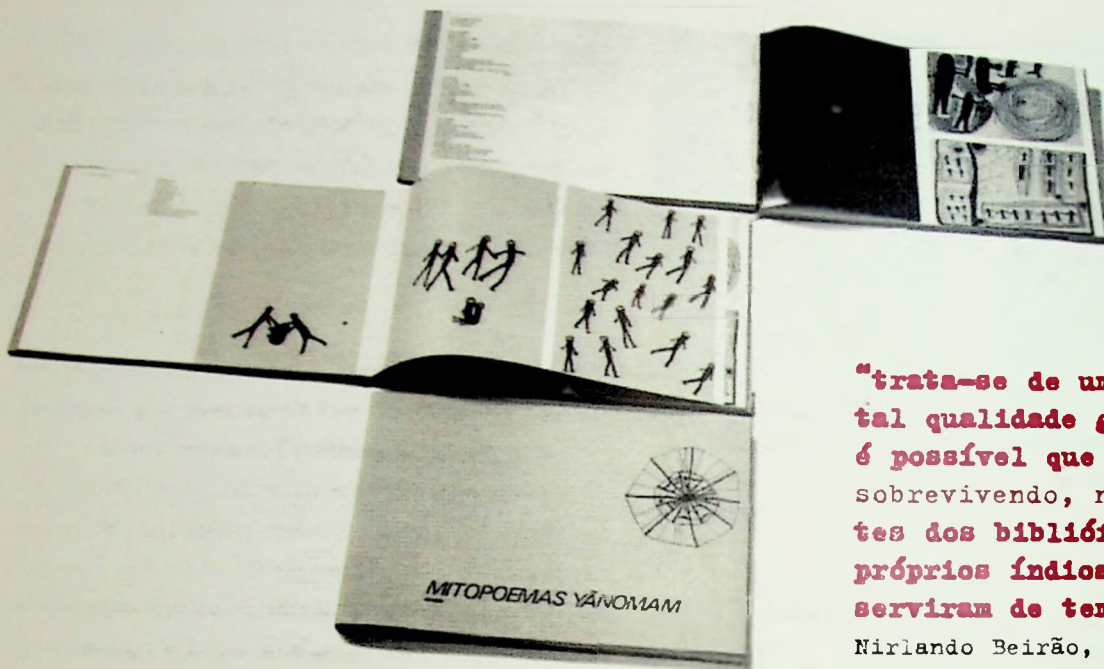
captar a minha influência, eu capto tranqüilamente. Quer dizer, de onde veio esse indício, esse indício dessa ligação com o trabalho. Mesmo porque, eu tenho formado uma geração nova que vem, frequenta e aprende muito comigo. Gente que está cursando faculdades, fazendo design. Naturalmente, a gente deixa uma boa marca neles.

Quais as diferenças entre o design gráfico exercido na década de 50 e hoje? Como você vê o desenvolvimento do design gráfico brasileiro atual?

Falando especificamente de design gráfico, não há muita diferença. Porque o design gráfico tem uma certa especificidade que é aquela que nós abordamos. Funcionalidade, conseguir uma identificação visual adequada, são sempre os mesmos princípios. Agora, a maneira de fazer o trabalho é que mudou, devido às novas tecnologias. Mas o design gráfico permanece sempre o mesmo. Como a arquitetura é sempre a mesma. Ele tem várias



Criação de cartaz para filme



"trata-se de um álbum de tal qualidade gráfica que é possível que ele acabe sobrevivendo, nas estantes dos bibliófilos, aos próprios índios que lhe serviram de tema..."

Nirlando Beirão, Isto É, 1979

Projeto de livro para a Olivetti do Brasil "Mitopoemas Yãnomam", em que Emille foi premiada como Melhor Artista Gráfica, pela Associação de Críticos de Arte, APCA, em 1978.

formas, mas o princípio do levantamento, o espaço, é o mesmo. Nós temos o princípio do bidimensional, projetamos o bidimensional. Às vezes, alguém meio ousado, como eu, quer projetar no tridimensional, como eu mostrei no meu livro "Rigor e Paixão". Ir da cena gráfica à cena tridimensional. Cena de palco. Passando daquele momento da imagem fixada para imagem animada.

E como você vê o desenvolvimento hoje? Você acha que o Brasil gerou bons designers?

Seguramente deve ter gerado ótimas pessoas, mas como um panorama geral, é lamentável o que está acontecendo. Dentro do design há os militantes, os profissionais que fazem seu trabalho belissimamente, não estou excluindo isso. Mas de uma maneira geral, é lamentável o que você vê no seu dia-a-dia e que te rodeia. Por exemplo, a marca Nike, que é um apontamento, uma idéia de movimento, foi tomada calorosamente, eu diria e sobejamente, despojando a marca, naquela coisa de circularidade do gesto. De um gesto desenhado, vamos dizer. E quer se atribuir a isso conotações de uma nova tecnologia, a tecnolo-

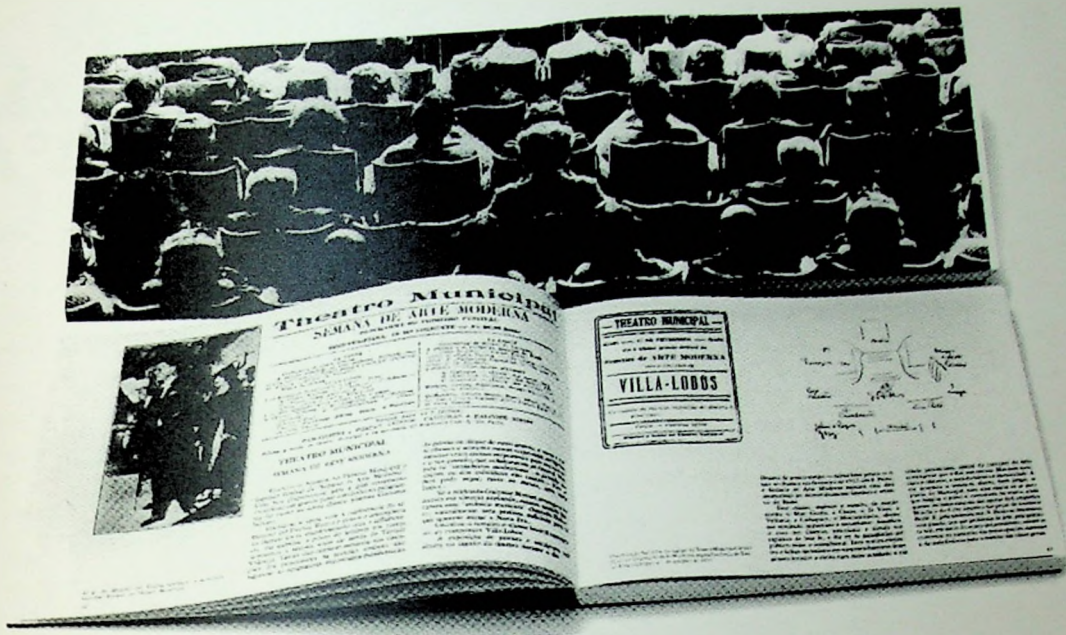
gia do virtual. Então, você vê essa generalização do uso e a diluição da marca Nike. É um mal, não é algo benéfico. Não beneficia nem a sua origem, nem o seu momento.

Você está chamando atenção para a falta de criatividade, mostrando que a Nike está sendo amplamente copiada?

Amplamente copiada. Remetendo-nos no tempo, um exemplo que gosto muito de dar, é o caso da marca da Olivetti. A antiga marca Olivetti era um desenho clássico que a Olivetti não inventou, mas tirou da arquitetura grega, do ornamento.

Essa letra grega era a marca da Olivetti, quer dizer, a Olivetti retirou essa letra grega do seu espaço e passou usá-la como marca da empresa. Ela se diluiu muito, porque foi despedaçada, cada um pegava um pedaço e fazia uma outra marca, até o Banco Safra, tinha um detalhe da marca grega da Olivetti.

A Olivetti o que fez? Viu que a marca deles estava se dissolvendo, e fez naturalmente uma nova marca. Isso era uma necessidade de mercado, repor, refazer e inven-



Projeto para a Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo: livro sobre a história do Teatro Municipal, 1984.

... criar uma nova modalidade. E acabou optando por um desenho de letra, fez da marca, fez do logotipo Olivetti, uma marca específica. Esse é um exemplo que eu dou de diluição de símbolos e marcas que está acontecendo muito frequentemente, e está tudo sendo muito banalizado.

Isso porque falta uma formação adequada. Quer dizer, o que está acontecendo com essa meninada, o designer hoje, não está tendo uma formação adequada. Não quer dizer que nós tivemos uma formação adequada, mas tivemos uma melhor formação, pelo menos, cultural. A gente não pode excluir e transformar o design gráfico em fórmula. É o que está acontecendo muito, fórmulas que estavam dentro dos programas dos computadores. É uma banalização. É a banalização que tudo vale, tudo é tudo, basta ter programas de computador, transforma o computador, que é um meio, num fim.

Tem alguma coisa que você queira dizer, um recado para os jovens designers que estão se formando?

O recado é aquele que eu dei para minha assistente. Ela foi para a Bahia, para um congresso de design, de

estudantes de design, e eu disse: "Tome muito cuidado com o que você vai ouvir. Não se deixe ludibriar". Então, eu diria para os que pretendem ser designers, tomarem muito cuidado no sentido de ter talvez até uma personalidade mais pronunciada. Porque o que essa meninada está fazendo, não é legal. Em nome do design, tudo é design, qualquer coisa é design, decoração de prato é design, colocar um tapete no chão é design. Quer dizer, tudo virou, quando não é. Por isso que eu digo para você, basicamente, o design não mudou. Há os princípios dele que vão até o fim do mundo. E os princípios não acabam.

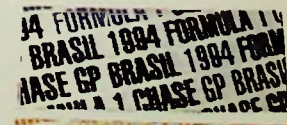
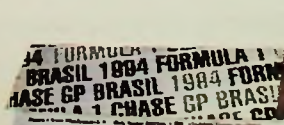
Para finalizar, sua leitura do texto de criação da marca TBC.

"A minha linguagem é a visual, por isso espero que o leitor mate a charada olhando. Se faço algumas considerações é apenas para situar o enfoque desta leitura. Retrocedendo um pouco, ao elaborar a marca para o Teatro Brasileiro de Comédia, tive em mente dois fatores principais e determinantes. Primeiro, o Teatro Brasileiro de Comédia sempre foi reconhecido e chamado por TBC e



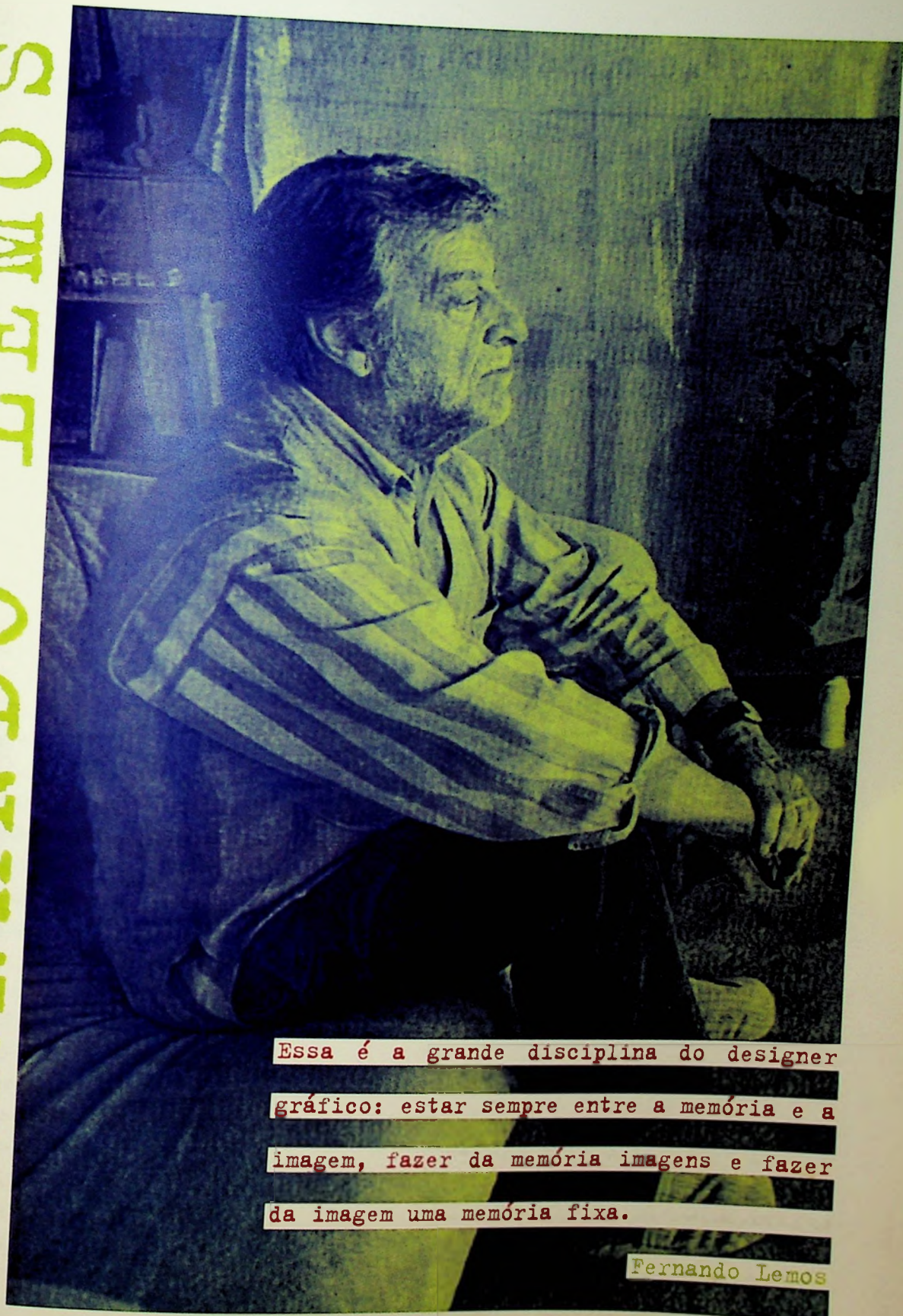
Marcas criadas para Eco, 1973 - Multipla, 1973 - Eficaz Engenharia, 1990

pronto. Segundo, o TBC não é produto, é o espaço de um produto que produz, um teatro. A primeira circunstância determinou a elaboração de uma marca fonogramática, que usa a letra como um símbolo. A segunda circunstância me levou a circunscrever a sigla TBC, no espaço de um círculo, que é uma forma continua por natureza, e se auto-produz. Esse trabalho não pretende ser a apresentação e defesa de uma marca. Sua resistência, sua máxima entropia, sua eficácia e suas múltiplas e possíveis aplicações. Aqui o que se pretende é mostrar como nasce uma marca e que elementos, às vezes, totalmente insuspeitados, colaboram na sua criação. Na sua exposição, esse trabalho se dá em dois níveis para uma só leitura. O superior, desenho preto sobre o branco, e o inferior, desenho branco sobre o preto. No superior temos a gênese da marca, como ela nasceu, sua formação. No inferior, os elementos que contribuíram para sua formalização. Folheando essas páginas, se verá sucessivamente, como se processa a formação da marca e ao mesmo tempo, como elementos alheios a ela já existentes fora dela, contribuem para sua formalização. No caso se evidencia a presença da vinheta, ornamentação tipográfica que se presta a numerosas combinações. Assim teremos cumprido a nossa tarefa, e o leitor, a dele. Fecha-se o círculo."



Papelarias criadas para Result Consultores, Denise Milan e Banco Chase Manhattan. À esquerda, marca TBC.

FERNANDO LEMOS



Essa é a grande disciplina do designer gráfico: estar sempre entre a memória e a imagem, fazer da memória imagens e fazer da imagem uma memória fixa.

Fernando Lemos

Pintor, desenhador, fotógrafo, gravurista, ilustrador, impressor litográfico, estampador de tecidos, decorador de estandes, planejador de montagens de exposição, editor, poeta, programador visual e designer gráfico

Perfil

- 1926 Nasce em Lisboa no dia 3 de Maio.
- 1948 Cursa Litografia na Escola de Artes Decorativas Antonio Arroio, em Lisboa.
- 1949 Cursa Pintura na Sociedade Nacional de Belas Artes, em Lisboa.
- 1950 1ª Exposição Geral de Artes Plásticas/Cartazes-SNBA.
- 1951 Viagem de estudos para Espanha e França.
- 1952 Pintura, desenho e fotografia - Coletiva com Vespeira e Fernando Azevedo. Casa Jalco, Lisboa. Trabalha em Editoras, Agências de Publicidade e Litografias Industriais como impressor e desenhista.
- 1953 Chega ao Brasil. Primeiramente fixa-se no Rio de Janeiro e posteriormente em São Paulo. Exposição de fotografia no MAM/SP e MAM/RJ. Trabalha para Editoras, Revistas e Jornais, realizando ilustrações e planejamento gráfico em São Paulo e Rio de Janeiro. Participa da II Bienal de São Paulo. Recebe o prêmio aquisição da Câmara Portuguesa do Comércio de São Paulo.
- 1954 Realiza a montagem da exposição de História de São Paulo no IV Centenário com Manuel Lapa e curadoria do Prof. Jaime Cortesão.
- 1955 Participa da III Bienal de São Paulo com pinturas. Recebe prêmio de viagem à Holanda do MAM/SP e expõe desenho com Vespeira e Cargaleiro na Galeria Pórtico em Lisboa.
- 1957 Recebe prêmio de "Melhor Desenhista Nacional" na IV Bienal de São Paulo. Representa o Brasil com desenho na "4ª International Exhibition" no Japão. Participa do Conselho Artístico do MAM/SP.
- 1959 Recebe prêmio de aquisição "João a Doria" na V Bienal de São Paulo.
- 1962 Bolsista da Fundação Calouste Gulbenkian para o Japão. Frequenta estúdios de calígrafos em Tóquio e Kioto e viaja pelo país.
- 1963 Decora o pavilhão do Brasil na V Feira Internacional de Tóquio.
- 1963 Colabora em revistas japonesas de arte e arquitetura e faz projetos de estampagem para tecidos numa indústria de Osaka. Recebe prêmios de Melhor Capa de Livro e Melhor Apresentação Gráfica na II Bienal Internacional de Arte Gráfica/SP, com o livro infantil "Televisão da Bicharada" da Editora Giroflé. Fundou a Editora com um grupo de intelectuais brasileiros.
- 1965 Selecionado pela Interamerican Foundation for the Arts, expõe no Time Life em Nova York e em outras cidades americanas. Faz parte da diretoria fundadora Assoc. Bras. de Desenho Industrial (ABDI).
- 1970 Participa da III Bienal Internacional do Cartaz em Varsóvia.
- 1975 Bolsista da Fundação Calouste Gulbenkian em Lisboa para projetos de intercâmbio entre Portugal e Brasil.
- 1977 Vai ao Japão como comissário-designer para estudar a implantação do museu Nanban/Nagasaki.
- 1990 Realiza painel de cerâmica na estação Brigadeiro do metrô de São Paulo.
- 1998 Apresenta litografia para edição comemorativa de 50 anos da "Declaração Universal dos direitos do homem", na Assembléia da República de Lisboa.
- 1999 Edição de fotos e poemas - Editions Fata Morgana, Montpellier, na França. Auto-retratos da coleção do CAM, Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa.
- 2000 Pintura na exposição de artistas portugueses "A Carta de Pero Vaz de Caminha" em Lisboa e na Mostra do Redescobrimento em São Paulo.

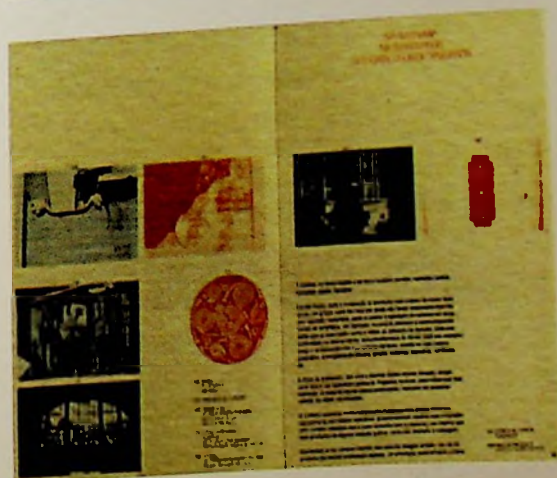


À esquerda: "O bom coração", serigrafia de Fernando Lemos. Convite impresso manualmente. À direita: folder "Arte no Metrô", com referência ao painel cerâmico colocado na Estação Brigadeiro, 1991; folder da exposição: "4 jovens dos anos 60", com a participação de Fernando Lemos, Museu da Imagem e do Som/SP, 1991; folder IDART.



Atividades

- 1963-64 Auxiliar de ensino na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP.
- 1966-69 Diretor artístico da Maitiry.
Diretor técnico do MAM de São Paulo.
- 1955-75 Parte do corpo de redação do jornal "Portugal Democrático", órgão dos exilados políticos no Brasil.
- 1975-79 Assessoria gráfica visual da Galeria Arte Global da TV Globo .
- 1975-83 Membro do Conselho de Orientação da Pinacoteca do Estado de São Paulo.
Assistente técnico de direção do IDART.
Vice-Presidente do Centro Cultural 25 de abril/SP
- 1983 Diretor do Centro Cultural de São Paulo da S.M.C. e assessor de artes plásticas no gabinete do secretário municipal da Cultura de São Paulo.
- 1985 Editor de arte do Dep. do Patrimônio Histórico, Eletropaulo, 1985, em São Paulo.
- 1990 Programação visual do Memorial da América Latina em São Paulo, projeto do Governo Quêrcia, equipe de Oscar Niemeyer, Darcy Ribeiro e Radha Abramo.
- 1995 Programação visual do acervo artístico-cultural dos palácios do governo de São Paulo.



apresentação

Apesar de colocar a prática do desenho gráfico somente como uma consequência da necessidade de ganhar dinheiro, pelas próprias dificuldades de todos os artistas plásticos em vender seus trabalhos, Fernando sente falta do cheiro da tipografia, como se fosse um vício que lhe acompanhou por toda a vida.

Fernando Lemos me recebeu em seu atelier no Morro do Querosene, um bairro popular próximo ao Butantã, onde convivem grupos de cultura popular, artistas e uma classe média indefinida, com vários segmentos.

Num sobrado com vista para a Raposo Tavares, seu espaço de trabalho não possui nenhum vestígio que possa defini-lo como também designer gráfico, não há equipamentos eletrônicos ou instrumentos mais tradicionais de desenho, régua T, prancheta, ou seja o que for gráfico. É um atelier de pintor, com as paredes forradas de quadros e as mesas cobertas de tintas. No mesmo período da entrevista, ele estava com uma exposição de aquarelas na Multipla Galeria, em São Paulo.

Seu trabalho artístico caracteriza-se pela exploração de várias técnicas e linguagens, do figurativismo ao abstracionismo. Realizou exposições de pinturas, gravuras, aquarelas, desenhos e fotografias no Brasil, participou das primeiras Bienais de São Paulo, em Portugal e em outros países.



Fernando Lemos em seu atelier em São Paulo, no dia da entrevista com a pesquisadora Mari Pini.

Poesia, surrealismo e política

Fernando é um artista luso-brasileiro por excelência, possui todos os bons atributos portugueses da linhagem de Camões; esse espírito aventureiro o levou a atravessar o Atlântico à procura de ares mais democráticos e deixar Portugal na década de 50, em plena ditadura Salazarista. Encontrou no Brasil as imagens que procurava e aqui ficou e criou suas novas formas.

Sua alma de poeta o fez ligar-se ao movimento Surrealista português, que concentrava artistas, intelectuais e poetas que contribuíram para a renovação do panorama cultural do país na década de 50. Neste período, fotografou este grupo e participou de exposições com pinturas, desenhos e fotos. Posteriormente à sua mudança para o Brasil, continuou sempre a manter o contato com seus colegas e foi um grande estimulador do intercâmbio cultural entre Brasil e Portugal.

Do envolvimento com as questões sociais e políticas deste período estabeleceu um vínculo, de 1955 à 75, com a Unidade dos Democratas Portugueses,



Auto-retratos de seu livro "Retratos de Quem?", Fernando Lemos, Fotografias Portugal, anos 50. O projeto gráfico cria um diálogo entre os enquadramentos das fotos e sua aplicação de cores.

órgão dos exilados políticos no Brasil e participou ativamente de movimentos ligados às liberdades democráticas.

A prática da impressão e a capacidade de projetar

De seu conhecimento e experiência gráfica, além da realização de trabalhos de identidade visual e design editorial para empresas e instituições, desempenhou um papel importante dentro de instituições públicas como o IDART - Instituto de Documentação Artística de São Paulo, Pinacoteca do Estado, Depto Patrimônio Histórico da Eletropaulo, viabilizando a edição de publicações, organizando pesquisas, desenvolvendo departamentos. Chegando a ser diretor do Centro Cultural São Paulo e presidente da ABDI Associação Brasileira de Desenho Industrial.

Apesar de colocar a prática do desenho gráfico somente como uma consequência da necessidade de ganhar dinheiro, pelas próprias dificuldades de todos os artistas plásticos em venderem seus trabalhos, Fernando sente falta do cheiro da tipografia,

como se fosse um vício que lhe acompanhou por toda a vida. Do começo de seus estudos e início de seu ofício, a litografia foi o fio condutor de uma carreira que se deu pelo profundo conhecimento da prática da impressão e pela capacidade de saber projetar.

Sempre esteve ligado às impressões e, na área editorial, atuou como desenhista, autor, pesquisador, redator, designer, editor e inclusive impressor.

Projetos gráficos comentam a forma de ver

A característica marcante de seus trabalhos gráficos é a definição de seus projetos. Estes são determinados pela utilização de formatos diferenciados e pela forma com que utiliza as cores, a tipografia e a grade.

Existe na construção de suas páginas um certo jogo, uma certa brincadeira com o olhar, com o comentário do fazer.

Assim é na sua última obra "Retratos de quem", onde o projeto gráfico deste livro de fotografias de sua autoria, pode ser definido como uma conversa de enquadramentos, no sentido lato.

O formato do livro é um quadrado exato, impresso em duas cores, e as páginas intercalam-se entre o preto e o sépia.

As páginas da esquerda são basicamente um quadrado chapado em cor sépia, com uma meia-moldura branca, contendo o nome dos fotografados, e contrapõem-se às páginas da direita compostas por uma foto em preto e branco sangrada.

Na apresentação, os textos bilingues, são intercalados pelas cores: texto inglês em sépia e português em preto.

Pode se pensar assim descritivamente que este projeto gráfico seja racional e com regras muito básicas, porém, a expressão das fotografias surrealistas registradas na década de 50, ganha emoção com a cor sépia e estabelece um envolvimento com a sequência intercalada dos quadrados e das cores.

O projeto é essencialmente conceitual e sugere uma forma de olhar, contrapondo um certo lirismo com o próprio documento.

Outro exemplo de projeto é o livro de sua autoria e pesquisa "A Vinheta, da Iluminura à Carroceria de Caminhão". O livro, editado em 1980, na época em que era supervisor da área de artes gráficas do IDART - Departamento de Informação e Documentação Artísticas da Secretaria Municipal de Cultura, é impresso em 2 cores especiais: laranja e azul, e mais uma vez tira partido da bicromia. No entanto, o que mais ressalta nesta publicação é sua ocupação espacial em formato vertical: 31 x 21 cm. Seu gride deixa pouco espaço para as margens colocando os textos quase encostados nelas, em contraponto com os brancos sustentados na parte superior.

"o designer tem que saber mais do que fazer"

Quando se fala em formação acadêmica, na necessidade de se ter conhecimentos teóricos para se

aplicar ao design, temos em Fernando Lemos um exemplo do que Walter Gropius afirmava: "a arte não é uma profissão; não existe diferença entre o artista e o artesão". Sem ter feito nenhum curso superior, possui uma grande experiência artesanal, profissional e artística e sua formação foi marcada pela prática, porque aprendia-se mais nas redações, aprendia-se mais nas gráficas, aprendia-se mais montando exposições e aprendia-se mais fazendo.

E mesmo tendo pleno domínio do seu fazer, Fernando adverte: "o designer tem que saber mais do que fazer", e com este conceito a maioria dos entrevistados concorda. Nem sempre para o designer é preciso fazer, porque pode-se delegar aos outros este fazer, e hoje em dia, à própria máquina. E nesta questão temos a adaptação desta geração que encarou o desenho de letras à mão, a passagem do past-up, fotocomposição à editoração eletrônica e não sente necessidade de se envolver com o processo tecnológico: "eu quero ficar à margem da computação gráfica".

O saber é fundamental para o designer criar um produto, uma imagem, uma identidade visual, e implica na experiência cultural, no conhecimento de várias áreas, nos meios e recursos e na percepção visual.

O designer é um grande pai

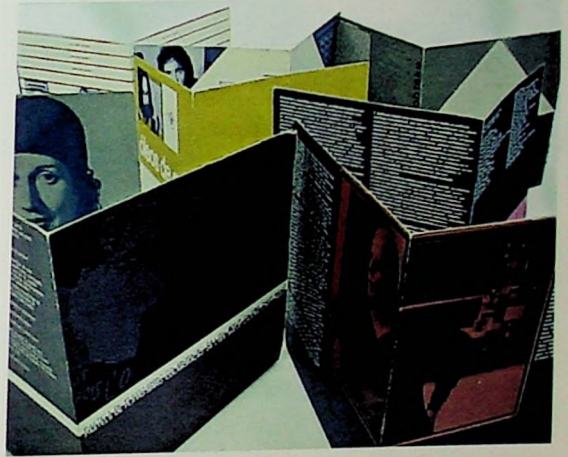
Para Fernando, o desafio do designer gráfico está na condição da criação de suas obras. Diferentemente do artista, o designer cria por encomenda e isto determina a sua necessidade de ter um conhecimento multidisciplinar e trabalhar com a generalização da imagem para estar pronto a responder às solicitações do mercado. E, mais profundamente, afirma que o designer é um grande pai, por que ele deve transformar aquilo que não existe, um produto ou uma identidade visual, em imagem.

Esta imagem por sua vez é criada a partir da memória que cada um armazena, da sua percepção visual.

Transformando a imagem em memória

Dando sequência aos fatores que determinam a formação do designer gráfico, Fernando tem uma compreensão muito clara da teoria da comunicação, uma linguagem poética e muito particular de se expressar e chega a conclusões marcantes: "a grande disciplina do design gráfico é estar sempre entre a memória e a imagem, fazer da memória imagens e fazer da imagem uma memória fixa. Ele é o perpetuador de uma imagem".

Fernando veio, procurou e ficou. Trouxe sua cultura lusa, integrou se à nossa, criou imagens, imprimiu memórias, pintou e comunicou, iniciou e continuou, desenhou e designou. É artista plástico, é designer gráfico.



Acima: Catálogos da galeria Arte Global, entre 1973 a 76. O projeto desenvolve uma exploração dos elementos gráficos e tipográficos.

Ao lado: Páginas internas do livro realizado para o Instituto de Documentação Artística de São Paulo - IDART "A Vinheta: da Iluminura à Carroceria de Caminhão". Conclutuação, pesquisa, texto e projeto gráfico de Fernando Lemos

A
VINHETA
DALLUMINURA
À
CARROCEARIA DE
CAMINHÃO



O SÓCULO
EXTRAITO DE UM TEXTO
GRAMMATICAMENTE



A Vinheta nasceu no seu tempo, porém não se extinguiu ao ser inventada. Ela viveu e vive continua, está ligada ao grupo de elementos, ao conjunto de coisas do passado, à memória de coisas que foram feitas e que se fazem. Ela é uma coisa que se faz e se refaz, que se cria e se recria, que se transforma e se retransforma. Ela é uma coisa que se faz e se refaz, que se cria e se recria, que se transforma e se retransforma. Ela é uma coisa que se faz e se refaz, que se cria e se recria, que se transforma e se retransforma.

A Vinheta nasceu no seu tempo, porém não se extinguiu ao ser inventada. Ela viveu e vive continua, está ligada ao grupo de elementos, ao conjunto de coisas do passado, à memória de coisas que foram feitas e que se fazem. Ela é uma coisa que se faz e se refaz, que se cria e se recria, que se transforma e se retransforma.

De acordo com o texto, a Vinheta nasceu no seu tempo, porém não se extinguiu ao ser inventada. Ela viveu e vive continua, está ligada ao grupo de elementos, ao conjunto de coisas do passado, à memória de coisas que foram feitas e que se fazem. Ela é uma coisa que se faz e se refaz, que se cria e se recria, que se transforma e se retransforma.

entrevista



Pintor, desenhador, fotógrafo, gravurista, ilustrador, impressor litográfico, estampador de tecidos, decorador de estandes, planejador de montagens de exposição, editor, poeta, programador visual, desenhista industrial, o seu percurso artístico foi sempre pautado pela experimentação. Fernando, você acha que o designer deve ser um generalista dentro das artes visuais?

Bom, eu diria que o designer tem que ter uma grande capacidade não tanto do fazer, mas do saber. É uma espécie de alma que sabe tudo, é alguém que antes da encomenda já sabe muito do que na própria encomenda que lhe pedem. Não é apenas um artista, mas o profissional de um desafio que existe entre o produto que se está propondo, que ainda não é uma imagem.

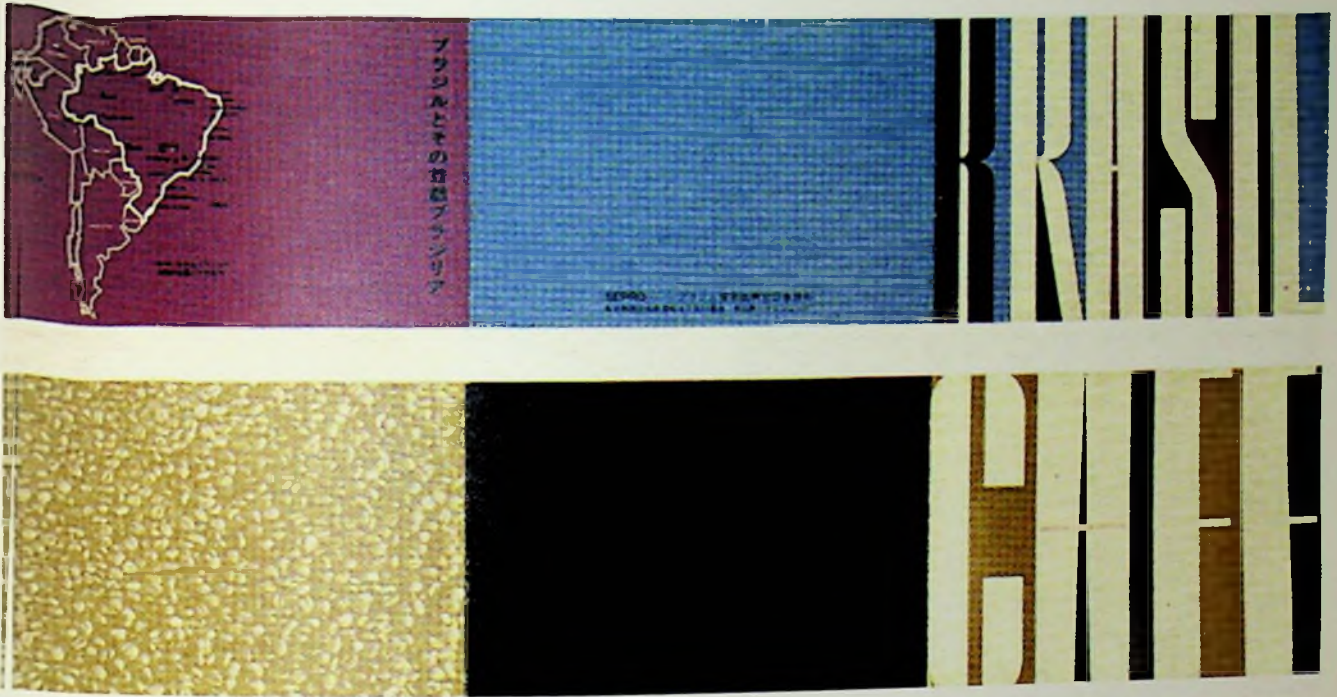
Ele tem que saber dar uma identidade a isso – talvez aí parecido com o artista, trabalhar com o invisível – mas é um profissional que trabalha com a generalização da imagem, das coisas que vão acontecer, um nome que tem que ser dado às coisas que já acontecem. É uma profissão em que se tem que saber batizar o filho antes dele nascer, tem que ter a percepção da cara que o filho deve ter. E o designer é um grande pai, afinal.

“É uma profissão em que se tem que saber batizar o filho antes dele nascer, tem que ter a percepção da cara que o filho deve ter. E o designer é um grande pai, afinal.”

Você poderia falar do seu posicionamento como designer gráfico, e o que determinou a escolha desta profissão?

A opção veio da necessidade de ir atrás de uma expressão que nascesse, quer dizer, que tivesse ligação com a imagem. Desde criança eu senti, mesmo no ambiente em que eu vivia, no país onde nasci – Portugal – e fui educado, a necessidade de uma imagem. Eu nasci num país, que não tem uma imagem e a imagem que tem infelizmente, é só folclórica. É um país que tem literatura, tem uma grande poesia, mas não uma imagem; há pintores, mas não há uma pintura portuguesa. Então, a minha carência estava muito ligada a essa imagem que eu não encontrava em nada.

A minha necessidade foi sempre querer fazer as coisas de uma forma visível, de dar-lhes sempre uma explicação, que tivesse um movimento de comunicação. Comecei desde criança a ler jornal, comecei a ler muito cedo. E a perceber já que havia uma forma gráfica de se receber as coisas diariamente. O jornal foi sempre esta coisa espantosa e rápida antes da televisão e até mesmo independente do rádio, que nos diz como o acordar do mundo é notícia, a coisa posta de uma forma gráfica como se diz: “Eu estou aqui!”



Acima: Folhetos para o pavilhão do Brasil na V Feira Internacional de Tóquio, 1963. Ao lado: Catálogo da Galeria Global, 1976

Iniciei trabalhando com litografia numa oficina, depois trabalhei com a própria máquina, fui impressor e fui me familiarizando com o mundo da criação gráfica. Dai pra diante, houveram várias fases dessa ligação como designer gráfico.

Já no Brasil, como artista plástico, eu tinha a mesma dificuldade que quase todos os artistas plásticos que estão aí, mesmo os que já eram famosos e que morreram de fome sem ninguém dar conta disso. Eu, evidentemente, fazia capas de livro, fazia calendários, fazia todo o tipo de coisas, de vitrine a estampado de cortina, para sobreviver. Quer dizer, quem teve mais culpa nisso foi a feira, foi o supermercado, do que propriamente eu. Eu necessitava fazer profissionalmente uma atividade, e continuei usando da minha experiência, num momento em que haviam muito poucos designers em São Paulo. Então, eu me encaixei facilmente num grupo de veteranos: Décio Pignatari, Wollner, gente com quem eu me relacionei no design gráfico, mais do que outros tipos de desenho industrial. Aí tornei-me pioneiro e um agente de introdução disso na universidade, praticamente essas foram as minhas fases ligadas ao desenho gráfico.

Fernando, você sempre esteve ligado a instituições com um papel pioneiro na implantação de departamentos gráficos e editoriais, na consultoria e direção de centros culturais de ensino e pesquisa de São Paulo como o IDART, a FAU, o Centro Cultural de São Paulo, a Pinacoteca, o Memorial da América Latina. Para fazer design é necessário ser político, ter uma consciência social e cultural?

Sim, é necessário ser político partindo do princípio que em tudo nós temos que ter sempre uma atitude política. O homem é um ser político, mais do que isso é julgador, porque estraga a política. Mas para lidar no confronto com o trabalho, não nos bastam os desafios, mas ainda ter que lidar com todo o tipo de interesse dentro das instituições. Não há ninguém hoje que tenha poder, essas instituições são quase todas frias, ligadas só ao interesse, elas ficam reduzidas às vezes a um potencial de um figurão, de um senhor lá que manda mas não sabe, e a pior forma de mandar é não saber.

Já no Brasil, como artista plástico, eu tinha a mesma dificuldade que quase todos os artistas plásticos que estão aí, mesmo os que já eram famosos e que morrerão de fome sem ninguém dar por isso. Eu evidentemente fazia capas de livro, fazia calendário, fazia tudo que eram coisas, de vitrine a estampado de cortina para sobreviver.

Você se define como um poeta d'a imagem. Como é que se dá essa poesia, Fernando? Eu queria que você nos contasse como que é o processo desse trabalho.

O processo desse trabalho ao se falar de poesia torna-se um pouco complicado, porque pra mim a poesia se manifesta, ou eu procuro manifestá-la, praticamente em todos os meus movimentos como ser humano. É a mesma poesia com que eu olho, com que eu gosto de ver.

Quando escrevo, estou ligado à imagem, às vezes com a imagem até das próprias palavras. Me encanto muito com o aspecto das palavras, uma palavra pra mim escrita com uma caneta esferográfica, ou na máquina de escrever são coisas completamente diferentes.

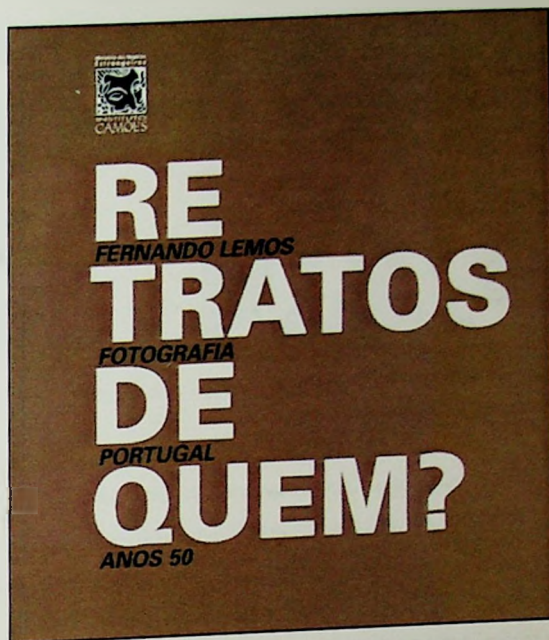
A poesia é para mim uma forma de criação permanente, é a poesia que me acompanha no trabalho. E até mesmo na produção de um simples logotipo você pode encontrar poesia. Se você der uma olhada aí em logotipos, pode se perceber que alguns são tocados por alguma poesia, um certo lirismo, houve a vontade de fazer aquilo com um gesto telúrico. Então a poesia é uma coisa assim que a gente respira como o oxigênio, só que às vezes engasga na tosse, dá espirro.

Você acha que design só se aprende na escola?

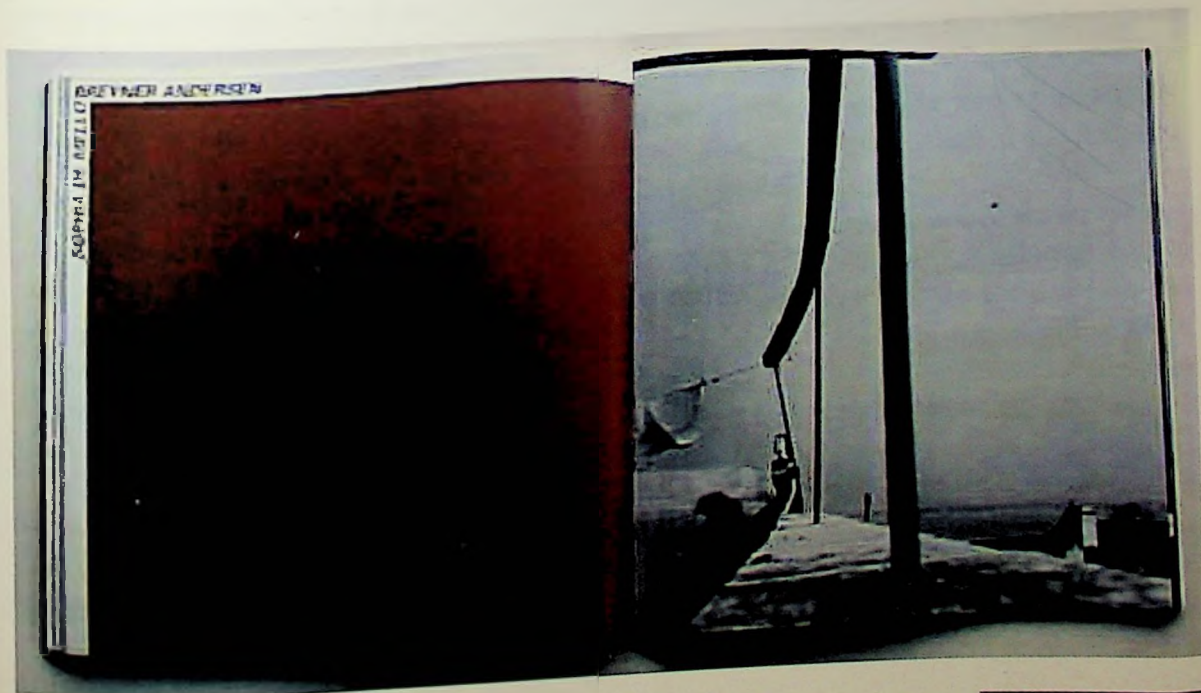
Eu acho que é uma atividade com exigência permanente de técnicas, isso é realmente necessário. O que a gente pode discutir é que tipo de escola, que tipo de ensino é adequado. Hoje há um equívoco muito grande, em querer ensinar desenho industrial em lugares onde se está aprendendo coisas mais rasteiras como decoração, ilustração, publicidade. Tudo isso passa por design, porém há um grande equívoco. De qualquer maneira, se até a publicidade se aprende em escolas, porque não o design?

O ensino hoje tem uma conotação absolutamente oportunista, de ordem até social. Há tempos atrás, e quando digo "tempo atrás", me permita dizer que não é um discurso velho, como dizer "antigamente ou no meu tempo". E eu posso falar assim porque eu sou um artista do século passado, e nesses tempos, era difícil fazer um curso de nível superior. Era difícil o ensino por várias razões: se aprendiam muitas coisas na prática, haviam poucos cursos disponíveis e ao mesmo tempo não havia porque perder a qualificação.

Depois começaram a abrir muitas escolas. Hoje se faz cursos em qualquer esquina, como inglês. Mesmo curso de



Seu mais recente livro de fotografias dos anos 50 em Portugal, lançado em Lisboa em 2000, apresenta um projeto gráfico em bicromia, extremamente limpo e com dois conceitos básicos. A utilização de quadrados à esquerda, ora chapados ora em fotos com aplicação do marron especial, quase um sépia. E sempre à direita fotos p&b sangradas, dialogam numa edição que valoriza e reforça o conteúdo expressivo de suas imagens.





Marcas criadas por Fernando Lemos: Unidade dos Democratas Portugueses, Instituto de Artes e Ciências/SP, Espaço - Planejamento Urbano.

nível superior – há mais faculdades que farmácias – então começou a ficar vergonhoso você não ter o diploma.

A diferenciação em relação ao ensino está aí, primeiro precisa-se de escolaridade, seja qual for a origem, depois entram os valores, é necessário aprender num lugar certo, que tenha condições para desenvolver a criatividade. Porque nem sempre aparece uma ESDI, uma Escola Superior de Desenho Industrial, que foi feita com tudo que é preciso para ser uma cópia da escola de UIm. Mas a verdade é que no Rio de Janeiro ninguém vai estudar desenho industrial com aquela praia! Isso aprende-se em São Bernardo. Eu pelo menos não iria estudar desenho industrial lá.

Estou dando o peso de um profissional com idade, alguém que aparece com barba é alguém que não tem muito tempo pra fazer a barba, não é? A experiência não deixa.

Quais os fatores fundamentais na formação de um designer gráfico?

Para a formação de um designer gráfico, acima de tudo é preciso ter uma boa percepção visual.

Tem que saber ver, saber ver muito, porque a grande escola do desenho gráfico é você agir como se conhecesse todo o mercado da arte gráfica, até para não incorrerem em cópias por influências de algumas coisas.

Se tem que fazer um projeto de comunicação visual, de um símbolo, de uma identidade de uma grande empresa, não cair na ingenuidade de um mundo que já foi devassado numa empresa concorrente.

Então, há o perigo de que seu primeiro olhar no produto não fique viciado por alguma experiência que já viu antes, que não se lembra. Tem que ter também uma grande memória. E esta memória o designer tem que manter sempre viva e acesa, não deixar nunca que ela se apague. Não é à toa, que se inventou o computador. O computador não é nada mais do que uma extensão da necessidade de se guardar a memória, e ele não foi feito só de memória, mas da necessidade de você lhe dar memória. Isso é a prova de que é necessário criar a memorização, e a própria memória é que se transforma em imagem. Essa é a grande disciplina do design gráfico: estar sempre entre a memória e a imagem, fazer da memória imagem e fazer da imagem memória fixa. Na hora em que tiver que captar um símbolo, um sinal simples pra alguma coisa, ele está tomando aquilo na nossa memória, ele transfere, porque já não é mais a memória da empresa, mas é a memória do consumidor. Quer dizer, quando você vê o sinal de uma empresa, você está memorizando, você se lembra: "Olha, é a Shell." "É o Banco Itaú", então essa memória é fundamental para o designer gráfico. Ele é perpetuador de uma imagem, em termos de memória, ele torna isso uma pedra.

O designer é um receptor e emissor 24 horas por dia, ele capta mensagens mesmo quando está distraído, diz o designer Jair de Souza. Aonde você capta os elementos pra sua criação?

Os elementos da minha criação, aqui neste sentido gráfi-

Então essa é a grande disciplina do design gráfico: estar sempre entre a memória e a imagem, fazer da memória imagem e fazer da imagem memória fixa.

co, referem-se de certa maneira àquilo que a gente já falou, é o efeito da memória. Eu sou vítima da memória, já é uma deformação profissional. Quer dizer, um designer gráfico anda na rua lendo os letreiros o tempo todo, a gente não pode fugir disso, somos ao mesmo tempo as maiores vítimas dessa poluição visual, esse exagero de anúncios colocados em todo lugar, só perturbando.

Nós temos essa ligação permanente, até no sentido de ver onde está errado e onde está certo. Aonde esta imagem é eficiente, se ela está repetitiva, se tornou-se redundante, mediocre. Nós temos que ter essa sensibilidade como designer visual.

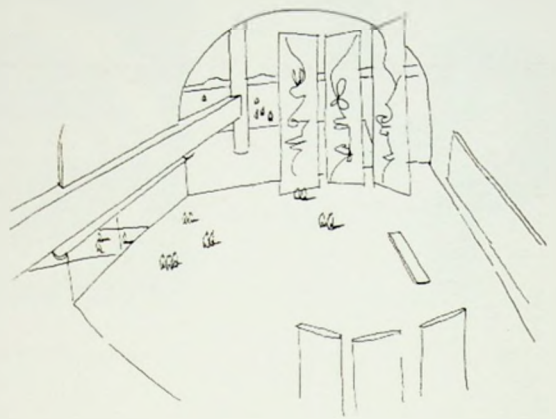
Ao mesmo tempo que a gente está fazendo uma imagem que se propaga, que é para se difundir, temos a consciência de que o excesso de comunicação dessa imagem é a banalização dela. Isso aí já entra nos outros detalhes na consciência do designer, ou seja, é quando ele sabe que tem que dar ao projeto gráfico dele o formato definitivo. Ele já sabe que essa imagem pode cair numa grande banalização pelo formato que ela vai ter no tempo e no espaço.

Mas a ligação tem que ser sempre a de não perder nunca a consciência do que é a memória e o que é comunicação visual. Como a gente educa o ouvido pra comunicação musical, a gente aprende a distinguir os músicos, às vezes até a própria estação de rádio. É uma ligação de memória permanente que a gente tem com certa imagem, com certo som. A grande consequência do desenho gráfico é a linguagem da comunicação visual, todas as leis da comunicação visual, tudo que está estabelecido entre o emissor e o receptor. Um canal encarrega-se de fazer com que o receptor transforme até a própria emissão e faça uso disso, mas aí já de-

turpa a memória, é a deturpação até da própria realidade. Transformar um incêndio como se fosse realmente um tufo, ou apresentar a imagem de uma grande confusão, de uma grande guerra dentro de um campo de futebol como se fosse apenas vento, é aquilo a que eu quero me referir. O gráfico tem uma grande consciência disso, porque ele é o emissor e o receptor. É ele que tem que ter o respeito pelo canal e saber que, quando está fazendo uma emissão ou fazendo um desenho para uma finalidade, não deve perder-se dessa finalidade, manter o respeito à origem da coisa. O designer gráfico é um emissor, ele cuida da emissão e do canal de transmissão para que isso não se desvirtue, para que isso não se transforme noutra coisa. Diga-se de passagem, que numa má comparação, a diferença do que significa a publicidade é essa corrupção. Os publicitários não têm nenhuma consciência do nascimento do produto, isto é, da origem da emissão. Depois de receberem, transformam, pegam uma geladeira que não tem nenhum design, colocam umas bolas de natal, e a vendem. O designer gráfico tem o respeito pela coisa, e não tem nada que ver com isso. Por isso, eu pessoalmente tenho pavor da publicidade, o que ela significa hoje, põe a mão no design gráfico, põe a mão no designer industrial, põe a mão na decoração, põe a mão em tudo, se é que não põe a mão em outras coisas piores, a mão pelo menos.

Fernando, qual o seu método de criação para o desenvolvimento de seus projetos gráficos?

Não há uma receita única, mas há regras que exigem que se coloque um ponto de partida, é a idéia da pesquisa. E toda a pesquisa não passa de uma pergunta bem feita, se



No projeto do Memorial, a Idéla foi de procurar fazer o casamento entre o projeto arquitetônico e a comunicação visual e eu fui atrás de formas barrocas e das curvas do Niemeyer.

não você não vai chegar a um resultado, vai se perder. Então o importante é a postura em relação ao projeto, o conceito que vai manter todo respeito em volta disso. Eu tenho esse exemplo aqui, é o projeto agora já levado ao fim, da comunicação visual do Memorial da América Latina. Ele foi feito a partir do princípio de que se fizesse junto com o projeto arquitetônico do Niemeyer, um projeto que desse uma imagem paralela a esse projeto. É uma coisa que não se faz no Brasil, aqui se faz um grande conjunto de prédios de arquitetura e a comunicação visual é uma coisa que fica pro fim. Ou seja, na própria arquitetura deve-se levar em conta a memória visual desse projeto arquitetônico. Todo projeto de arquitetura deve ser pessoal, personalizado, para que à distância a gente olhe e sinta que aquilo é um auditório, que é um hospital. O projeto deve ter uma imagem visual daquilo que é.

No projeto do Memorial, a idéia foi a de procurar fazer o casamento entre o projeto arquitetônico e a comunicação visual e eu fui atrás de formas barrocas e das curvas do Niemeyer.

Fui desenvolvendo isso de forma a criar um sinal com todas as pranchas necessárias para fazer crescer a coisa, até a semelhança de formas e símbolos que aparecem na cerâmica, nas coisas folclóricas dos índios da América Latina. É uma coisa que não é européia, esta cascata tem

a ver com uma instituição que armazena informação pra distribuir, porque o Memorial da América Latina nasceu pra isso, pra se comunicar com a América Latina toda, pra trocar informações e fazer intercâmbio cultural. Assim o simbolo cresceu em cima e a certa altura o designer foi coletando no imaginário a teia e o painel da obra da aranha, a escrita em circunstância da nossa maneira quase comum de ser, barroca. O arco no arremesso do eco também já assinalado na repetição do título: "Memorial, memorial, memorial, dos vários momentos sonoros na sua viagem, da sua leitura." Então é propagação do eco, tudo isso foi a conceituação para chegar a um sinal dessa instituição que trabalha como produto que é a imaginação, a cultura, a troca de informações, a criatividade, a memória artística dos povos, dos vários povos. Pronto, o resto foi só fazer as adaptações do uso disto para comunicação visual, para várias utilizações gráficas de sinalização, e ponto final.

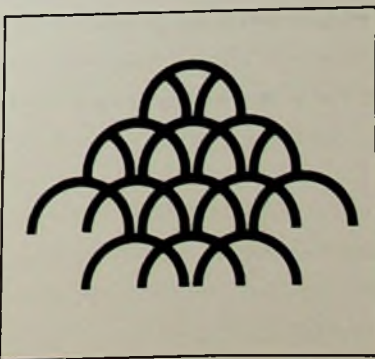
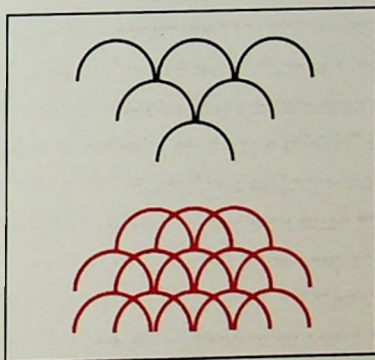
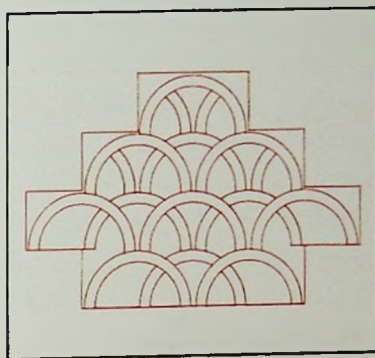
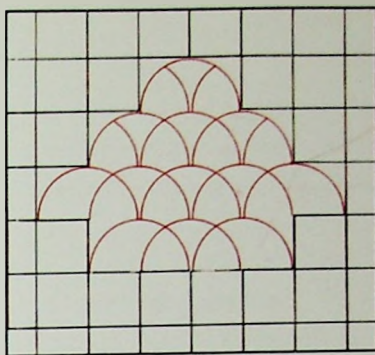
Então aqui está o exemplo de como se faz o desenvolvimento do projeto, é certo que aqui não está como é que eu cheguei no desenho, como é que ampliei, como é que fiz, como é que eu tratei a massa do bolo, mas aqui o bolo está pronto.

Eu posso ler o texto final que diz:

“Divagação poética alegórica, planta do presente esquecido, raiz permanente em futuro adquirido, sinal de valor conseguido, brasão* definido, rigor na palavra sentido que emite o devolvido, eterno retorno saber no emitido, mágico, sol apreendido, força, resgate, diferente, repetido, eco na qualidade repartido, democracia do atendido, simetria do transparecido”.

O que define um bom design?

Bom, o que define um bom design ou um bom produto do design é uma forma bem sucedida. Acontece que é importante que essa forma bem sucedida seja mostrada de trás para frente, a partir do bem sucedido para a primeira intenção. Isto é, desmistificar a idéia de que quando se começou a projetar esse isqueiro, por exemplo, já se sabia exatamente como ele seria. É importante mostrar a partir do final, no caso de um isqueiro, de um projeto ou de uma marca de comunicação visual, voltando pra trás, mostrando as várias fases que se sucederam umas as outras para chegar naquela construção. Essas coisas é que marcam exatamente o primeiro grão de respeito pela forma bem sucedida, deve-se pensar qual é o lugar que aquilo vai acontecer. Voltando ao caso do Memorial eu mostrei exatamente todas as indicações que foram levadas às últimas consequências a partir do sinal criado, um sinal nascido de memórias que existem na cerâmica, no folclore da América Latina, da idéia do crescimento de um palavra, do crescimento em eco do trabalho de uma aranha, do intercâmbio cultural em que as coisas estão sempre crescendo.



Parte do processo de criação da identidade visual do Memorial da América Latina, 1987. O projeto visual incorporou a linha espiralada e barroca do desenho do arquiteto Oscar Niemeyer, construindo uma síntese gráfica da imagem do Memorial que caracteriza o seu perfil.

Quais as diferenças entre o design gráfico da década de 50 e hoje? E como você considera hoje o desenvolvimento do design gráfico no Brasil?

Bom, o desenvolvimento gráfico no Brasil hoje é até bastante auspicioso. Eu acho que do desenho industrial, de uma maneira geral, o design gráfico foi o que triunfou. Eu acho que o design gráfico no Brasil é de alta qualidade e é comparável a tudo que a gente conhece em revistas e trabalhos feitos no estrangeiro, sem dúvida nenhuma.

Nos anos 50 era mais precário, sem dúvida. Sem querer fazer comparações tipo letraset que não existe mais, * você tem por aí a diferença dos recursos técnicos e da própria exigência do cliente, não é?

A própria produção gráfica eletrônica veio difundir o desenho gráfico e hoje praticamente se faz desenho gráfico de todas as origens, toda a gente tem computador em casa e faz, pode fazer uma produção gráfica, uma comunicação visual.

O agravante é que muito desse material está começando a ficar parecido. Uma capa de um disco, uma capa de um livro, um cartaz ou uma vinheta de televisão, já não faz tanta diferença, então perde-se a identidade do profissional e da própria identidade do produto. Outro agravante é a consequência dessa poluição visual, uma banalização, do próprio trabalho gráfico visual.

Hoje a produção gráfica já está tão enriquecida em relação aos anos 50 e está exigindo uma grande reflexão do uso a partir dos próprios profissionais. Para o cliente, para uma televisão, para uma empresa de tintas, não é importante o processo técnico, porque eles não conhecem, é importante para o design saber a adaptação que tem que fazer para aquele veículo, o designer que tem que saber dar esse destino.

O desenho gráfico hoje cresceu muito e há uma diferença fundamental com a década de 50, acho que é muito bom o Brasil ter recursos para o desenho gráfico que era pobre, era insuficiente e hoje cresceu muito.

Qual a relação do seu trabalho com os meios tecnológicos?

A minha relação mesmo com os meios tecnológicos pra ser sincero é muito pouca, é mais de ordem teórica do

Eu quero viver à margem da computação gráfica, eu quero que o computador passe bem, muito obrigada, e todas as vezes que for preciso eu encomendo isso a quem faz.

que de ordem prática. Eu procuro saber tudo o que se faz, mas não estou interessado em querer saber também como é que se fazem essas coisas.

Eu quero viver à margem da computação gráfica, eu quero que o computador passe bem, muito obrigada, e todas as vezes que for preciso eu encomendo isso a quem faz. Eu considero isso uma prestação de serviços indispensável, mas não de entrar nessa coisa do amadorismo de fazer em casa, o computador pra mim não é uma atividade doméstica.

Para o trabalho de criatividade eu quero me manter à margem, até para preservar a minha experiência cultural. Eu fui feito na idade que era preciso estudar muito bem tudo isso que a gente está falando aqui, de saber dar a identidade a um produto com toda a seriedade que é preciso. Minha experiência foi feita com outro tipo de cultura, não que eu seja ainda um Gutemberg, o tipógrafo. Mas olha eu gostaria de ser tipógrafo, gostaria de ter uma tipografia aqui. Ainda hoje eu passo na frente de uma tipografia e sinto o cheiro e vontade de entrar como se fosse a minha pinga, sinto uma vontade danada de ir lá dentro, o cheiro da tinta da impressão.

O computador não tem cheiro, a computação gráfica não tem cheiro, não tem sensualidade, não tem nada. Quer dizer, ficar digitando não é a mesma coisa que ficar apalpando um corpo humano.

Levantamento de dados

1. Entrevistas com Designers Gráficos Pioneiros
2. Reprodução das Obras dos Designers
3. Bibliotecas Consultadas:
 - Biblioteca da Universidade Bandeirante de São Paulo
 - Biblioteca da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP
 - Biblioteca da Escola de Comunicação e Arte da USP
 - Bibliotecas particulares

BIBLIOGRAFIA

AMARAL, Aracy A. *Projeto Construtivo Brasileiro na Arte: 1950-1962*. Rio de Janeiro, Museu de Arte Moderna; São Paulo, Pinacoteca do Estado, MEC - Funarte e Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo, 1977

AMARAL, Aracy A. *Arte Construtiva no Brasil. Coleção Adolpho Leirner*. Companhia Melhoramentos, São Paulo. DBA Artes Gráficas, 1998

AMARAL, Aracy A. *Waldemar Cordeiro: uma aventura da razão*. Museu de Arte Contemporânea da USP, São Paulo, 1986.

AMARANTE, Leonor. *As Bienais de São Paulo. Projeto*, São Paulo, 1989

ACAYABA, Marlene Milan. *Branco & Preto: Uma história de design brasileiro nos anos 50*. Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, São Paulo, 1994

AZEVEDO, Wilton. *Os signos do Design*. Coleção Contato Imediato. Editora Global, 1996

BARDI, P. M. *História do Masp*. Instituto Quadrante, São Paulo, 1992

BARDI, P. M. *Excursão ao território do design*. Banco Sudameris do Brasil, São Paulo, 1986

BORGES, Adélia. "Wollner: três décadas com bem mais que 'marquinhas' ". *Revista Design & Interiores*. Ano 1, nº9, Julho/Agosto 1988

BOMFIM, Gustavo Amarante. *Idéias e formas na história do design: uma investigação estética*. Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande, 1995

- BRAGA, Rubem. *Caderno de Guerra de Carlos Scliar*. Exposição realizada na Pinacoteca do Estado de São Paulo, São Paulo, Dezembro, 1995
- BRUZZONE, José Korn. *Icograda - O ensino do design gráfico reconsiderado na busca de um modelo de programa básico de educação*. Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 1994
- CABRAL, Isabella e AMARAL REZENDE, M. A. *Hermelindo Fiaminghi*. Artistas Brasileiros, Edusp, São Paulo, 1998
- Catálogo *3ª Bienal de Design Gráfico* da ADG, Associação de Designers Gráficos, 1996
- CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. Editora Unesp, São Paulo, 1997
- CHYPRIADES, Heloisa Dallari. *Cartaz: Abordagem Histórico-Visual*. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo,. São Paulo, 1996
- COUTINHO, Margarida Cintra e MONTEIRO, Sylvia. *Gráfica: Arte e Indústria no Brasil- 180 anos de história*. Bandeirante Editora, São Paulo, 1991
- DONATO, Hernâni. *100 Anos da Melhoramentos: 1890-1990*. Editora Melhoramentos, São Paulo, 1990
- ECO, Humberto. *Como se faz uma tese*. Editora Perspectiva, São Paulo, 2000
- Estudos em Design*, Associação de Ensino de Design no Brasil, Rio de Janeiro, 1997
- FERLAUTO, Claudio. *O Tipo da Gráfica e Outros Escritos*. Edições Cachorro Louco, São Paulo, 2000
- FERREIRA, Orlando da Costa. *Imagem e Letra: Introdução à Bibliologia Brasileira*, 1976
- FIGUEIREDO, Walter Gonçalves de. *Monografia sobre Aluísio Magalhães*. FAU-USP, São Paulo, 1970

FONTANESE, Sônia. *O rosto da forma quando jovem*. Revista Design & Interiores. São Paulo.

FRASCARA, Jorge. "O papel social do designer gráfico". *Revista Design & Interiores*, ano 3 nº 17, São Paulo, dezembro 1989

GOMES, Luis Vidal de Negreiros. *Para uma filosofia do desenho ou desenhismo*. Editora Universitária da UFPE, Recife, 1993

Galeria Arte Global. *Arte para o Povo*. São Paulo, 1974

Galeria Arte Global. *Catálogos de exposições: Aluisio Carvão*. São Paulo, 1976.

GOMES, Luiz Vidal Negreiros Gomes. *Desenhando um Panorama dos Sistemas Gráficos*. Editora da UFSM, Santa Maria, 1955

GORDINHO, Margarida Cintra ...et al. *Gráfica: Arte e Indústria no Brasil, 180 anos de história*. São Paulo, Bandeirante Editora, 1991

HOLLIS, Richard. *Graphic Design: A Concise History*, Thames and Hudson, Londres, 1994

LESSA, Washington. *Dois Estudos de Comunicação Visual*. UFRJ, ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial, Rio de Janeiro, 1998

LEMOS, Fernando. *A Vinheta: da Iluminura à carroceria de Caminhão*. IDART, São Paulo, 1980

LEMOS, Fernando. *Retratos de Quem?* Instituto Camões, Mistério dos Negócios Estrangeiros, São Paulo, 2000

LEON, Ethel. "Ruben Martins: O Pioneiro transgressor". *Revista Design & Interiores*. Ano 2, nº15, agosto/setembro, 1989

LEON, Ethel. "Estella Aronis". *Revista Design Belas Artes*. Ano 6, nº8, setembro 2000

LEON, Ethel. Os arquitetos do design total. *Revista Design & Interiores*. Ano 2, nº16, outubro, 1989

LIMA, Guilherme Cunha. *O Gráfico Amador: As Origens da Moderna Tipografia Brasileira*. Editora UERJ, Rio de Janeiro, 1997

LIVINGSTON, Alan and Isabella. *Graphic Design + Designers*. Londres, Thames and Hudson, 1992

LIVINGSTON, Alan and Isabella. *The Thames and Hudson Encyclopaedia of Graphic Design + Designers*. Thames and Hudson, Londres, 1992

LUPINACCI, Ana Lúcia Gimenez Ribeiro. *Formatando um discurso: o design na comunicação visual*. Dissertação de mestrado, USP, São Paulo, 2000

MARICATO, Erminia. *Maurício Nogueira Lima*. Monografia. FAU-USP, São Paulo, 1967

MARGINI, Raquel. "Scliar e a Senhor". *A Revista*. Editora Gráfica Takano, São Paulo, nº1, junho, 2001

MAVIGNIER 75. Catálogo da exposição. Museu de Arte Moderna, São Paulo, 2000

MCLUHAN, Marshall e FIORE, Quentin. *Guerra e paz na aldeia global*. Editora Record, São Paulo, 1971

MEGGS, Phillip. *A history of Graphic Design*, New York, Van Nostrand, 1992

MINDLIN, José E. *Illustrated Books and Periodicals in Brazil: 1875-1945. The Journal of decorative and Propaganda Arts: 1875-1945*. Wolfson Foundation of Decorative and Propaganda Arts, Inc. U.S., Miami, 1995

MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. "Geraldo de Barros, o precursor". *Revista Design & Interiores*. Ano 1, nº6, janeiro/fevereiro, 1988

MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem coisas*. Lisboa, Edições 70, 1982

MUNARI, Bruno. *Diseño y Comunicacion Visual*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1973

NAVES, Rodrigo. *Amílcar de Castro*. Editora Tangente, São Paulo, 1991

NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e Instalação*. 2 AB Editora, Rio de Janeiro, 1997

PIGNATARI, Décio. *Informação. Linguagem. Comunicação*. Editora Perspectiva, São Paulo, 1971

RADFAHRER, Luli. *Design/web/design*. Market Press, São Paulo, 1999

REDIG, Joaquim. *O mestre Aloísio Magalhães*. *Revista Design & Interiores*. Ano 2, nº12, janeiro/fevereiro, 1989

RIECKEN, Andrea. Rico Lins: Recriando Fronteiras. São Paulo, *Revista Design & Interiores*. Ano 2, nº13, abril, 1989

RITO, Lucia. I Rio Gráfica, catálogo exposição. Rio de Janeiro

Revista Abigraf, Associação Brasileira da Indústria Gráfica, São Paulo, ano XXVI, nº 194, Maio/Junho, 2001

A Revista no Brasil. Editora Abril, São Paulo, 2000

SACRAMENTO, Enock. *Sacilotto*. São Paulo, 2001

SANTANA, José Carlos. Amilcar de Castro. *A Revista*. Editora Gráfica Takano, São Paulo, nº2, julho, 2001

SARMENTO, Fernanda et. al... "Revista Senhor: Talento e Tom". *Revista Arc Design*, Quadrifoglio Editora, São Paulo, nº 20, junho/julho, 2001

SARMENTO, Fernanda. *Design Editorial no Brasil: Revista Senhor*. Dissertação de mestrado, FAU-USP, 2000

SATUE, Enric. *El diseño gráfico: Desde los orígenes hasta nuestros días*. Aliança Editorial, Madrid, 1988

SEMERARO, Claudia. *História da Tipografia no Brasil*. Museu de Arte de São Paulo, São Paulo, 1979

SENAC. Centro de Comunicações e Artes. *Alexandre Wollner*. São Paulo, agosto, 1999

- SILVA, Rafael Souza. *O Planejamento Visual Gráfico na Comunicação Impressa*. Summus Editorial, São Paulo, 1985
- SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. *ESDI Biografia de uma idéia*. Editora UERJ, Rio de Janeiro, 1996
- SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. *Notas para uma história do design*. 2AB Editora, Rio de Janeiro, 1998
- SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. "Bergmiller, o mestre do racionalismo brasileiro". *Revista Design & Interiores*. Ano 20, nº9, setembro/outubro, 1990
- TABORDA, Felipe. "Bea Feitler". *Revista Gráfica*. Ed. Especial. Women Design. Casa de Idéias Ed. de Vídeo e Gráfica Ltda. e Ed. Gráficos Burti Ltda. nº 25, São Paulo, 1989
- TAMBINI, Michael. *O Design do Século*. Editora Ática, São Paulo, 1997
- VILLAS-BOAS, André. *O que é (e o que nunca foi) design gráfico*. Editora 2AB, Rio de Janeiro, 1997
- VILLAS-BOAS, André. *Utopia e Disciplina*. 2AB Editora, Rio de Janeiro, 1998
- VILLAS-BOAS, André. *Van Gogh gostava de amarelo só porque enxergava amarelo?*. Estudos em Design, Anais P&D Design, 1996
- WOLLNER, Alexandre. *Origem e desenvolvimento do desenho industrial*. São Paulo, ABDI, 1955
- WOLLNER, Alexandre. *Desenho Industrial Brasileiro: uma história de 15 anos*. Produto e Linguagem - Conceitos 1, ABDI, São Paulo, 1977
- WOLLNER, Alexandre. *Wollner Design*. Edição do autor, São Paulo, 1998
- ZANINI, Walter. *História Geral da Arte no Brasil*. São Paulo, Instituto Walter Moreira Salles, 1983

Esta dissertação integra o trabalho de
Mestrado de Marilena Pini,
desenvolvido sob orientação do Professor
Doutor Bruno Roberto Padovano,
entregue à Comissão de Pós-graduação da
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da
Universidade de São Paulo,
em Setembro de 2001.