



## **Tudo Ao Mesmo Tempo Agora: Uma Cogitação Da Evolução Do Design Gráfico Brasileiro<sup>1</sup>**

Douglas Junio Fernandes ASSUMPÇÃO<sup>2</sup>  
Greicy Marianne Lopes Guimarães Cahuana VILLEGAS<sup>3</sup>

Universidade da Amazônia, Belém, PA  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP

### **Resumo:**

Em um cenário onde a economia encontra-se em crise, o design brasileiro não passa incólume e despercebido, em especial o design gráfico voltado a revistas, publicidade e embalagem, porém novos formatos tecnológicos fizeram que estrutura do *Design* fosse (re)configurada fazendo que muitos artistas repensem o modo de produzirem e reproduzirem suas criações. Logo, ressalta-se que designer gráfico reinventa seu tempo e sua peculiar e subjetiva experiência criativa, mesmo estando envolto em interfaces gráficas e interativas e em meio aos *hardwares* e *softwares* liga a um fluxo inestancável dos movimentos da história, que foram balizados pelas permanências, pela contaminações e pelas rupturas.

**Palavra - chave:** Novas tecnologias. Processo de Criação. Design gráfico

### **INTRODUÇÃO**

O desenvolvimento do país, os novos estilos das relações sociais, inclusive os modos de interação e exclusão propostos pelas mídias, transformam o tempo em tempo para o consumo de imagens presentes no simulacro dos programas comunicativos, que, em forma de “espetáculo” tecnológico, se propagam em grande escala.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinar da Comunicação do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Cento-Oeste, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia (UNAMA). Especialista em Comunicação Empresarial pela Faculdade da Amazônia (FAAM). Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Multimídia e Relações Públicas pelo Instituto de Estudos Superiores da Amazônia (IESAM). E-mail: rp.douglas@hotmail.com.

<sup>3</sup> Doutoranda em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda – pela Universidade da Amazônia (UNAMA). Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo – pelo Centro Universitário das Faculdades Integradas Alcântara Machado (FIAMFAAM). Bacharel em Relações Públicas pelo Instituto de Estudos Superiores da Amazônia (IESAM). E-mail: lopes.villegas@gmail.com.



A televisão consolida-se, aumentando o número de emissoras e de programas que iam ao ar na década de 80. O mercado cultural, como canal de divulgação da sua própria produção, explorara o rádio, que divulgava os ritmos musicais variados.

No campo editorial, ampliam-se as publicações de jornais, revistas e livros, também aumenta o número de grupos de teatro, como outra opção de entretenimento. Todavia, os economistas brasileiros denominam essa época de “década perdida”, e o Brasil passa a enfrentar a inflação, a desvalorização da moeda, como informa Ortiz (1994, p. 178). Mesmo assim, os consumidores em potencial despontam como sendo maiores em número do que toda a população de países como Portugal e Grécia.

Em 1989, ocorrera a primeira eleição direta, e o país assistiria, pouco depois, à estabilização da moeda, trazida pelo Plano Real, proposto pelo futuro Presidente da República: Fernando Henrique Cardoso (presidente do Brasil entre 1995 e 2003).

Durante o mandato, de Fernando Henrique, o governo foi marcado pela privatização de empresas estatais, por denúncias de corrupção, pela desvalorização do real, devido a crises financeiras internacionais, e pelos programas sociais como “A Bolsa Escola”, “A Bolsa Alimentação” e o “Vale gás”.

Em meio a uma economia em crise, o design brasileiro não passa incólume e despercebido, especialmente no que se refere ao design gráfico voltado a revistas, publicidade e embalagem.

## **INDICATIVOS DE UMA EVOLUÇÃO GRÁFICA**

A legitimação da produção dos designers gráficos, para muitas empresas, que beneficiam-se dos recursos proporcionados pelo computador, que viabilizava o trabalho no início da década de 90. Pois produzidos para seduzir o consumidor em potencial. (SCOREL, 2000, p. 59) relata

O design gráfico brasileiro soube responder com maior qualidade às condicionantes projetais do movimento moderno, vindo por fim a se destacar, em nível nacional, como sendo mais profícuo e expressivo que o design dos nossos artefatos industriais produzidos no mesmo período

Da chegada do primeiro computador à válvula ao Brasil, em 1961, até o crescimento da indústria da informática, em meados da década de 70, vão-se



instaurando paulatinamente no país novas formas de relações sociais, culturais e profissionais, mediadas pelos recursos de comunicação e informação.

No plano cultural, a década de 90 revelou crescimento nas representações artísticas, que obtiveram maior patrocínio das estatais. Enquanto o cinema nacional seguia manifestando novas produções, a televisão tornava-se prioridade em muitos lares, principalmente por causa da TV a Cabo, que incrementou a quantidade de canais e a qualidade das imagens.

É interessante considerar que a televisão gerou oportunidades ampliadas para o trabalho dos designers de web, devido à indústria audiovisual. Nesse meio (televisivo, cinematográfico ou de jogos eletrônicos), foi notável a inserção de animação, vinhetas, marcas e propagandas, que ganhara volume e tridimensionalidade por causa do uso do computador.

Numa panorâmica, vale realçar o contraste e as transformações que ocorreram ao longo do tempo, com as formas do logotipo da emissora de televisão “Rede Globo”, antes do computador e depois dele, e o modo como esse novo suporte viabilizou a exploração da terceira dimensão. (Figura 01).

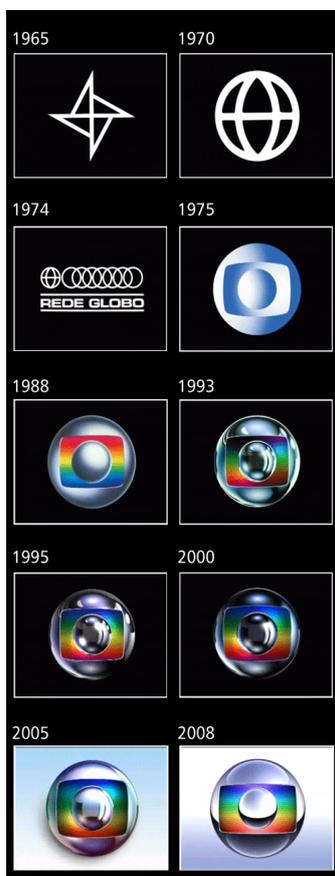


Figura 01: Evolução da marca da TV Rede globo  
Fonte: [estrategiaempresarial.wordpress.com](http://estrategiaempresarial.wordpress.com)



O *designers* que faziam uso do computador na década de 90 passam a perceber a nítida diferença empreendida no seu tempo de trabalho e na qualidade da produção gráfica; todavia, o preço desse meio ainda era um obstáculo a ser superado, mas mesmo “[...] antes da metade de 1990, os escritórios estão todos equipados: mudam a rotina de trabalho, ampliam-se enormemente os recursos disponíveis” (MELO, 2003, p. 25).

Porém mesmo com a avanço da tecnologia, e notória que na época, que alguns profissional em especial, *designers*, não se usufruíam de usarem o computador como ferramenta de trabalho, o desenvolvimento com técnicas manuais como o papel, a régua e o compasso servia-lhes ainda como instrumentos indispensáveis.

Mário Cafieiro assevera que “O computador assume desde os serviços de uma máquina de escrever até a digitalização de imagens; ele é uma mini gráfica [...] o desenho feito à mão tem uma espontaneidade que o computador não permite”. E Guto Lacaz complementa: “Coisas que gostava de construir com régua, no computador ficavam absolutas, com vértices e agudos bem definidos” (COLETÂNEA DE PORTFÓLIOS, 2000, p. 60).

Outra experiência interessante do uso do computador pelos *designers* é a experiência de Moema Cavalcanti com capaz de livros que projeta. Ela

[...] se vale de recortes, papel rasgado, folhas secas coladas, escaneadas. Ela nunca cria direto no computador [...] Essa atitude diante do papel – rasgar, recortar e colar – é mais quente, mais criativa do que o uso dos recursos do computador. Com ele é fácil que outra pessoa faça igual. Então não há nada de seu ali, você apenas tem um cardápio no qual escolhe o prato e manda ver. Eu tenho de ir para a cozinha e preparar uma receita só minha. (COLETÂNEA DE PORTFÓLIOS, 2000, p. 68).

Já Chamie (2009), refletindo acerca da produção brasileira de fazer design, é enfática:

[...] Nós não medimos como os suíços; nós entregamos a aferição de nosso rigor muito mais a nossos sentimentos do que a nossas régua. Temos uma visão de conjunto, sim, mas chega uma certa hora, em que você dribla tudo, como Mané Garrincha, e chega lá [...] Meu portfólio é um objeto pessoal, armado em lâminas, que pode ser montado de várias formas, espalhado numa mesa, visto em sequência [...] Ele exprime muito do que sou; minha capacidade de conceber o conjunto, de ter o projeto in head (na cabeça) e só depois desenhar [...] Atualmente, afiro minha criação no computador; aliás, esse é o maior



mérito do computador: ser um grande instrumento de aferição do que foi realizado [...] depois de muita experiência, você armazena na cabeça todo o visual que pretende, você sabe chegar ao computador, colocar as coisas já resolvidas. Percebo, no entanto, que antes, com a fotocomposição, a liberdade era maior; hoje a gente começa a ver sempre as mesmas coisas. Apesar da oferta enorme, a prática é mais redutiva, o próprio computador é muito redutivo – a internet faz pessoas umas solitárias e criam-se cacoetes, você fica com redução mecânica; começa a faltar exuberância. Vejo essa atitude em mais pessoas, vejo sempre os mesmos tipos utilizados. Até eu mesma começo sofrer disso e devo me cuidar [...] Antes eu pensava no significado do assunto e escolhia o alfabeto de acordo. (CHAMI, 2009, p.56-59).

No final da década de 90, surge a ADG, Associação dos Designers Gráficos (MELO, 2003, p. 24). Tal associação passa a motivar jovens profissionais a promover bienais de design gráfico que resgatassem temáticas já pontuadas anteriormente no design com “identidade nacional”:

[...] Um exemplo nítido desta busca por elementos característicos do país foi a identidade visual criada por Bárbara Szaniecki para a Bienal do design gráfico, que ocorreu em 2000. Eleito através de concurso, o trabalho da designer explorou cores como o verde limão e amarelo maracujá, que muito agradou. (SANTOS, 2002, p. 18).

É inegável que o computador, uma vez incorporando à rotina dos designers, altera o modo de produção e o tempo empreendido nos projetos, especialmente nos anos subsequentes.

Não obstante ser o computador um instrumento ainda caro, tornava-se cada vez mais objeto de desejo, principalmente pela internet, que propiciava uma nova forma de comunicação e entretenimento.

O impacto da evolução tecnológica foi sentido também pela indústria fonológica, pois os compositores, gravadores, produtores musicais e executivos ficaram prejudicados com a expansão e a duplicação dos originais.

Novos formatos para compactação de áudio surgiram na mídia digital e esse fato fez muitos artistas repensarem o modo de produzirem e reproduzirem suas músicas para a *web*.

Reconheçam-se as implicações econômicas, sociais e políticas que a presença marcante das tecnologias impôs nesta década e nas vindouras. São, de igual modo,



perceptíveis os efeitos da velocidade vertiginosa e das transformações provocadas, que impactam, nos dias atuais, as novas mídias.

A popularização dos computadores tornou-se oportuna devido à redução dos custos do próprio aparelho, além das novas relações de negócios, de lazer, de entretenimento e de diálogo, que interagem nesse ambiente virtual.

A chamada “globalização” favoreceu variadas perspectivas de interpretação da sociedade e da cultura e, em meio a esses tempos sociais descontínuos, em que se pluralizam os valores e as ideologias nessa complexa realidade, o tempo e o espaço apresentam-se como primordiais e destacam-se nas atividades humanas, especialmente no *cyber* espaço.

As novas tecnologias caracterizam-se pela desmaterialização do tempo e do espaço ao introduzirem, na vida, uma multiplicidade de tempos que as redes de informação permitem. ( BARBERO, 2004 p.199)

Esse novo espaço origina oportunidades de criação para os *designers*, pois o computador aparece como instrumento útil para organizar, armazenar e distribuir informações em grande escala, além de possibilitar o desenvolvimento de projetos gráficos por meio do domínio da técnica de determinado programa.

É possível, pois, interferir, manipular, digitalizar ou alterar uma mensagem que aparece na tela do computador, criar, tratar e reproduzir as imagens. Além de visualizar a concretização de suas produções na tela, o designer passa a trabalhar num tempo diferenciado, que lhe permite um vaivém constante entre suas ideias, que se processam amparadas e mediadas pelo comando de um *click*.

Com hibridismo das variadas formas de comunicação, com o avanço tecnológico e a velocidade com que as redes digitais impuseram-se na paisagem sociocultural do país, foram-se quebrando, ainda mais, os discursos de certeza e de totalização.

O tempo presente é intensamente valorizado e potencializado, ainda que fugaz, e reflete signos de outras temporalidades e espacialidades na atmosfera cultural.

Vive-se, hodiernamente, o tempo digital da convergência das indústrias da computação, do entretenimento e da interatividade. Ou seja, o modo como se vive, como se comunica e como se arquiteta o cotidiano no tempo e no espaço sob as condições da velocidade impostas pelo ritmo digital é exacerbado pela imposição das tecnologias da informação ou, para usar uma terminologia cunhada por Lévy (1994), tecnologias da comunicação ou, mais amplamente, tecnologias da inteligência.



São inúmeras as consequências comunicativas que propõem novas medidas de duração nessa “aldeia global” (MCLUHAN, 1972, p. 58):

Agora, o espaço é global e o tempo, real, ou seja, sem a medida cronométrica que o submetia à precisão de calendários ou relógios: o espaço de lá está aqui e o tempo de ontem é hoje, presente. Convergem o ontem e o hoje, o passado e o futuro, o tempo e o espaço. As técnicas das telecomunicações, via satélite, laser ou fibra ótica suprimiram a distância como diferença, banalizaram definitivamente o deslocamento e engoliram a velocidade: a aceleração é nova medida da velocidade. (FERRARA, 2008, p. 117).

No domínio digital do eterno presente, o tempo é alterado pelo espaço que a cibercultura transforma e assinala como uma nova narrativa temporal. O aqui do espaço e o agora do tempo manifestam-se como instâncias que desestabilizam o cotidiano e supõem uma compreensão quanto aos processos de mudança. “É hoje claro que a mudança é não só uma constante da sociedade, mas também que a adaptação é quase impossível. Não há tempo para se adaptar [...]” (MCLUHAN e STAINESS, 2009, p. 52).

Para adaptar-se a toda e qualquer mudança, exige-se um tempo. Um tempo mais calmo, de reflexão, de ajuste, de tomada de decisão, de aprendizado. A “inclusão” do indivíduo no ciberespaço exige deste uma série de práticas de protocolos estruturais.

Contudo, “[...] a inclusão digital é uma utopia, um mito [...] porque o capitalismo virtual vai exigir que o indivíduo esteja se atualizando [...]”. Esse argumento de Trivinho (2009, p. 6) diz respeito aos dias de hoje, em que a velocidade é flagrada no ciberespaço e em que se exige conhecimento pragmático para dominar-se a tecnologia, como também recursos financeiros para se manter atualizado com os novos equipamentos que o mercado oferece.

Por isso, para muitos a “adaptação” torna-se quase impossível, consoante afirmou MCLUHAN (1972), e a “exclusão digital”, como pontua Trivinho, é uma possibilidade, visto que os que estão hoje incluídos nas redes virtuais não têm, necessariamente, a garantia de que se manterão atualizados.



## CONSIDERAÇÃO FINAIS

Assim considera-se que a realidade virtual, quer por impossibilidade financeira (os excluídos da “elite virtual”), quer por um esforço, ressentido ou não, em favor da aceitação desse “novo espaço público planetário” (BARBERO 2004)

Assim, Ferrara (2008) afirma é que as permanências ressurgem modificadas, alteradas e “permanecem como resíduos à espera de outro momento para demonstrar sua imagem”.

Entre tantas possibilidades oriundas do desenvolvimento técnico e da cibercultura, o designer gráfico reinventa seu tempo e sua peculiar e subjetiva experiência criativa, mesmo estando envolto em interfaces gráficas e interativas e em meio aos *hardwares* e *softwares*. Assim trabalha a imaginação de forma ativa na sociedade, devorando o próprio tempo.

Traça-se aqui, portanto, um caminho provável para compreender-se o tempo longo da história tocado pelo tempo da criação dos designers e pelo tempo acelerado dos novos tempos.

Lutando contra o tempo, num esforço da razão para satisfazer a exigência do discurso não contraditório, julga-se ter sido oportuno recolher aqui os principais fatos como uma espécie de guia no reconhecimento do design gráfico dentro da cultura, mesmo sob a ameaça de permanecer-se no puro desejo.

Nesse espaço de liberdade, propôs-se a experiência de uma comunicação aberta tomando da história esse poder de vivificar as faculdades do conhecimento. Afinal,

[...] contando histórias, os homens articulam experiências do tempo, orientam-se no caos das modalidades potenciais de desenvolvimento, marcam com enredos e desenlaces o curso muito complicado das ações reais dos homens. (RICOEUR, 1975, p. 289).

Nesse fluxo inestancável dos movimentos da história, que foram balizados pelas permanências, pela contaminações e pelas rupturas, provenientes da diversidade dinâmica dos traços subjetivos do barroco mestiço da cultura nacional, o tempo e o espaço alteram-se rapidamente e, sob a égide da complexidade, vive-se “tudo ao mesmo tempo agora”, como já anteviam McLuhan e Staines (2009, p. 129).



## REFERÊNCIA

BARBERO, Jesus Martin. **Ofício de cartógrafo: Travessias latino americanas de comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola 2004.

CHAMIE, Emilie. **Rigor e paixão: poética visual de uma arte gráfica**. 2ª. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

COLETÂNEA DE PORTIFÓLIOS. **5 anos de Design Gráfico no Brasil**. Apoio cultural: Faculdades SENAC de Comunicação e Artes, Votorantim Celulose e Papel Imput Burlau e Gráfica. São Paulo: Market Press, 2000

ESCOREL, Ana Luisa. **O efeito multiplicador do design**. São Paulo: Senac, 2000.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. **Comunicação Espaço Cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.

MELO, Chico homem de. Aloísio, design de sinais. In: LEITE, João de Souza (org) e TABORDA, Felipe (Dir. de arte). **A herança do olhar: o design de Aloísio Magalhães**, Art. Viva, Rio de Janeiro: Produção Cultural, 2003. p. 150-156

LEVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**. São Paulo: Edusp, 1972.

\_\_\_\_\_. STAINES, David. **Compreender-me – Marshall Macluhan**. Conferências e entrevistas. Trad. Isabel Lopes d Silva. Relógios D'Água Editores, 2009.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história e o esquecimento**. Trad. Alain François. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

SANTOS, Boaventura de Souza. **A crítica da razão indolente – Contra o desperdício da experiência**. São Paulo: Cortez, 2000.