

# **Necessidade e interpretação, questões para o design gráfico pós-moderno**

*Necessity and interpretation, issues for post-modern graphic design*

Cardoso, Tarcisio; mestrando em Comunicação e Semiótica; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

[tscardoso@gmail.com](mailto:tscardoso@gmail.com)

## **Resumo**

A excentricidade de alguns exemplares do design gráfico contemporâneo ao mesmo tempo afasta e aproxima obra e receptor. Autores como David Carson e Neville Brody assumem certa autoridade neste contexto, não apenas pelo caráter profuso de suas linguagens, eco da experiência pós-moderna, mas essencialmente pela suposta complexidade dos processos interpretativos. Uma vez que a funcionalidade, que visa satisfazer necessidades previamente estabelecidas, é crucial em projetos em design, o problema da “necessidade” ocupa posição relevante. Busca-se aqui, levantar questões sobre os conceitos “necessidade” e “interpretação” (em Tony Fry e Vilem Flusser, respectivamente) que possam contribuir para o estudo do design pós-moderno.

**Palavras Chave:** necessidade; interpretação.

## **Abstract**

*The eccentricity of some examples of contemporary graphic design at the same time approaches and departs work and receiver. Authors like David Carson and Neville Brody assume some authority, not only by the profusion of their languages, echo of the post-modern experience, but mainly by the supposed complexity of the interpretative processes. Once the functionality that aims to satisfy necessities previously established is crucial to the design projects, the problem of "the necessity" occupies a central position. This study aims to raise questions about the concepts of "necessity" and "interpretation" (by Tony Fry and Vilem Flusser, respectively) which could contribute to the study of post-modern design.*

**Keywords:** necessity; interpretation.

**Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

## **Ampliação do conceito de necessidade**

Desde Marx há uma tentativa de precisar o que seria o novo paradigma da necessidade social no seio da sociedade capitalista. Esta, cada vez mais, transpõe o nível imediatista biológico e material, fazendo emergir uma compreensão mais genérica com perspectivas heterogêneas capazes de incluir abordagens relacionadas à comunicação. Em se tratando de projetos cujos fins estejam relacionados a desenvolvimento de produtos com objetivo relacionado ao cumprimento de determinada função de linguagem (e aqui se reporta à relevância do design gráfico como um ramo explicitamente ligado à comunicação visual midiática), o estabelecimento de funções dependem de prévia avaliação das necessidades a serem trabalhadas.

A este respeito, Tony Fry, em seu artigo *Contra uma teoria essencialista de necessidade: algumas considerações para a teoria do design*, trabalha a amplificação do conceito de necessidade numa espécie de metalinguagem para a revisão da teoria do design.

Ao questionar o caráter ontológico do conceito de necessidade, dada a indissolubilidade entre ela e o sujeito que a percebe, o autor enfatiza a crescente evidência de necessidades impostas à cultura pelo sistema que a suplanta. Neste processo (notável a partir das conseqüências históricas pós Revolução Industrial) se dá a emblemática metamorfose do valor de uso para o valor de signo. A partir da percepção desta re-contextualização e na tentativa de compreensão das funções sociais que tangenciam projetos em design, Fry busca questionar até onde seria possível ainda se falar em satisfação de necessidades individuais na sociedade de consumo.

A história é tratada como narrativa realista, uma *doxa*, que apresenta a criação da vida material como “o desenvolvimento do processo real de produção”. Neste argumento, há um claro reconhecimento do sistema de produção como sendo o meio de reprodução social no qual “necessidades”, trabalho, manufatura e consumo estão todos dentro de relações recíprocas de produção *per se*. Além disto, as “necessidades” do sujeito individual são derivadas “da posição que elas ocupam nas relações de produção” (FRY, 2005, p. 75-76)

Dado o caráter social do design, o artigo sugere que o profissional desta atividade seja instigado a compreender mais do que gostos subjetivos do ser humano. Antes deveria procurar estabelecer uma conexão com o sistema cultural a ser trabalhado. Para dialogar com a cultura, o designer se vê forçado a estudar processos gerais (por meio de abstrações e aprofundamentos em conhecimentos teóricos) e específicos (com dados concretos de experiências particulares). Assim, no diálogo da cultura com o sistema, no qual a ampliação do conceito *necessidade* é possível, estão as pistas para o meta-diálogo do signo com o intérprete (não apenas no sentido individual), essencial ao design gráfico.

## **Comunicação como interpretação**

Ao trabalhar aspectos relacionados a uma teoria da comunicação enquanto processo contra-natural, Vilém Flusser, em *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*, considera menos relevante valorizar aspectos estatísticos (ou quantitativos), mais relacionados com a teoria da informação. Ao contrário, a abordagem relacionada a aspectos qualitativos deveria buscar uma aproximação com uma comunicação subordinada à interpretação. Soma-se a esta noção os dois tipos de lógica da expressão do pensamento apresentados pelo autor.

Não se trata mais apenas do problema da adequação do pensamento à coisa, mas do pensamento expresso em superfície à coisa, de um lado, e do pensamento expresso em linhas, de outro. (...) a diferença entre ler linhas escritas e ler uma pintura é a seguinte: precisamos seguir o texto se quisermos captar sua mensagem, enquanto na pintura podemos aprender a mensagem primeiro e depois tentar decompô-la. (FLUSSER, 2007, p.103/105)

A atuação do design gráfico, relacionada de forma preponderante aos aspectos imagéticos de superfície, exige a percepção visual como condição inicial ao processo interpretativo, mas pode ir além. O projeto gráfico que prioriza o aspecto funcional/prático preenche seu propósito na ação à qual foi destinado (transmitindo, na maioria das vezes de forma linear e harmônica, o conteúdo de maneira clara, com a denotação como princípio-guia). Mas o projeto comunicacional cujo foco está no processo da desconstrução contempla sua finalidade apenas nas subjetivas interpretações do conteúdo sugerido. O significado passa a ser inerentemente instável, no qual a objetividade clama por uma mediação que se complete no interpretante. O foco do desconstrutivismo está no receptor da mensagem enquanto decodificador do conteúdo. Daí o termo desconstrução. Vale ressaltar ainda, que a própria noção de receptor também admite a idéia de coletividade própria de uma cultura, que ao receber determinado signo elabora as conexões que lhe são pertinentes, reconstruindo o próprio significado original. O efeito de sentido continua para além da experiência informacional, tem vida mais longa, requer diálogo, interpretação e, ao contrário do que se poderia supor, revela conteúdos ocultados ao olhar.

Com isto, à luz do aparato flusseriano, é possível considerar a atividade do design um modo de pensar. Além do mais, trata-se de um pensar original, que Flusser classificaria como pós-histórico, devido à superação da seqüencialidade histórica, ou seja, numa espécie de absorção do pensamento em linha por um sistema de superfície. Admite-se que imagens, supostamente explícitas quanto ao conteúdo, possuam uma camada semântica não revelada imediatamente. Esta abordagem recoloca a questão das fronteiras entre design e arte, que este trabalho não pretende deliberar, mas que permanece aberta.

## **Considerações finais**

No caso específico do design gráfico, como processo de significação, o caráter de materialidade é desprezível se considerado seu caráter comunicacional. As figuras gramaticais com que trabalha o objeto gráfico promovem uma relação de remetimento, caracterizando o processo de semiose. Entretanto, a diferença deste tipo de pensamento está relacionada com a intencional rejeição das verdades interpretativas, uma vez que, enquanto discurso caracterizado pela presença do regime conotativo, o design gráfico pós-moderno tem caráter polissêmico.

Uma vez ampliada a noção de satisfação das necessidades por meio dos projetos gráficos pós-modernos, ainda que considerados anti-estéticos (o que aliás é uma categorização fragilizada pela sua questionável superficialidade) estes projetos podem ao menos deixar de ser considerados anti-funcionais. Pois a relativização das normas clássicas não constitui, necessariamente, degeneração em modismo. O signo novo é uma forma de evolução. Segundo Décio Pignatari, ele, apesar de estranho, é necessário ao combate da entropia universal.

Todo signo novo, externo ao código, é “ininteligível”. No entanto, tomando-se repertório em sentido amplo, como a soma de experiências e conhecimentos codificados de uma pessoa ou grupo, podemos dizer que esse sistema necessita da informação nova para combater a sua própria tendência entrópica, ou seja, a sua tendência a estados uniformes. (PIGNATARI, 2002, p.65)

Renovar o conhecimento é dar-lhe nova informação (PIGNATARI, 2002). Assim, limitado seria conceber a conotação do signo novo como descumprimento das funções. Ao invés disto, o propósito dele pode ser justamente questionar os alicerces teóricos, reclamando por uma evolução nas tradições conservadoras, expressando a liquidez dos valores canônicos. Isto eleva a competência da inovação no design gráfico pós-moderno. A análise diacrônica, desta forma, ganha corpo: se é lícito afirmar que o projeto com caráter científico provê soluções confiáveis, é igualmente adequado dar crédito ao elevado caráter persuasivo de algumas composições desprovidas de tal projeto. Por que, então, uma abordagem inovadora, dada sua carência de fundamentação científica (ao menos do ponto de vista científico tradicional), repercute tão imponentemente no mundo contemporâneo?

## **Referências**

- ARNHEIM, Rudolf. **Arte & percepção visual: uma psicologia da visão criadora**. São Paulo: Pioneira Thomson learning, 2005.
- BUCCINI, Marcos e PADOVANI, Stephania. **Uma introdução ao design experiencial**. In: Estudos em design, Design articles v. 13 # 2. Rio de Janeiro, p. 9 – 30, 2005.

- BÜRDEK, Bernhard E. **Diseño. Historia, teoría y practica del diseño industrial.** Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002.
- CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design.** São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- FARIAS, Priscila L. **Tipografia digital. O impacto das novas tecnologias.** Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
- FIELL, Charlotte e Petter. **Design do século XX.** China: Taschen, 2005.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação;** organizado por: Rafael Cardoso. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FREIRE, Rita. \_\_\_\_\_. In: Revista Design Belas Artes #7. São Paulo, p. 28, 2000.
- FRIEDLER-FERRARA, Nelson. **O pensar complexo: construção de um novo paradigma.** In: Anais do XV Simpósio Nacional de Ensino de Física. Curitiba, 2003.
- FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos, Desenho, projeto e significado.** São Paulo: Martins Fontes, 1999;
- FRY, Tony. **Contra uma teoria essencialista de necessidade: algumas considerações para a teoria do design.** In: Revista Design em Foco jan-jun, v. 2 #1. Salvador, p. 63 – 77, 2005.
- MCCOY, Katherine, 'American Graphic Design Expression: The Evolution of American Typography', In: Design Quarterly 149, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1990, pp. 3-22.
- OLIVEIRA, Sandra R. **Imagem também se lê.** São Paulo: Rosari, 2006.  
Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem comunicação.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.