UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

CAMPUS AGRESTE

NÚCLEO DE DESIGN

CURSO DE DESIGN

ANTONIO JOSEILTON DIAS RODRIGUES FILHO.

PROCESSO CRIATIVO NO DESIGN GRÁFICO SEGUNDO O DEVANEIO NO PENSAMENTO DE GASTON BACHELARD

CARUARU

2018

ANTÔNIO JOSEILTON DIAS RODRIGUES FILHO

PROCESSO CRIATIVO NO DESIGN GRÁFICO SEGUNDO O DEVANEIO NO PENSAMENTO DE GASTON BACHELARD

Monografia apresentada ao Curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste para obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Eduardo Romero Lopes Barbosa

CARUARU

2018

Catalogação na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier CRB/4-1242

R696p Rodrigues Filho, Antônio Joseilton Dias.
Processo criativo no design gráfico segundo devaneio no pensamento de Gaston Bachelard. / Antônio Joseilton Dias Rodrigues Filho. – 2018.
49f. ; il. : 30 cm.

Orientador: Eduardo Romero Lopes Barbosa.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2018.
Inclui Referências

1. Artes gráficas. 2. Imaginário. 3. Bachelard, Gaston, 1884-1962. I. Barbosa, Eduardo Romero Lopes (Orientador). II. Título.

740 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2018-164)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN

PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA

DE DEFESA DE PROJETO DE

GRADUAÇÃO EM DESIGN DE

ANTÔNIO JOSEILTON DIAS RODRIGUES FILHO

PROCESSO CRIATIVO NO DESIGN GRÁFICO SEGUNDO O DEVANEIO NO PENSAMENTO DE GASTON BACHELARD

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o aluno ANTÔNIO JOSEILTON DIAS RODRIGUES FILHO

APROVADO

Caruaru, 12 de julho de 2018.

Prof. Eduardo Romero Lopes Barbosa

Prof. Dra. Luciana Lopes Freire

Prof. Me. Glenda Gomes Cabral

Meu propósito não é ensinar aqui o método que cada qual deve seguir para bem conduzir sua razão, mas somente mostrar de que modo me esforcei para conseguir a minha.

René Descarte

Dedico este trabalho acadêmico primeiramente a Deus Pai, o Todo Poderoso e grande Designer de todas as coisas; À minha família, sem ela nada poderia ter realizado: minha mãe, pelo grande incentivo na vida escolar, minha maravilhosa esposa, Elaine Jackielle Vieira Cordeiro e, com muita emoção, minha filha Naila Nicole Cordeiro Rodrigues; À todos os professores que contribuíram diretamente com minha formação acadêmica.

AGRADECIMENTO

Quero agradecer a Deus pela capacidade de estar aqui neste episódio da minha vida, finalizando uma batalha que será apreciada com grande louvor.

Quero agradecer a minha esposa Elaine Jackielle Vieira Cordeiro pela compreensão durante essa batalha que travamos em alguns momentos juntos, dentro dos grupos de estudos no Centro Acadêmico do Agreste.

Quero agradecer ao grande amigo e professor Eduardo Romero Lopes Barbosa pela grande inteligência que possui e grande humildade.

Quero agradecer as minhas amigas Claudiane Aguiar, Elizabeth Aguiar pelo companheirismo durante o curso.

Quero agradecer a todos os Fotolabianos que fizeram parte da minha vida dentro da Universidade.

Quero agradecer a doidinha que todo mundo ama no curso de Design do CAA, à professora Luciana Lopes Freire; também ao grande coração da professora Glenda Gomes Cabral, principalmente quando fui seu aluno de Desenho de Observação, momento em que estava transplantando a minha córnea e recebi total apoio dela, muito obrigado.

Quero agradecer aos professores que passaram a integrar e disseminar o conhecimento intelectual em suas aulas, sempre com a primordial competência de trazer ótimos pesquisadores e profissionais.

Quero agradecer à Direção do CAA, na pessoa do professor Manoel Guedes e da minha grande amiga Lucia Andrade, técnica da Direção, e aos professores Fernando Nascimento e Sebastião.

Por fim, quero expressar meus agradecimentos aos amigos Marcio Cleyton e Pedro Henrique, pelos grandes conhecimentos em momentos passados. A Pedro Henrique, quero expor mais um agradecimento pelo grande apoio no início da minha vida acadêmica quando necessitei realizar o meu transplante de córnea.

RESUMO

O projeto monográfico discorre sobre a noção de Devaneio, proposta por Gaston Barchelard, em relação à Imaginação e aos processos de criação no Design Gráfico, sendo está pesquisa de grande importância para a identificação das características da criação no Design baseado nos elementos da Natureza (Água, Ar, Terra e Fogo) apresentados na obra de G. Barchelard. Para tal, no desenvolvimento desta pesquisa será utilizado o livro *Linguagem do Design: Compreendendo o Design Gráfico* do autor Steven Heller, que debate obras significativas da história do Design numa perspectiva culturalista. Assim, a noção de Devaneio segundo Gaston Barchelard, será o *guia* para entender como se deu o processo criativo das obras apresentadas por Steven Heller sob a perspectiva dos quatro elementos da Natureza.

Palavras chave: Design Gráfico; Imaginário; Gaston Bachelard;

ABSTRACT

The monographic project discusses Gaston Barchelard's notion of Daydream in relation to Imagination and the processes of creation in Graphic Design, being this research of great importance for the identification of the characteristics of creation in Design based on the elements of Nature (Water, Air, Earth and Fire) presented in the work of G. Barchelard. For this, the development of this research will be used the book Language of Design: Understanding the Graphic Design of author Steven Heller, who discusses significant works of the history of Design from a culturalist perspective. Thus the notion of Daydream according to Gaston Barchelard, will be the guide to understand how the creative process of the works presented by Steven Heller from the perspective of the four elements of the Nature occurred.

Keywords: Graphic Design; Imaginary; Gaston Bachelard;

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Figuras rupestres de Lascaux, c.15000- 10000aC.	16
Figura 2 –	Entalhada e às vezes pintadas em rochas no oeste dos Estados Unidos	17
Figura 3 –	Antiga tabuleta pictográfica suméria, C. 3100 aC	18
Figura 4 –	Johann Gutenberg, páginas da Bíblia de Gutenberg, 1450-1455	19
Figura 5 –	Joseph Niépce, a primeira fotografia da natureza, 1826.	20
Figura 6 –	Walter Gropius, prédio da Bauhaus em Dessau nos anos de 1925-1926.	21
Figura 7 –	Foto da sede da ESDI.	22
Figura 8 –	NIE! (1952) - Tadeusz Trepkowski	34
Figura 9 –	Flight – (1890) E. McKnight Kauff	38
Figura 10 –	The Blues Project (1967) - Victor Moscoso	41
Figura 11 –	Direction (1941) - Paul Rand.	44

SUMÁRIO

1 **INTRODUÇÃO**..... 12

2 **DESIGN GRÁFICO**..... 16

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO..... 16

2.1.1 DESIGN GRÁFICO..... 23

3 A TEORIA DO IMAGINÁRIO E O DEVANEIO EM GASTON BACHELARD 25

4 DISCUSSÃO SOBRE AS OBRAS..... 32

4.1 NIE! - TADEUSZ TREPKOWSKI 32

4.2 FLIGHT - E. MCKNIGHT KAUFFER 35

4.3 BLUES PROJECT - VICTOR MOSCOSO 39

4.4 DIRECTION - PAUL RAND 42

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 46

REFERÊNCIAS...... 47

1 INTRODUÇÂO

O Presente trabalho monográfico se propõe pensar o processo de criação do Design Gráfico a partir da noção de Devaneio proposta pelo filósofo da imaginação Gaston Bachelard. Para desenvolver o andamento dessa pesquisa, coloca-se a seguinte pergunta: *Como podemos identificar a noção de Devaneio proposta por Gaston Barchelard no processo de criação do Design Gráfico?* Com intuito de contribuir para o aprofundamento das argumentações relativas aos processos de criação, imputou-se o seguinte problema de pesquisa: *Como o pensamento de Gaston Barchelard pode ser um* instrumento *para o entendimento do processo criativo no contexto do Design Gráfico?*

Trazendo esses questionamentos para o desenvolvimento do tema, a hipótese se baseia na afirmativa de que todo processo criativo humano parte do mesmo núcleo, ou melhor, que o Imaginário humano é a base de todo processo de criação e racionalização da experiência estética.

Diante disso, objetivo geral dessa pesquisa é identificar no processo de criação do Design Gráfico as noções de Devaneios propostas por Gaston Barchelard, baseada nos quatro elementos da Natureza (Água, Terra, Ar e Fogo).

Tendo como base o objetivo geral, os objetivos específicos são os seguintes:

1. Contextualizar a noção de Devaneio no pensamento de G. Barchelard;
2. Pesquisar como o desenvolvimento da história do Design nos fala dos processos de criação e do imaginário;
3. Debater obras da história do Design Gráfico a partir da noção de Devaneio.

A metodologia aplicada no presente trabalho será o método fenomenológico apresentado por Edmund Husserl (1859-1938), que se dispõe estabelecer um contexto seguro, que liberte de proposições com uso em todas as ciências (GIL, 2008).

Segundo Husserl, os discursos positivistas que rondam as ciências empíricas são *ingênuos*, pois: “A suprema fonte de todas as afirmações racionais é a ‘consciência doadora originária” (GIL, 2008, p. 14).(citações diretas não são escritas em itálico) Como podemos perceber a primeira regra fundamental do método fenomenológico é “[...] avançar para as próprias coisas” (PRODANOV, 2013, p. 35), e, nesse caso, a palavra *coisa* se refere simplesmente a dados, o fenômeno ou aquilo que podemos ver diante de nossa consciência. Esse método não se atenta com o desconhecido que está oculto no fenômeno, visa simplesmente o dado, sem decidir se o dado é ou não realidade, ou somente aparência.

O método fenomenológico não é dedutivo e nem apresenta fatores empíricos, se limita apenas em mostrar o que o dado é, apresentando-o de forma esclarecedora. “Não explica mediante leis nem deduz a partir de princípios, mas considera imediatamente o que está presente à consciência: o objeto” (GIL, 2008, p. 14). Conscientemente, o método fenomenológico apresenta uma tendência voltada e orientada para o objeto. Sendo assim, esse método coloca um limite nos aspectos essenciais e intrínsecos do fenômeno, sem abrir mão das deduções e do empirismo, tentando compreender por meio da intuição. Mas deixemos bem claro que sempre será visado o dado, o fenômeno não sendo levado em conta a sua natureza real ou fictícia.

Tomando por base o método fenomenológico, podemos afirmar que, utilizando-se do pensamento de Gaston Barchelard, pode-se identificar os dados, neste caso, debater o Devaneio no processo de criação de obras da história do Design Gráfico, orientados pelos quatro elementos da Natureza (Água, Terra, Fogo e Ar), os quais, segundo Barchelard, podemos identificar pela recorrência representadas visualmente na obra de designers e artistas, as imagens inconscientes que se repetem, a partir dos devaneios na criação, que não é percebido de maneira simples, mas que está

presente no processo que abrange a produção de variadas obras humanas e também em projetos de Design Gráfico.

Esta pesquisar trata de aspectos do Design Gráfico sob a perspectiva da Antropologia do Imaginário, cuja estrutura teórica considera que a atitude simbolizadora é ação estrutural dos seres humanos (BARBOSA, 2018). O Design Gráfico, enquanto objeto de estudo, aprofunda questões sobre as visualidades e as estruturas arquetípicas (BACHELARD, 2006) do imaginário, nas quais se ancoram as representações simbólicas culturais, partindo do pressuposto de que o estudo das representações visuais também e o estudo do simbolismo sociocultural que se materializam tanto no cotidiano quanto no Design. Ao se discutir as relações mito-simbólicas, abre-se um campo pouco explorado nas pesquisas de Design, considerando, neste caso, a produção de artefatos no Design Gráfico enquanto atividade humana expressiva e amplamente explorada. Nesse sentido, o estudo do mito é o caminho que busca apreender o sentido e a origem das coisas, cuja metodologia Mito-simbólica é o guia que religa a obra, as escolhas e a historia de vida dos designers em questão (DURAND, 2010).

Portanto, o método de análise utilizado neste texto em relação a coleta dos dados realizada é a Mito-simbólica, baseada nas comprovadas pesquisas sobre o simbolismo e imaginário, que, segundo Gilbert Durand (2010), a análise Mito-simbólica e-é uma metodologia de análise apropriada ao mundo simbólico.

A análise Mito-simbólica remete ao mito pessoal do designer e nos diz que suas obras não falam apenas de um homem e sua vida, mas do homem na sua universalidade, considerando dialogicamente os aspectos culturais, históricos e sociais (DURAND, 2010).

A escolha das peças gráficas destas pesquisas se deu pela grande importância para sua época, a começar pela obra de *Flight* (1916, publicada em 1919) de Edward

McKnight Kauffer, criada durante a Primeira Guerra Mundial (1914 - 1918) que se tornou grande ícone do Design; a obra *Direction* (1941) de Paul Rand que inovou na criação de Artes Gráficas, idealizada durante a Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945); NIE*!* (1953), de Tadeusz Trepkowski, criação do Design no pós-guerra, e por fim, *The Blues Project* (1967) de Victor Moscoso. Na análise mito-simbólica, a visualidades dessas obras remete aos quatro elementos da Natureza.

Assim, no primeiro capítulo foram apresentados o desenvolvimento histórico do Design Gráfico, segundo a ótica do livro *História do Design Gráfico* de Philip Meggs (2013), desde a invenção da escrita, passando pela Fotografia, até chegarmos a Bauhaus e a ESDI no Brasil, transmitindo o conceito do programa de ensino da Bauhaus no Design brasileiro. A sessão seguinte do primeiro capítulo aborda os conceitos de Design Gráfico mais difundidos para o melhor entendimento dessa área pesquisa.

No capítulo dois foi abordado o tema do Imaginário de Gaston Barchelard, onde foi realizado um apanhado sobre os quatro elementos da natureza (Terra, Agua, Fogo e Ar), assim como a noção sobre o Devaneio, tema de total importância para esta pesquisa, a qual, a partir da analise mito-simbólica, debate as obras selecionadas de S. Heller.

No terceiro capítulo foi desenvolvida a análise mito-simbólica de quatro obras importantes da história do Design Gráfico: *NIE!* (1952) de Tadeusz Trepkowski, *Fight* (1890) de E. McKnight Kauffer, *The Blues Project* (1967) de Victor Moscoso e, por fim, *Direction* (1941) de Paul Rand (HELLER, 2010), segundo os elementos arquetípicos da Natureza, respectivamente, a Terra, o Ar, a Água e o Fogo.

2 DESIGN GRÁFICO

> Design gráfico é a capacidade de criar algo claro a partir de várias considerações e habilidade para tirar o excedente e filtrar o essencial, alcançando a satisfação quando consegue traduzir o desejo do cliente e atingir interação completa com o receptor.
>
> Ikko Tanaka

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

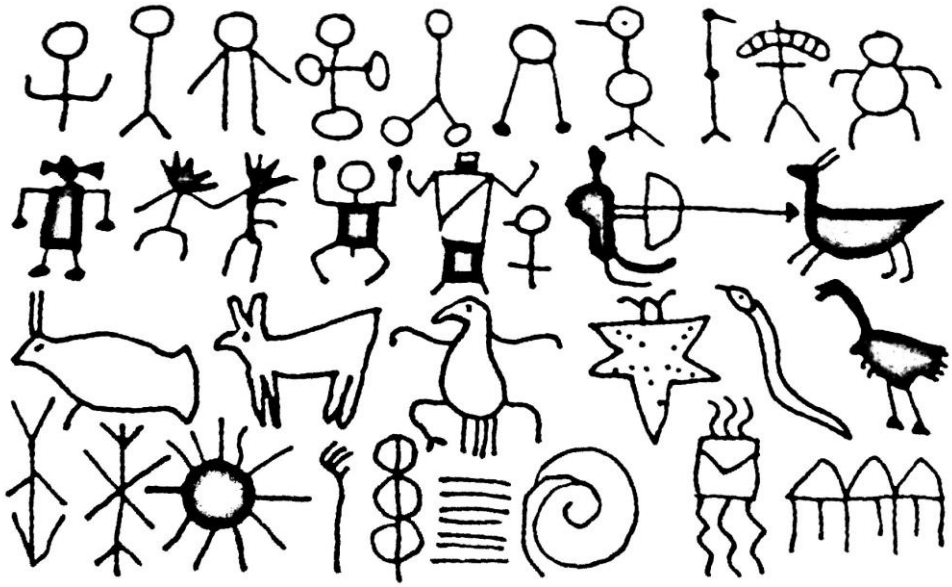
A história do Design se confunde com a história das necessidades humanas de representar e dar sentido às imagens e símbolos por ele criados. Segundo Meggs (2013), foram localizados vestígios de civilizações na África com mais de 200 mil anos dos períodos Paleolítico até o Neolítico (35000aC - 4000aC), onde esses povos deixaram pinturas em cavernas que podemos destacar, por exemplo, o complexo de cavernas na França, chamado de Lascaux**.**

Figura 1 - Figuras rupestres de Lascaux, c.15000- 10000aC.

Fonte: MEGGS, 2013, p.19

Na história da civilização também foram identificadas em vários continentes pelo mundo inúmeros gráficos, denominados petroglifos[1], pictografias ou ideografias[2], onde identificamos, ainda, essa necessidade de dar sentido as imagens e símbolos.

Figura 2 - Entalhada e às vezes pintadas em rochas no oeste dos Estados Unidos



Fonte: MEGGS, 2013, p.19

Seguindo a história das representações visuais humanas, nos deparamos, ainda, como sugere Meggs (2013), como a criação da primeira escrita na cidade-estado mesopotâmica, onde era necessário documentar todas as transações comerciais que ali ocorrera, o mais antigo registro da escrita humana, localizado na cidade de Uruk (Figura 3), onde, aparentemente, a negociação de mercadorias foi realizada. Vale ressaltar que na região da Suméria, onde ocorreram esses registros de atividades comerciais com escrita envolvida, havia abundância da principal matéria prima, que na época era a argila, facilitando, assim, a utilização desse meio de escrituração.

[1] Sinais ou figuras simples entalhados ou arranhados na rocha (MEGGS, 2013, p.19).
[2] Símbolos para representar ideias ou conceitos (MEGGS, 2013, p.19).

Figura 3- Antiga tabuleta pictográfica suméria, C. 3100 aC.

Fonte: MEGGS, 2013, p.21

Sobre a evolução da escrita, o autor supracitado afirma:

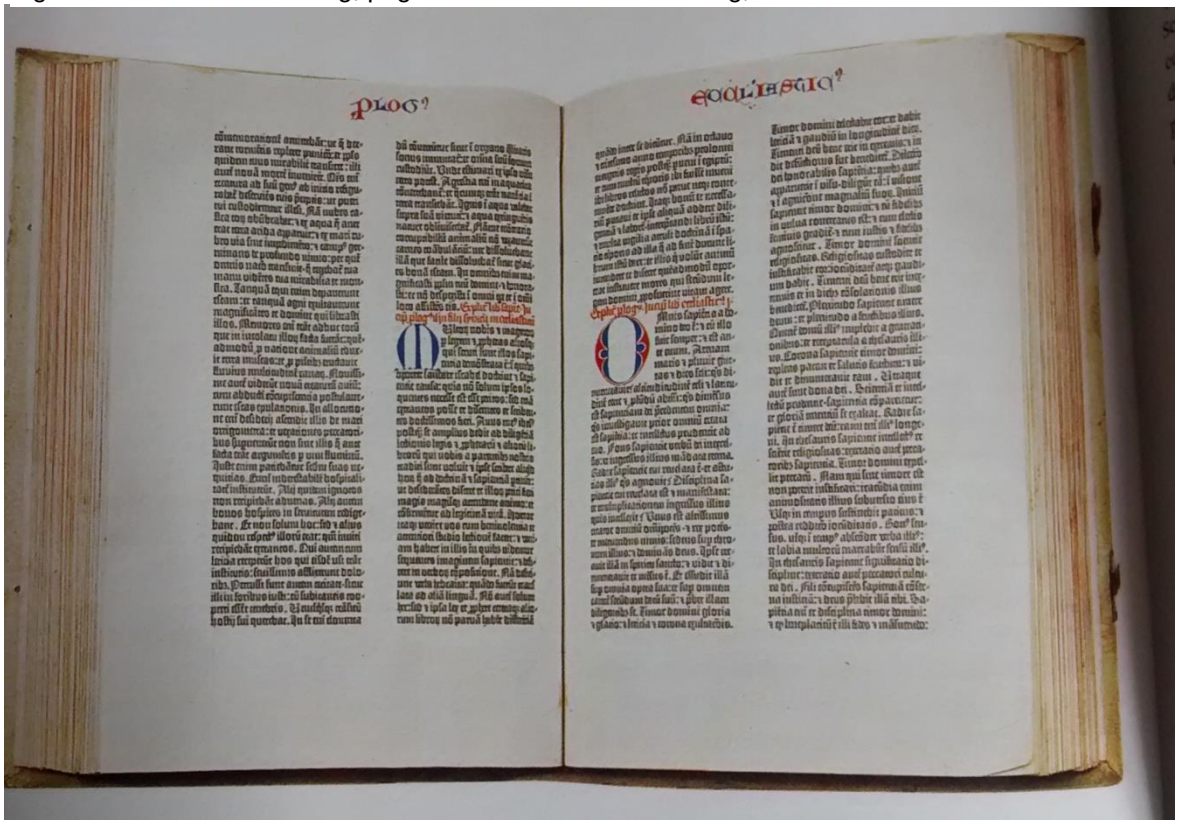
> Os primeiros sistemas de linguagem visual, entre os quais o cuneiforme, os hieróglifos e a escrita chinesa, tinham uma complexidade inerente. Em cada um deles, as pictografias haviam se tornado escritas rébus, ideografias, logogramas ou mesmo um silabário (MEGGS, 2013, p.34).

Em contraposição, muitas teorias relacionadas a evolução da escrita são conflitantes, mas diversos autores utilizam-se das pictografias cretenses como o início da construção do alfabeto. O alfabeto grego dá o pontapé inicial para a grande evolução da escrita ocidental adotando o alfabeto fenício, utilizando por toda as suas

cidades-Estados por volta de 1000aC. Já em 750aC., houve a ascensão de Roma, que dominou vasto território, chegando ao seu auge no século VI a. C. Nesse momento, o alfabeto latino já possuía 21 letras. Na Idade Média, o alfabeto passou a conter as 26 letras que conhecemos na atualidade. (MEGGS, 2013).

Na Idade Média houve grande busca por agilizar e disseminar o conhecimento adquirido ao longo de centenas de anos com a impressão trazida da Ásia, chegando à impressão com blocos. Assim, nasceram as impressões com tipografia móvel, que evoluiram ao primeiro livro impresso, ou melhor, a Bíblia de Gutenberg, que continha 42 linhas. (MEGGS, 2013, p. 90-97).

Figura 4 - Johann Gutenberg, páginas da Bíblia de Gutenberg, 1450-1455

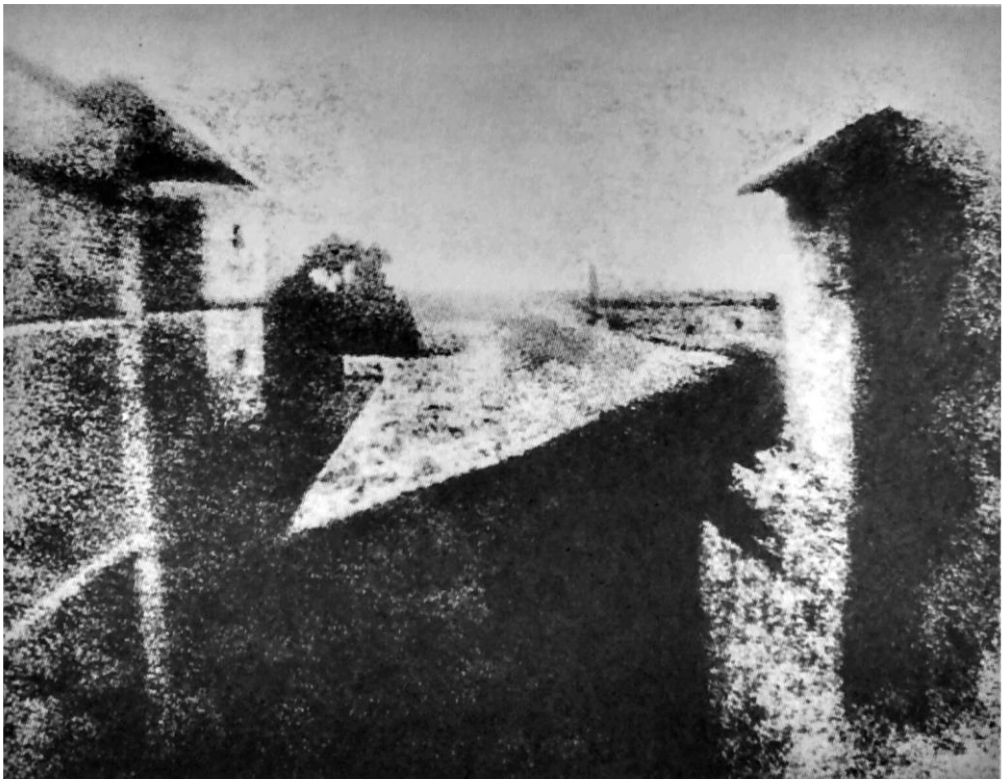


Fonte: MEGGS, 2013, p.100

Esse contexto histórico não pode deixar de citar a revolução industrial que trouxe outro grande avanço para o mundo e também para o Design Gráfico, com a mecanização das prensas tipográficas agilizando, assim, as impressões de livros, sendo possível imprimir 250 páginas por hora. A Fotografia também é um grande salto

tecnológico na história da representação visual, que atualmente vem sendo utilizada em larga proporção (MEGGS, 2013). A Fotografia foi criada por Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833), francês que conseguiu fixar a primeira imagem fotográfica, simplesmente por pesquisar um meio rápido e automático de transferir desenhos para laminas de impressão. Niépce também fez o primeiro registro da natureza, colocando uma de suas lâminas na câmara escura e apontando para fora de sua casa, possibilitando o mesmo a fazer um retrato da natureza (MEGGS, 2013)

Figura 5- Joseph Niépce, a primeira fotografia da natureza, 1826.



Fonte: MEGGS, 2013, p.186

A História do Design Gráfico, nesse momento, se funde com a História da Arte com o movimento *Arts and Crafts*, ~~onde~~ ocorrendo a separação entre o Design Gráfico e a Tipografia, por volta do seculo XVIII, ~~onde~~ quando surgiram os movimentos da

imprenssa particular que cuminou com o renascimento do design de livros, sob a influência do *Art Nouveau*, que era utilizada na ornamentação dos projetos de embalagens, cartazes, na moda, etc.

No século XX ocorreram grandes transformações no ambito do Design Gráfico e da Arte. Podemos citar vários fatores que iniciaram essas mudanças, tais como a escola de Glasgow, a influência do Cubismo, Futurismo, o movimento Dadá, o Surrealismo, o Expressionismo, o Suprematismo e o Contrutivismo russo. Nesse momento da história, temos também a Bauhaus em Weimar entre os anos de 1919-1924. A Bauhaus, mais tarde, muda-se para a cidade de Dessau (Figura 6) entre 1925-1932.

Figura 6- Walter Gropius, prédio da Bauhaus em Dessau nos anos de 1925-1926

Fonte: MEGGS, 2013, p.409

No Brasil, o Design tem pouco mais de 50 anos. Podemos citar como seu marco inicial a fundação da Escola Superior de Desenho Industrial do Estado do Rio de Janeiro (ESDI - UERJ).

Figura 7 - Foto da sede da ESDI.

Fonte: ESDI (http://www.esdi.uerj.br/a-esdi/historia)

Na proxima seção desse capitulo iremos abordar os conceitos de Design Grafico mais difundidos para o melhor entendimento dessa área de atuação e pesquisa.

2.1.1 DESIGN GRÁFICO

Podemos iniciar deixando claro que o Design ~~Gráfico~~ é uma atividade controversa, pois se observamos algumas expressões para definir o que é o Design Gráfico, tomaríamos como base a palavra *design* que significa no inglês *projetar*, *compor* visualmente ou colocar em *prática*.

O glossário de termos e verbetes utilizados no Design Gráfico da ~~(~~ADG~~)~~ (Associação de Designers Gráficos) discorre sobre o Design Gráfico da seguinte maneira:

> Termo utilizado para definir genericamente, a atividade de planejamento e projetos relativos a linguagem visual. Atividade que lida com articulação de texto e imagem, podendo ser desenvolvida sobre os mais variados suportes e situações.
>
> Compreende noções de projeto gráfico, identidade visual, projeto de sinalização, design editorial, entre outros. Também pode ser empregado como substantivo, definindo assim um projeto em si (ABC da ADG, 2012, p.70).

De acordo com Hollis,

> As representações gráficas podem ser sinais, como as letras do alfabeto, ou formar parte de outro sistema de signos, como as sinalizações nas estradas. Quando reunidas, as marcas gráficas - como as linhas de um desenho ou os pontos de uma fotografia- foram imagens. O design gráfico é a arte de criar ou escolher tais marcas combinando-as numa superfície qualquer para transmitir uma ideia (HOLLIS, 2000, p.1).

Portanto, o Design Gráfico está ligado aos processos de produção em série, com intuito de solucionar as necessidades e/ou desejos do público, por isso, o Design Gráfico deve atender as necessidades do cliente que o contratou, sem obliterar que "O design gráfico constitui uma espécie de linguagem da gramática imprecisa e vocabulário em continua expansão" (HOLLIS, 2000, p.4). O *kit* de prática profissional da ADG, define designer gráfico como:

> [...] profissional não oficializado, oriundo de diversas formações (arquitetos, comunicadores visuais, artistas plásticos editores e tantos outros) e que trabalha em diversos segmentos do mercado, desenvolvendo embalagens de

> produtos, sistemas de sinalização, projetos gráficos editoriais, sistemas de identidade visual para marcas e empresas, ou mesmo em grandes organizações empresariais, muitas vezes desenvolvendo sozinho um modo de trabalho que atenda às necessidades do design gráfico (como processo), do cliente e de si próprio (ADG, 1998b, p. 3).

No próximo capitulo serão discutidas as questões que envolve o Imaginário na obra do pensador francês Gaston Bachelard com o intuito de realizar, posteriormente, a análise mito-simbólica de quatro obras importantes da história do Design (HELLER, 2010) segundo os elementos arquétipos da Natureza.

3 A TEORIA DO IMAGINÁRIO E O DEVANEIO EM GASTON BACHELARD

Antes de começarmos a dissertar sobre a Teoria do Imaginário, é interessante conhecer quem foi Gaston Bachelard. Bachelard foi filosofo, ensaísta, epistemologia e teórico do imaginário nascido na França rural em Bar-sur-Aube em 1984 e veio a óbito em 1962 em Paris. Trabalhou no serviço postal e atuou como professor no Collège Bar-sur-Aube. Aos 35 anos de idade publicou, em 1928, a sua tese de doutorado, defendida em 1927, com o titulo de *Ensaio sobre o Conhecimento Aproximado (Essai Sur la Connaissance Approchée).* A principal característica dos seus ensaios é a diversidade dos pensamentos, tornando-o único e também importante para o Estruturalismo no pós-guerra.

Existem três elementos fundamentais nos ensaios de Bachelard: o primeiro elemento é colocar a importância do estudo da epistemologia das ciências; o segundo seria buscar a influência do estruturalismo na teorização da história das ciências; e o terceiro momento importante seria a base da formulação do que viria a ser a Teoria do Imaginário, que se debruça em estudar as imagens relacionando aos temas da materialidade ou das forças da Natureza "[...] força e sonhos bem como as imagens associadas de fogo, água, ar e terra" (LECHTE, 2010 p.17). Os dois primeiros elementos não irão fazer parte da construção desta pesquisa, me atento ao terceiro ponto como elemento fundamental para a análise dos trabalhos apresentados no livro *Linguagem do Design: Compreendendo o Design Gráfico* de Steve Heller (2010).

Para Bachelard, a poesia possui muitas referências imagéticas ricas para serem utilizadas/trabalhadas pela imaginação e pela Arte:

> A obra da imaginação deve ser distinguida da percepção do mundo externo traduzido em imagens. A obra da imaginação, como diz nosso autor, é mais fundamental do que a imagem-percepção; é, pois, uma questão de afirmar o

> "caráter psiquicamente fundamental da imaginação criativa" (LECHTE, 2010, p.17).

Contudo, a imagem não é apenas uma criação externa, mas, uma atribuição pessoal da vontade criativa comum a espécie humana. Fazendo uma análise simplória da situação, a imaginação de cada indivíduo pode influenciar a criação de objetos que não podem ser aferidos pelos métodos tradicionais, ciências humanas de cunho racionalista. Nesse sentido, a imaginação não deixa precedentes para acompanhamento de seus métodos, tornando-os autônomos e totalmente livres. Em consequência, podemos afirmar, que os devaneios são uma espécie de sonho, porém acordado, consciente, que torna o imaginário uma espécie de afloramento do estado de *semiconsciência*. No processo criativo, o Devaneio é o fio imperceptível e caótico que liga a imaginação do sujeito e o artefato criado.

Voltando ao tema principal dessa capitulo, o pensamento sobre o Imaginário que começa a brotar a partir das proposições pelo autor francês, tem duas vertentes de aspectos formais e materiais, conforme ele coloca ao dizer que:

> Expressando-nos filosoficamente desde já, poderíamos distinguir duas imaginações: uma imaginação que dá vida à causa formal e uma imaginação que dá vida à causa material; ou, mais brevemente, a imaginação formal e a imaginação material (BACHELARD, 1998. p. 1).

Freitas (2006), ao tratar sobre a ideia de imaginário proposta por Bachelard, acrescenta que a mesma:

> [...] valoriza os modelos teórico-matemáticos e a formalização lógico-empírica das ciências naturais, remete à tradição aristotélica, cartesiana e positivista de ciência. Enquanto a imaginação material, obscurecendo a vigilância epistemológica, imprescindível à atividade científica, instaura os devaneios noturnos da matéria (p. 46).

Contudo, o filosofo afirma que a materialidade do Imaginário ocorre quando se pensa, vive-se ao contato com a matéria ou simplesmente se sonha. Conforme está escrito no ensaio *A Água e os Sonhos:* “Ensaio sobre a Imaginação da Matéria, “O imaginário não encontra suas raízes profundas e nutritivas nas imagens; a princípio, ele tem necessidade de uma presença mais próxima, mais envolvente, mais material” (BACHELARD, 1998, p.126).

Podemos, de certa forma, argumentar com relação à imagem, que a mesma busca uma materialidade profunda que podemos subtrair a intimidade substancial que atribui a criação (dos artefatos e da arte em geral) uma realidade metafórica. Essa materialidade palpável que busca a imaginação é bem definida no livro *A Poética do Espaço*: *“[...] o princípio de um bom condutor que dá continuidade a um psiquismo imaginante”* (BACHELARD, 2002, p.8).

O ensaísta com suas premissas cria uma fenomenologia advinda do conhecimento ainda nebuloso sobre a imaginação definida como “[...] uma sistemática de investigação da gênese da imagem poética do imaginário literário” (FREITAS, 2006, p. 41). A busca pela materialidade por parte da imaginação se concretiza nas representações que fazemos das imagens dos quatro elementos da Natureza. Freitas (2006), ao tratar do tema, nos afirma que “[...] *o poder agregador desses arquétipos tetra-elementares geram configurações da imaginação*” (p.43). Quando Freitas se refere aos tetra-elementares, ele está citando as obras do ensaísta Bachelard *A Água e os Sonhos: Ensaio sobre a Imaginação da Matéria* (1942), *O Ar e os Sonhos: Ensaio sobre a Imaginação do Movimento* (1943), *A Terra e os Devaneios da Vontade: Ensaio sobre a Imaginação das Forças*, *A Psicanálise do Fogo* (1938), onde os arquétipos que repousam no inconsciente são os elementos Água, Ar, Terra e Fogo. No *Dicionário de Imagens, Símbolos, Mitos, Termos e Conceitos Bachelardianos*, da autora Agripina Encarnación Alvarez Ferreira revela que *“[...] arquétipos são ‘reservas*

de entusiasmo', possibilidades de devir. Graças a isso, o sonhador cria imagens, cria um mundo" (FERREIRA, 2008, p. 27).

Segundo Bachelard , *materializar* é tão somente garantir permanência, criar estabilidade para as imagens poéticas, isto é, *fac fixum volatile*, em tradução direta, *fazer fixo o volátil*. Contudo a discussão sobre Imaginário segundo Barchelard inicia-se pelo elemento Água.

> Já não é apenas um grupo de imagens conhecidas numa contemplação errante, numa sequência de devaneios interrompidos, instantâneos; é um suporte de imagens e logo depois um aporte de imagens, um princípio que fundamentadas imagens. A água torna-se assim, pouco a pouco, uma contemplação que se aprofunda, um elemento da imaginação materializante (BACHELARD, 1998, p. 12).

Bachelard ainda fala que o elemento Água nos traz um agrupamento das imagens e que é um elemento que dissolve as substâncias, um elemento que ajuda a imaginação, facilitando a assimilação das imagens dos ouros elementos da Natureza. No transcorrer do percurso poético Bachelard nos fala, ainda, da *água imaginária*, onde, para o autor, o esquema das transições imaginárias, sendo esta expressão o principal devaneio das imagens das misturas, que sempre será predominante em composições com os demais elementos (Ar, Fogo e Terra). No mais, Bachelard cita a *água violenta*:

> Desse modo, a água nos aparecerá como um ser total: tem um corpo, uma alma, uma voz. Mais que nenhum outro elemento talvez, a água é uma realidade poética completa. Uma poética da água, apesar da variedade de seus espetáculos, tem a garantia de uma unidade. A água deve sugerir ao poeta uma obrigação nova: a unidade de elemento (BACHELARD, 1998, p. 17).

Contudo, a Água será fundamental nas análises subsequentes desta pesquisa. O segundo elemento constante na imaginação poética, segundo Bachelard, é o elemento Ar, que remete às imagens que possuem movimentos, como nos fala a citação do livro *A terra e os Devaneios da Vontade: Ensaio sobre a Imaginação das Forças*, onde o Ar:

> [...] desempenham um papel em nossa vida. Vitalizam-nos. Por elas, a palavra, o verbo, a literatura são promovidos à categoria da imaginação criadora. O pensamento, exprimindo-se numa linguagem nova se enriquece, ao mesmo passo que enriquece a língua. O ser torna-se palavra. A palavra aparece no cimo psíquico do ser. A palavra se revela como devir imediato do psiquismo humano (BACHELARD, 1990. p. 6).

No elemento Terra, podemos destacar a dureza que a torna ofensiva, como cita Freitas (2006): “É pela dureza que a matéria torna-se ofensiva e atiça a musculatura do sonhador" (p. 56). No elemento Terra, veremos também a maior concentração da razão que o Imaginário possui: "Cada objeto contemplado, cada grande nome murmurado é o ponto de partida de um sonho e de um verso, é um movimento linguístico criador" (BACHELARD, 2001, p. 5). Assim o elemento Terra:

> [...] ao contrário dos outros elementos, tem como primeira característica uma resistência. Os outros [...] podem ser hostis, mas não são sempre hostis. A resistência da matéria terrestre, pelo contrário, é imediata e constante” (BACHELARD, 2001. p. 8).

Para finalizarmos os quatro elementos da natureza, temos o Fogo com a sua força e histórias perante as sociedades humanas, presente nos mitos e nos contos, onde sempre se sobrepôs “[...] as condições antigas do devaneio não são eliminadas pela formação científica contemporânea*”* (BACHELARD, 1994, p. 5). Para o autor supracitado, o Fogo é o elemento com um poder dualista, tanto para a destruição quanto para catalisar os processos químicos:

> [...] a um elemento material como o fogo se possa associar um tipo de devaneio que comanda as crenças, as paixões, o ideal, a filosofia de toda uma vida. Há um sentido em falar da estética do fogo, da psicologia do fogo e mesmo da moral do fogo. Uma poética e uma filosofia do fogo condensam todos esses ensinamentos. Ambas constituem esse prodigioso ensinamento ambivalente que respalda as convicções do coração pelas instruções da realidade e que, vice-versa, faz compreendera vida do universo pela vida do nosso coração (BACHELARD, 1998, p. 5).

Podemos perceber que Bachelard tem um grande apreço pelos quatro elementos da natureza, tornando estes de grande importância para sua epistemologia e imaginação poética. Assim, percebemos o que cada elemento representa na obra de Bachelard:

Água (Regeneração)

Ar (Movimento)

Terra (Força)

Fogo (Transformação)

Esta pesquisar trata de aspectos do Design Gráfico sob a perspectiva da Antropologia do Imaginário, cuja estrutura teórica considera que a atitude simbolizadora é ação estrutural dos seres humanos (BARBOSA, 2018). O Design Gráfico, enquanto objeto de estudo, aprofunda questões sobre as visualidades e as estruturas arquetípicas (BACHELARD, 2006) do imaginário, nas quais se ancoram as representações simbólicas culturais, partindo do pressuposto de que o estudo das representações visuais também e o estudo do simbolismo sociocultural que se materializam, tanto no cotidiano quanto no Design. Ao se discutir as relações mito-simbólicas, abre-se um campo pouco explorado nas pesquisas de Design, considerando, neste caso, a produção de artefatos no Design Gráfico enquanto atividade humana expressiva e amplamente explorada. Nesse sentido, o estudo do mito é o caminho que busca apreender o sentido e a origem das coisas, cuja metodologia Mito-simbólica é o guia que religa a obra, as escolhas e a historia de vida dos designers em questão (DURAND, 2010).

Portanto, o método de análise utilizado neste texto em relação a coleta dos dados realizada é a Mito-simbólica, baseada nas comprovadas pesquisas sobre o simbolismo e imaginário, pois, segundo Gilbert Durand (2010), a análise Mito-simbólica e uma metodologia de análise apropriada ao mundo simbólico.

> A análise Mito-simbólica remete inicialmente a critica psicanalítica, contestando os postulados psicanalíticos pelas formulações de Gaston Bachelard (2008) de que o simbolismo da imagem surge para explicar a própria imagem, ou melhor, do estudo convergente da imagem criadora, da obra, do seu autor e seu tempo. Trata-se do uso de um método critico, literário

> ou artístico que se centra no processo compreensivo do relato mítico inerente a sua significação (BARBOSA, 2018).

A análise Mito-simbólica remete ao mito pessoal do designer e nos diz que suas obras não falam apenas de um homem e sua vida, mas do homem na sua universalidade, considerando dialogicamente os aspectos culturais, históricos e sociais (DURAND, 2010).

No capítulo subsequente será realizada a análise mito-simbólica de quatro obras importantes da história do Design Gráfico: *NIE!* (1952) de Tadeusz Trepkowski, *Fight* (1890) de E. McKnight Kauffer, *The Blues Project* (1967) de Victor Moscoso e, por fim, *Direction* (1941) de Paul Rand (HELLER, 2010), segundo a noção de Devaneio a partir dos quatro elementos da Natureza: a Terra, o Ar, a Água e o Fogo.

4 DISCUSSÃO SOBRE AS OBRAS

4.1 *NIE!* - TADEUSZ TREPKOWSKI

Elemento da Natureza: Fogo (Força)

Nie, de 1953, é o retrato das ruínas de uma cidade devastada pelos horrores da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), sendo o primeiro pôster polonês a causar impacto nos *designers* norte-americanos. A imagem retrata o caos instalado na cidade de Varsóvia, contrastando com a silhueta de uma bomba caindo, de maneira tão expressiva como as chocantes fotografias de guerra publicadas na *Life* e em outras revistas americanas. Mais que uma imagem anti-guerra, evidencia o diferencial da arte para descrever uma realidade (HELLER, 2010).

O caos da guerra pode ser expresso simbolicamente pelo elemento Fogo. Este elemento se coaduna com a noção de purificação. Por exemplo, no Budismo o guerreiro passa por um ritual de purificação espiritual, pois a guerra não começa no plano físico, mas, antes, no plano espiritual. A luta entre o bem contra o mal, da luz contra as trevas, deve se iniciar na alma do guerreiro. Também é assim entre o povo Ojibwas (povo nativo da América do Norte), onde a preparação para guerra é algo espiritual.

Sobre o caos nos diz Chevalier & Cheerbrant:

> O caos simboliza, originalmente, uma situação absolutamente anárquica, que precede a manifestação das formas e, no final, a decomposição de toda forma. É o termo de uma regressão no caminho da individualização, um estado de demência (CHEVALIER & CHEERBRANT, 2017. p. 183).

No caso do cartaz em questão, a representação das ruínas mostra a vantajosa localização geográfica da Polônia em relação ao Atlântico, que resistiu à ocupação nazista. No entanto, a Polônia foi anexada pelos soviéticos, tornando-se prisioneira

da *Cortina de Ferro* e tendo a arte editada pelas imposições socialistas. *Nie* foi o primeiro contato que o mundo pôde ter do talento gráfico polonês e de que a arte também estava viva e florescia nesta nação, produzindo um estilo de alta qualidade e integridade, apesar da ideologia repressiva que a dominava. Para os designers norte-americanos, os pôsteres representavam um exemplo de liberdade de expressão e de estilo, pois nos Estados Unidos a visualidade do design estava sujeita aos desejos do cliente, sendo um mercado projetado para vender um produto num ambiente competitivo. O designer gráfico norte-americano também possuía inspiração, mas a arte do pôster polonês era pura poesia imune aos programas de um governo repressor (HELLER, 2010).

Será que a linguagem visual pode subverter a visão estreita de Estado? As imagens surreais que artistas como Trepkowski criaram eram os meios de contornar a censura pela livre expressão, uma maneira de criar novos métodos de discurso. A maioria dos pôsteres poloneses não tinham a missão de promover a venda para o mercado consumidores ou apelar para determinados interesses. Sugeriam que as autoridades não estavam prestando atenção para os horrores da guerra, ou que os artistas, como Trepkowski, eram brilhantemente subversivos (HELLER, 2010).

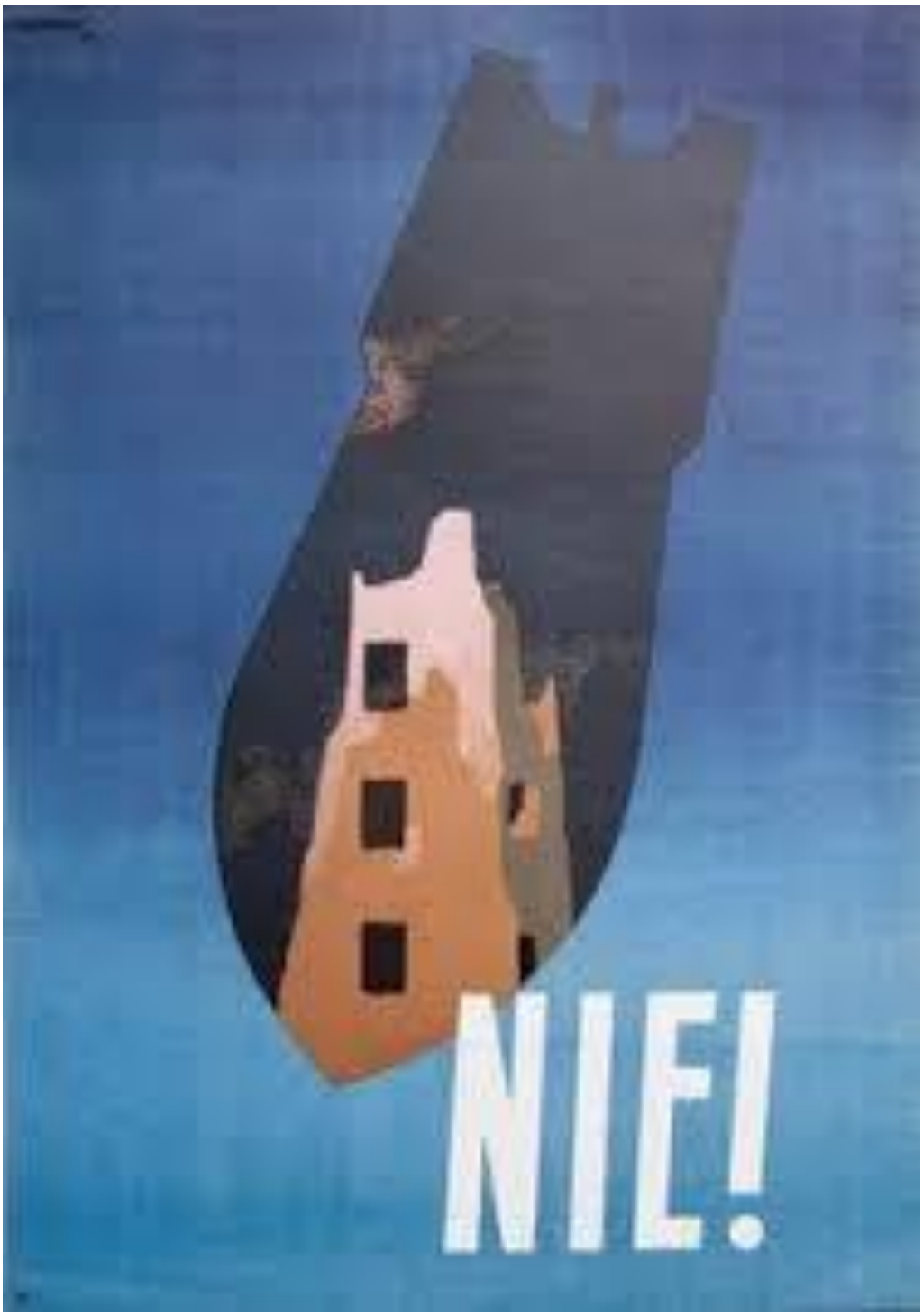
Sobre os horrores da guerra, para o Hinduísmo, a guerra através do fogo é a busca pelo equilíbrio interior, pois o verdadeiro conquistador busca a paz de espírito, assim como entre o povo Ojibwas, como visto anteriormente.

Por fim, sobre o equilíbrio interior e purificação no caos da guerra, nos diz Chevalier & Cheerbrant:

> A *Agnihotra* do Veda (texto sagrado Hindu) é um rito de purificação pelo fogo. Pois o fogo e a água tem virtudes purificadoras ao mesmo tempo que propiciatórias. Mas a purificação de um assassinato somente se dá com sangue: é preciso uma vítima e o culpado se asperge com seu sangue (CHEVALIER & CHEERBRANT, 2017, p. 748).

É desse universo simbólico que o cartaz *NIE!* (1953) de Tadeusz Trepkowski nos mostra, o elemento Fogo que nos remete ao universo dos horrores da guerra na história do Design.

Figura 8 - *NIE!* (1952) - Tadeusz Trepkowski



Fonte: (Heller. 2007. p.21)

4.2 *FLIGHT* - E. MCKNIGHT KAUFFER

Elemento da Natureza: Ar (Movimento)

Edward McKnight Kauffer foi um notório artista norte-americano e publicitário, um dos mais influentes da Europa nas décadas de 1920 e 1930. Viveu e trabalhou na Inglaterra e elevou a arte da propaganda para o século XX, porém, pouco conhecido nos Estados Unidos.

Por influência do professor Joseph McKnight (mentor e de quem ele tirou o nome do meio), partiu para o exterior. Foi apresentado aos pôsteres de Ludwig Hohlwein, em Munique, e frequentou a *Academie Moderne* em Paris. Fez uma parada em Chicago, onde foi profundamente influenciado pelo *Armory Show*, uma memorável exposição europeia, que apresentou diversas obras de artistas europeus, como Picasso, Cézanne, Duchamp e Matisse, nos Estados Unidos. Essas obras mais tarde iriam inspirar o trabalho referencial de *Flight* (1916), adaptado para pôster em 1919 para o jornal londrino *Daily Harold*, sendo o primeiro anuncio cubista publicado na Inglaterra (HELLER, 2010).

Com os rumores da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), Kauffer tornou-se um refugiado. Cogitou voltar aos Estados Unidos, mas descobriu um lugar de tranquilidade na Inglaterra que jamais havia experimentado: “Pela primeira vez na vida me senti em casa”, escreveu.

Ofereceu-se para servir no Exército Britânico, mas não foi aceito porque era cidadão norte-americano. Em vez disso, fez serviços paralelos enquanto aguardava aparecerem oferta de trabalhos de pintura (HELLER, 2010).

Nessa época, conheceu John Hassall, importante artista de pôster inglês, que o apresentou a Frank Pick, o gerente de publicidade da *London Underground Electric Railways*, responsável pela campanha de publicidade e programa de identidade mais

avançado da Inglaterra. Pick tinha o objetivo de otimizar o sistema visual do metrô londrino, tornando-o mais eficiente e atraente. Pick encomendou aos melhores artistas da Inglaterra pôsteres para serem colocados nas estações, dentre eles, Kauffer. Os primeiros que Kauffer fez, em 1915, eram paisagens em guache ou litogravuras divulgando locais pitorescos. Nos anos seguintes, fez para o mesmo metrô, em 1940, com um intervalo de vinte e cinco anos, pôsteres que evidenciam a evolução do artista em direção ao modernismo.

Durante seu primeiro ano na Inglaterra, tornou-se membro do *London Group*, uma sociedade de pintores aventureiros que adotavam o Cubismo. Mesmo na carreira de publicidade não abandonou a pintura e questionou a crescente divisão entre as belas-artes e as artes aplicadas. “Não conseguia ver motivo para o conflito entre o bom trabalho de arte e a boa arte comercial”, escreveu Frank Zachary na *Portfólio* nº 1. O artista parece ter encontrado intuitivamente o equilíbrio exato entre as representações narrativa e simbólica nas configurações de suas imagens abstratas posteriores (HELLER, 2010. p.291).

É provável que Kauffer tenha visto a primeira exibição dos vorticistas (tendência da arte moderna que buscava representar o movimento) em 1916, onde possivelmente esse movimento de vanguarda dos futuristas ingleses, que apreciavam a máquina, tenha exercido impacto sobre seu trabalho. O pôster *Flight*, com seu minimalismo e dinamismo, ecoava a obsessão vorticista por velocidade como metáfora da era das máquinas. Esse é o “principal trabalho de Kauffer”, escreveu seu biografo Hayward Haworty-booth. Kauffer baseou essa imagem não na imaginação, mas na observação direta dos pássaros voando. Entretanto, *Flight* poderia não ter se tornado um ícone do design gráfico moderno, se ele não tivesse enviado esse trabalho, em 1919, para a revista *Colour.* O pôster era visto como um meio de ajudar a Inglaterra a colocar-se de pé após a Primeira Guerra Mundial, onde os pássaros representavam esperança e sugeria, de alguma maneira, uma renovação após a

sangrenta guerra. Imediatamente foi convidado a trabalhar em diversas campanhas para as principais empresas de vinho, de vestuário, de publicidade, de automóveis e de petróleo. Ele acreditava que a função do artista era estimular a apreciação por meio de diversos estímulos visuais, apreço esse que transcendia os truques convencionais de marketing.

Segundo Kauffer:

> Na maioria dos casos, não tem sido possível usufruir de total liberdade e meus clientes têm caminhado passo-a-passo ao invés de aos saltos, mas por meio desse processo vagaroso temos argumentado e discutido a cada avanço até que nossos pontos de vista opostos encontrem uma síntese. (HELLER, 2010, p.292)

Apesar das farpas ocasionais, os críticos perceberam que Kauffer fez importantes incursões nas artes aplicadas, primeiro no uso da forma cubista e, após 1923, entrou no seu renomado estilo *jazz*, no qual criou interpretações coloridas e modernistas de formas tradicionais. Em 1929, passou a utilizar a fotomontagem modernista influenciada pela publicidade alemã e russa, substituindo os *layouts* diagonais pelos retilíneos, o que caracterizou o seu trabalho na década de 1930.

Considerado o “Picasso do Design Publicitário”, o avaliador publicitário Anthony Blunt escreveu: “O Sr. McKnight Kauffer é um artista que faz com que nos ressintamos da divisão das artes em maior e menor” (HELLER, 2010. p.293).

Os pássaros angulosos que Kauffer representa neste cartaz, nos oferece a sensação do movimento do elemento da Natureza Ar. Os pássaros, para os Brâmanes (os que cultuam Brahma entre os hindus), representa a alma que se liberta do corpo. Para os gregos, os pássaros simbolizam os presságios e mensagens que vêm dos céus. No taoísmo, os Imortais adotam formas de aves para representar a *leveza*, a liberação do *peso* terrestre.

> Certos desenhos pré-históricos de homens pássaros foram interpretados num sentido análogo (Altamira e Lascaux): o levantar o voo da alma ou o voo *extasiado* do xamã (CHEVALIER & CHEERBRANT, 2017, p. 687).

Sob a perspectiva do dicionário de símbolos, conclui-se a pluralidade de mitos sobre os pássaros em variadas crenças e povos, em que as aves representam o movimento, o símbolo da alma, a força e a vida. Simbolicamente, o Ar está associado ao vento e ao sopro, representa o mundo da expansão, que dizem os chineses, é insuflado pelo sopro (K'i) primordial para a existência dos seres. Para o povo hindu, *Vayu* é um ser mitológico que representa o sopro vital. O Ar, segundo São Martinho, é um "[...] símbolo sensível da vida invisível, um móbil universal e um purificador" (CHEVALIER & CHEERBRANT, 2017, p. 68). Os ismaelitas acreditam que o elemento da natureza Ar é o princípio da composição e da frutificação.

> O ar é o meio próprio da luz do alçar voo, do perfume, da cor, das vibrações interplanetárias; é a via de comunicação entre a terra e o céu. *A trilogia do sonoro diáfano e do móbil é ... uma produção impressão íntima de* **alivio***, de* **alijamento***. Ela não nos é dada pelo mundo exterior.* É conquista de um ser outrora pesado e confuso que, graças ao *movimento imaginário, e escutando as lições da imaginação aérea, se tornou leve, claro e vibrante ... a liberdade aérea fala, ilumina, voa (BACS, 74).* O ser aéreo é livre *como o ar* e, longe de ser *evaporado*, participa, ao contrário, das propriedades sutis e puras do ar. (CHEVALIER & CHEERBRANT, 2017, p. 68 e 69).

Figura 9 - *Flight* – (1890) E. McKnight Kauffer

Fonte: (Heller. 2007. p.290)

4.3 *BLUES PROJECT* - VICTOR MOSCOSO

Elemento da Natureza: Água (Regeneração)

Entre os milhares de outros vibrantes pôsteres que anunciavam as cenas de rock de São Francisco, em 1967, o revolucionário *Blues Project* de Moscoso quebrou todas as regras. A cidade de São Francisco era o turbilhão da contracultura em meados da década de 1960, com a predominância dos hippies, drogas alucinógenas e *rock and roll* (HELLER, 2010).

O designer Victor Moscoso, nasceu na Espanha, mas foi criado no Brooklyn, Estados Unidos, e vivenciou esse período, tornando-se uma força determinante no gênero de *design* norte-americano conhecido como pôster psicodélico, caracterizado por letras ilegíveis, cores vibrantes e ilustrações antigas, uma linguagem visual rebelde dedicada exclusivamente a uma comunidade. Em cerca de um ano, empresários a transformaram em um badalado estilo comercial capaz de atrair um novo mercado de jovens consumidores. Moscoso criou as mais emblemáticas imagens da década de 1960, entre as quais *Blues Project* é um clássico.

A maioria dos mais de 60 pôsteres que criou, Moscoso optava pela criação de imagens em lugar de usar fotos de publicidade. Para o pôster do *Blues Project*, ele usou uma fotografia vintage de uma Salomé nua, escrevendo à mão as letras. (HELLER, 2010. p. 266)

O *Blues Project* definiu seu estilo. Outros grandes nomes, incluindo Wes Wilson e Rick Griffin tinham personalidades visuais distintas, mas o uso de cores vibrantes feito por Moscoso o destacavam como o mais emblemático do grupo. Sua marca eram as vibrações cromáticas. Ele estudou na Cooper Union, em Nova York, e na Universidade de Yale, em New Haven, sendo influenciado pelo professor Joseph Albers, mestre do modernismo. “O impacto de Albers não se revelou até o pôster psicodélico... quando me vi em uma situação onde tudo que tinha que fazer era

estender a mão em direção a minha estante empoeirada, por assim dizer, e pegar o que eu havia aprendido” (HELLER, 2010, p. 266).

Apesar do que pareciam ser camadas de complexidade gráfica, seus visuais eram estrategicamente compostos e intencionalmente desenhados. O *Blues Project* era uma indicação da compreensão total de equilíbrio, proporção e cor. O pôster não segue diretamente nenhuma teoria modernista, mas foi influenciado pela ideologia do design contemporâneo.

“Fiz sete anos de universidade – poderia ser médico”, disse Moscoso sobre o processo de autoavaliação que resultou em manifestação criativa. Ele inverteu tudo aquilo que tinha formalmente aprendido. A regra dizia que a mensagem devia ser transmitida de maneira simples e rápida. A regra: “não use cores vibrantes” tornou-se: “Use-as o quanto puder e irrite os olhos o máximo que conseguir”; “O título sempre deve ser legível” foi transformado em: “Encubra o título o máximo possível e torne sua leitura muito complicada”. Moscoso chamou isso de “mundo virado de cabeça para baixo”. Mas ao colocar essas ideias em prática ele criou um sistema de trabalho que alterou a linguagem de toda uma geração.(HELLER, 2010, p. 267).

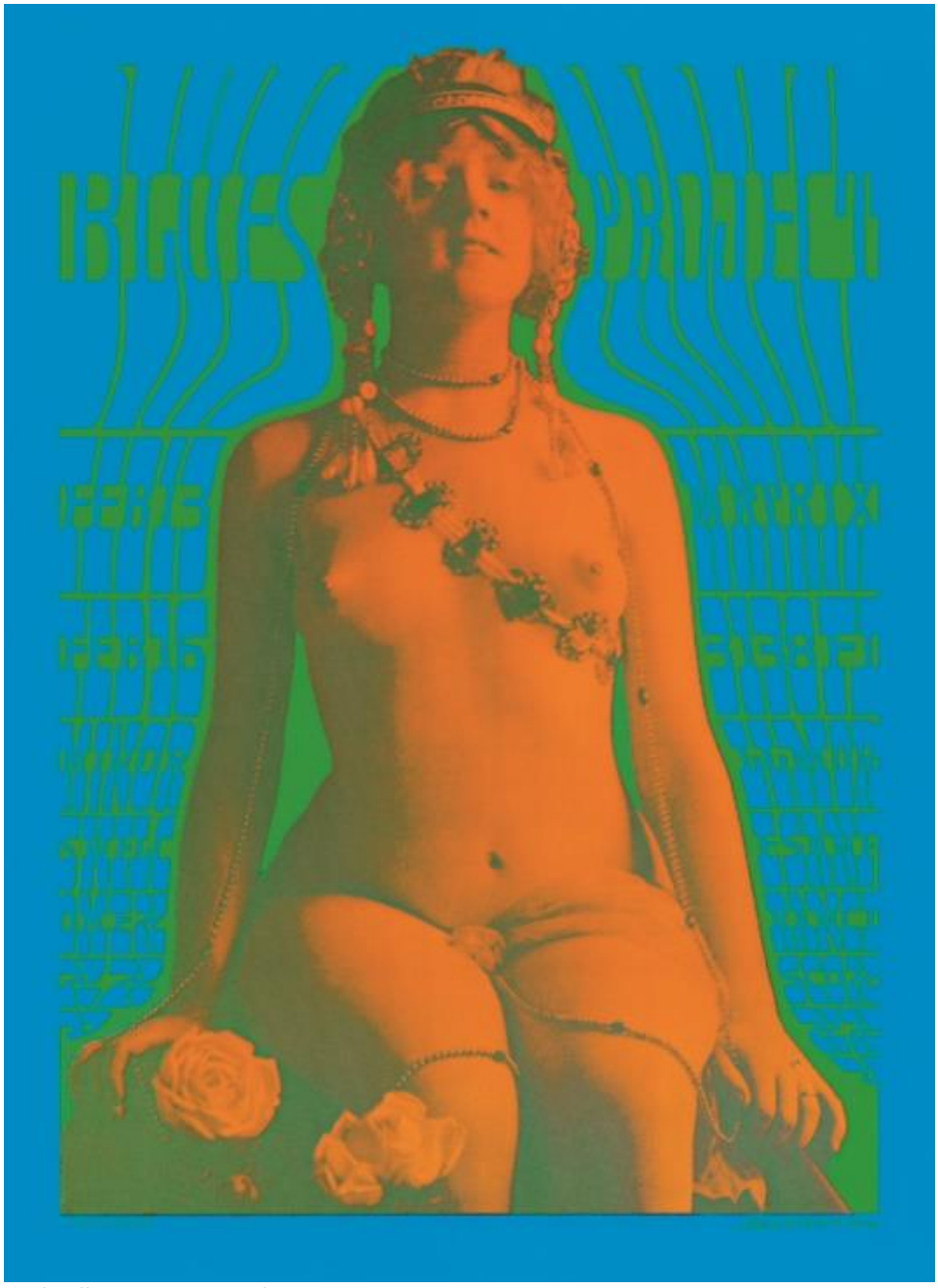
A figura feminina simbolicamente representada pelo elemento da Natureza Água pode estar ligada a regeneração, a purificação e fonte de vida. As cores fortes e vibrantes do cartaz, nos remete a noção de regeneração.

Segundo Chevalier & Cheerbrant (2017), a regenerescência é:

> Mergulhar nas águas, para delas sair sem se dissolver totalmente, salvo por uma morte simbólica, retorna as origens, carregar-se de novo num imenso reservatório de energia e nele beber uma força nova: fase passageira de regressão e desintegração, condicionando uma fase progressiva de reintegração e regenerescência. (v. banho, batismo, iniciação). (CHEVALIER & CHEERBRANT, 2017, p. 15).

A diversidade de culturas oferecem diferentes simbologias para o elemento Água. Na Ásia, a água é a forma *substancial da manifestação,* regeneração corporal e espiritual, o símbolo da fertilidade, da sabedoria, da graça e da virtude.

Figura 10 – *The Blues Project* (1967) - Victor Moscoso



Fonte: (Heller. 2007. p.265).

4.4 *DIRECTION* - PAUL RAND

Elemento a Natureza: Terra (Força)

Aos 24 anos era o principal defensor do design funcional, Paul Rand conseguiu obter êxito em combinar elementos visuais com símbolos universais para expressar a si mesmo e mudar uma prática convencional da época, que fazia uso de enfeites e adornos gráficos, por um estilo que buscava apresentar a solução do problema chamando a atenção mais para o efeito que o artista esforçava-se para produzir do que focar em truques artísticos (HELLER, 2010, p. 77).

Desde o início da sua carreira, Rand demonstrou uma compreensão natural da pintura moderna, paixão pela arte popular e talento para combinar as duas. Ele acreditava que a vida cotidiana podia ser enriquecida pelo toque de um artista em seus aspectos mais comuns.

As novas correntes da Arte e do Design o atraíam, porém ele não as imitava ou seguia cegamente sem compreender antes os fatores que fizeram com que a criação original tomasse vida. A revista PM concordava: “Rand não se deixa dominar por tradições... Não há nada de automático no seu trabalho”. (HELLER, 2010, p. 78).

Despertou para o lado artístico no final da década de 1920 na Biblioteca Pública de Nova York, examinando os volumes da C*ommercial Art,* revista britânica que publicava artigos de artistas europeus. E posteriormente, ao adquirir um influente periódico alemão de artes gráficas – seu primeiro exemplar da revista *Gebrauchsgrafik* ele comprou em 1929. Foi nesse período que aprendeu sobre a prática do design gráfico.

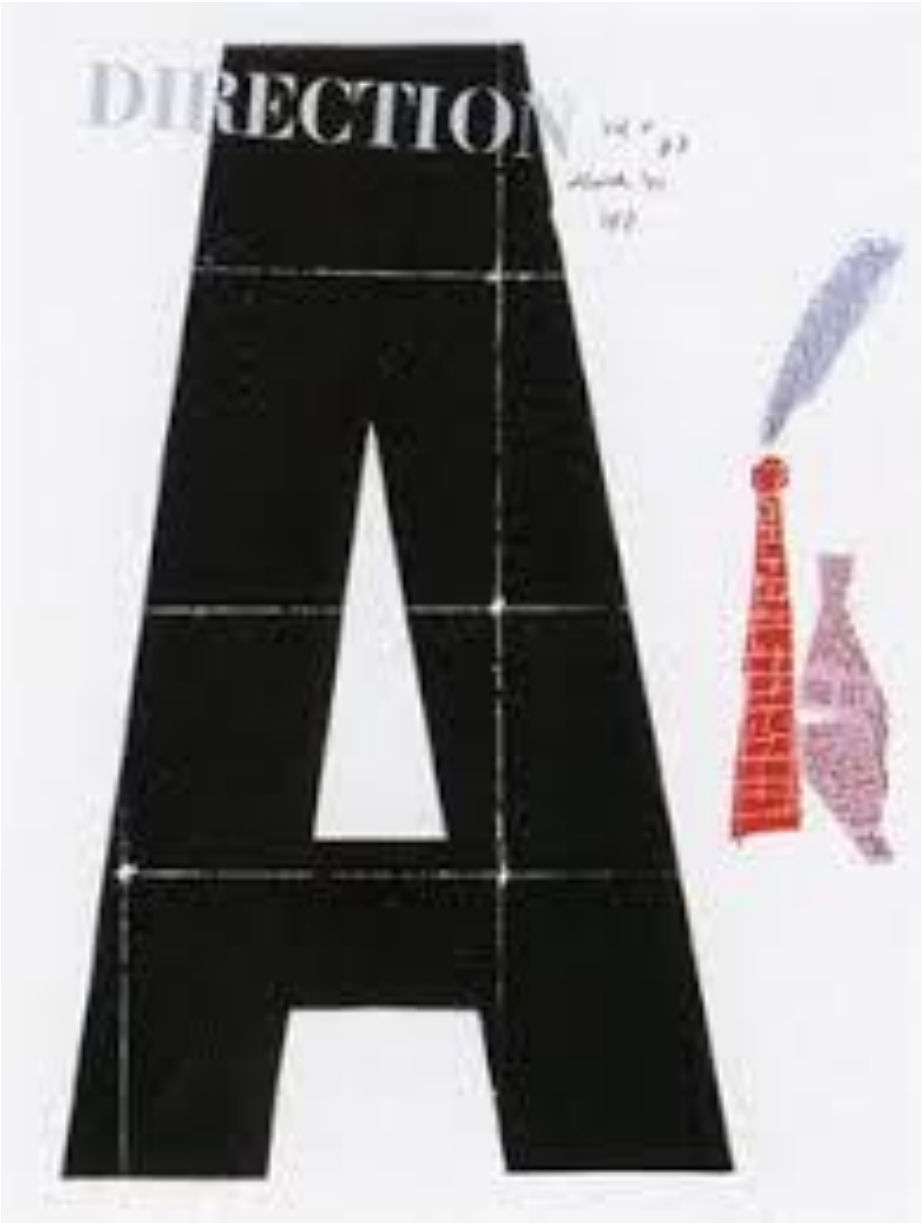
Sua notáveis criações de design chamaram a atenção de Marguerite Tjader Harris, que publicava a revista de arte e cultura *Direction*, a qual o convidou para fazer o design das capas, mas não ofereceu-lhe pagamento pelo seu trabalho. Ele aceitou,

pois para Rand seu trabalho para ser aceito teria de fazê-lo de graça, desenvolvendo uma série de capas entre 1939 e 1943. (HELLER, 2010. p. 78).

Rand atribuía à arte e ao design um aspecto de atemporaneidade com as capas da *Direction.* Nas publicações as capas possuíam uma referência a determinado tema ou ponto de vista. Sua capa para o Natal de 1940, em plena Segunda Guerra Mundial (1939- 1945), fez alusão ao imbróglio que o mundo vivenciava, fazendo um trocadilho visual: a tradicional fita para amarrar presente foi substituída por arame farpado, e pequenos círculos vermelhos por um orifício perfurado representava sangue derramado.

Com o pouco orçamento que dispunha, muitas das suas imagens eram feitas com recortes e escritas à mão em lugar de usar tipos móveis, a partir de vários elementos como na figura 11 que ele utiliza recorte da letra A de um catálogo de tipos, escrita manual e desenhos artísticos. (HELLER, 2010, p. 79)

Figura 11 - *Direction* (1941) - Paul Rand.



Fonte: (Heller. 2007. p.77)

Mesmo tento prestado homenagem tanto a Picasso quanto às revistas de arte surrealistas, que criou um vocabulário visual único e uma memorável coleção de capas revolucionárias de revista, diferente de tudo que tinha sido feito até em tão nos EUA (Estados Unidos da América).

A letra “A” expressa no cartaz e a chaminé verticalizada remete ao repouso na Terra; ambas estão amparadas por uma linha imaginária no horizonte. O elemento Terra

pode ser representada pelo barro, o barro que criou o homem nas tradições cristãs e chinesas, da criação primordial...

A letra “A” expressa no cartaz e a chaminé verticalizada remete ao repouso na Terra; ambas estão amparadas por uma linha imaginária no horizonte. O elemento Terra pode ser representada pelo barro, o barro que criou o homem nas tradições cristãs e chinesas, da criação primordial.

A verticalidade expressa a noção de progresso, de ascensão, tendo como base a *psicologia* e a *antropologia*, que atribuem ao advento da dimensão vertical o valor de um estado definido da tomada de consciência do Homem. A simbologia da verticalidade, em várias culturas, confere inúmeros exemplos de animais erguidos sobre a cauda, demostrando uma postura ereta. (CHEVALIER & CHEERBRANT, 2017, p. 15).

No cartaz de Paul Rand, é apresentado dois elementos em destaque: a vogal A, e em segundo plano a chaminé que exala uma coluna de fumaça. A chaminé, segundo CHEVALIER & CHEERBRANT, 2017, são as almas que se elevam da Terra, formando um elo social ou um eixo para o mundo. A verticalidade representada tem uma ligação mitológica com a ascensão, anteriormente citada, mas com expresso intuito de “erguer o eixo vertical”. A fumaça apresentada no cartaz fomenta a relação entre a Terra e o Céu (Masculino e o Feminino). Entretanto, para os povos da China e do Tibete, a fumaça remete a elevação da alma ao além.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa tem por finalidade expressar como o Imaginário, referenciando o pensamento de Gaston Bachelard, percebe o Devaneio no Processo Criativo do Design Gráfico, onde, o intuito é facilitar o entendimento do processo imagético da criação contida nas peças gráficas da história do Design escolhidas no livro *Linguagem do Design: Compreendendo o Design Gráfico* de Steven Heller, tomando como base a Teoria do Imaginário apresentada por Gaston Bachelard, utilizando-se os quatro elementos fundamentais na Natureza: a Água, o Ar, a Terra e o Fogo.

No primeiro capítulo, foi apresentado os conceitos básicos do Design Gráfico e um breve contexto histórico para ilustrar seus acontecimentos na história, com o intuito de complementar a pesquisa facilitando o melhor entendimento. O segundo capítulo, dissertou-se sobre o imaginário aqui já citado de Gaston Bachelard, onde, foi citado os questionamentos sobre os devaneios contidos na criação das peças gráficas, tomando como base os elementos da natureza, usando como metodologia a analise mito-simbólica. No último capítulo, foi realizada a analise mito-simbólica de quatro obras retratadas no livro de Steven Heller: *NIE!* (1952) de Tadeusz Trepkowski; *Fight* (1890) de E. McKnight Kauffer; *The Blues Project* (1967) de Victor Moscoso; *Direction* (1941) de Paul Rand.

Por fim, busca-se através dessa pesquisa monográfica, outros caminhos para a compreensão dos processos criativos nas Artes e no Design, não apenas a partir da descrição dos elementos visuais visíveis, mas nas relações simbólicas e culturais, e sobretudo, nos devaneios da imaginação criadora, assim como preconizou Gaston Bachelard.

REFERÊNCIAS

ADG. **Glossário de Termos e Verbetes Utilizados em Design Gráfico.** São Paulo: Editora Blucher, 2012.

BACHELARD, Gaston. **A Água e os Sonhos.** São Paulo: Martins Fontes Editora, 2009.

_____. **A Filosofia do Não o Novo Espírito Cientifico.** Abril Cultural, 1978.

_____. **A Psicanálise do Fogo.** São Paulo: Martins Fontes Editora, 2008

_____. **A Terra e os Devaneios da Razão.** São Paulo: Martins Fontes Editora, 1991

_____. **O Ar e o Sonhos.** São Paulo: Martins Fontes Editora, 2009

_____. **A Poética do Devaneio.** 3. ed. São Paulo: Martins Fontes Editora, 2009.

_____. **A Poética do Espaço.** 2. ed. São Paulo: Martins Fontes Editora, 2008.

BARBOSA, Eduardo Romero Lopes. **Visível Audível Tangível: Mitos do Corpo na Performance em Pernambuco**. Recife: Funcultura/Provisual, 2018

CARDOSO, Rafael. **Design para um Mundo Complexo.** 1ª reimpressão: São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário dos Símbolos.** 30ed. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 2017.

DURAND, Gilbert. **Imaginário - Ensaio Acerca das Ciências e da Filosofia da Imagem.** Rio de Janeiro: Difel, 2010.

_____.. **Campos do Imaginário**.1° Ed. Lisboa - Portugal: Instituto Piaget, 1998.

FERREIRA, Agripina E. A. **Dicionário de Imagens, Símbolos, Mitos, Termos e Conceitos Bachelardianos.** Londrina: EDUEL, 2008.

FREITAS, Alexander de. **Água, Ar, Terra e Fogo: Arquétipos das Configurações da Imaginação Poética na Metafísica de Gaston Bachelard**. In: *Revista Educação e Filosofia*. Uberlândia, v. 20, nº 39 - jan./jun. 2006. p. 39-70.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HELLER**,** Steven. **Linguagem do Design: Compreendendo o Design Gráfico.** 2° Ed. Editora Rosari, 2010

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico: Uma história Concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6° Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LECHTE, John. **Cinquenta Pensadores Contemporâneos Essenciais: Do Estruturalismo à Pós-modernidade.** Tradução de Fábio Fernandes, 5ª edição, Rio de Janeiro: DIFEL, 2010.

LUPTON, Ellen. **Novos Fundamentos do Design.** Cosac Naify, 2006

MEGGS, Philip B. **História do Design Gráfico**. 4 ed, 1ª reimpressão. São Paulo: Cosac Naify, 2013

MUNARI, Bruno. **Artista e Designer**. Tradução Gisela Monis. 3ª. ed. Lisboa: editora presença, 1990.

_____. **Das Coisas Nascem Coisas. Apontamento por uma Metodologia Projetual**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 1983.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação visual.** 1° Ed. São Paulo: Martins Fontes Editora, 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2ª Edição. Rio Grande do Sul: Universidade FEEVALE, 2013

SILVA, Juremir M. **O Imaginário é uma Realidade?** Revista FAMECOS. Porto Alegre - nº 15, ago. 2001. p.74-82.

SOUZA. Pedro Luiz Pereira de. **ESDI - Biografia de uma Idéia.** Rio de Janeiro: Editora UERJ, 1996.

WICK, Rainer. **Pedagogia da Bauhaus.** São Paulo: Martins Fontes, 1989.

WOLLNER, Alexandre. **Alexandre Wollner: Design visual 50 anos.** São Paulo: Cosac Naify, 2003.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O Imaginário**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.