



O DESIGN GRÁFICO PÓS-MODERNO O ESTILO NEW WAVE DE WOLFGANG WEINGART

Alef de Sousa Barros * - alefsousabarro@outlook.com

Fernanda Satie Galvão **- satiegalvao@gmail.com

Gustavo de Sousa Moraes ***- gus_moraes@outlook.com

Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres **** - Quelenctorres@gmail.com

Resumo: O presente artigo propõe um estudo no que concerne aos conceitos e aspectos dos ideais pós-modernos na arte gráfica, bem como do movimento New Wave, ou Swiss Punk Typography, difundido por Wolfgang Weingart e seus alunos. Destarte, através da apreensão conceitual desenvolvida acerca do referido tópico, debates que lhe são subjacentes poderão ser desenvolvidos pelos próprios autores e demais entusiastas do campo. O desenvolvimento textual utiliza de uma ancoragem histórico-cultural e localização de referências artísticas pertinentes a fim de um aprofundamento teórico e crítico desta corrente que, até a contemporaneidade, influi estética e ideologicamente nas articulações presentes em diversas esferas da sociedade.

Palavras-Chaves: Design Gráfico; Pós-Modernismo; Arte; New Wave.

Abstract: The present article proposes a study about concepts and aspects of postmodern ideals in graphic art, as well as the New Wave movement, or Swiss Punk Typography, spread by Wolfgang Weingart and his students. Therefore, through the conceptual apprehension developed about the aforementioned topic, debates that underlie it can be developed by the authors themselves and other enthusiasts of the field. The textual development uses a historical-cultural anchorage and tracing of relevant artistic references with the aim of a theoretical and critical

further development of this art movement that, until contemporaneity, influences aesthetically and ideologically in the articulations present in different spheres of society.

Keywords: Graphic Design; Post-Modernism; Art; New Wave

1. Introdução

A invenção da escrita emitiu os primeiros grandes sinais de que os elementos visuais gráficos poderiam ter uma função atribuída, totalmente desconectada da abertura para interpretações propagada pela arte e outras técnicas ilustrativas. Isto pode ser relacionado facilmente com a mesma lógica por trás da diferença entre esculturas e objetos de uso funcional, o quais se baseiam no design. Esse estágio bruto do que é referenciado como Design Gráfico nos dias vigentes carregou adiante valores culturais intrínsecos à sociedade, seja pela forma de comunicação interpessoal ou registro de progresso das civilizações.

Com a chegada da Revolução Industrial na Europa e os novos moldes do capitalismo do século XX, as exigências do mercado para o design de seus produtos alteraram o escopo para as necessidades da indústria e aproveitamento máximo da capacidade de produção. Essa decorrência desencadeou um estilo de processo com peças de baixa qualidade e pouco critério estético.

Movimentos como o Arts & Crafts foram responsáveis pela tentativa de resgate dos valores perdidos pelo design na realidade das grandes fábricas, porém suas propostas agressivas não foram capazes de perdurar na dinâmica de produção e economia da época. Em uma outra orientação, a escola de Bauhaus desenvolveu novas diretrizes que garantiam um design de alta qualidade, facilmente replicável e esteticamente atemporal partindo de um único pensamento: a forma deve seguir a função.

Os novos modos de processo da Bauhaus estavam carregados de princípios que defendiam o que seria considerado o bom design. Essas premissas, quando aplicadas ao design gráfico, resultam nas ideologias e técnicas difundidas no âmbito acadêmico e profissional do século XXI.

Tendo isto em vista, se transcreverá no presente artigo um discurso baseado no estilo New Wave, ou Swiss Punk Typography, movimento vindouro a partir do Pós-Modernismo, que se sustenta na insatisfação dos profissionais gerada pela homogeneidade visual do mercado provocada pela imposição das premissas de Bauhaus.

Uma vez que a academia é um espaço de formação de opinião, o debate a respeito de temas que contribuem para a formação da sociedade se faz necessário. Sendo assim, a pesquisa

detalhada neste artigo foi projetada a fim de proporcionar uma nova reflexão para a liberdade criativa dos profissionais e a discussão sobre variedade no Design Gráfico.

2. O design gráfico Pós-Moderno

O termo pós-modernismo (postmodernism) surgiu pela primeira vez através do hispânico Federico de Onís nos anos 1930, décadas antes de sua grande repercussão na Inglaterra e nos Estados Unidos. Em meados de 1970, o termo ganhou significado amplamente difundido e o questionamento geral quanto às imposições feitas pelas instituições tradicionais fez com que o modernismo caminhasse para seu fim na história do design gráfico. Segundo Anderson (1999):

Usou-o para descrever um refluxo conservador dentro do próprio modernismo: a busca de refúgio contra o seu formidável desafio lírico num perfeccionismo do detalhe e do humor irônico, em surdina, cuja principal característica foi a nova expressão autêntica que concedeu às mulheres. Onís contrastava esse modelo – de vida curta, pensava – com sua sequência, um ultramodernismo que levou os impulsos radicais do modernismo a uma nova intensidade numa série de vanguardas que criavam então uma “poesia rigorosamente contemporânea” de alcance universal. (ANDERSON, 1999, p. 10)

A sociedade buscava pela liberdade e individualidade seja na política, arte, literatura, arquitetura ou quaisquer outras formas de expressão. Isso se dava pela crescente pluralidade na realidade da população, fazendo com que a consciência social, econômica e ambiental se desdobrasse para o meio da comunicação, seja ela direta ou indireta.

Segundo Baudrillard, a massa – composta pela uniformização do ser humano e sua forma de pensar e reagir – “constitui uma estrutura passiva de recepção das mensagens dos meios de comunicação, sejam elas políticas, culturais ou publicitárias” (1993, p. 23). E esta banalização do cotidiano vivido pela massa sofreria uma ruptura com o movimento pós-moderno, em que o ecletismo flexibiliza aspectos da realidade moderna. No âmbito artístico geral, Featherstone (1995) caracteriza o pós-modernismo com os seguintes pontos:

- Abolição das fronteiras entre arte e vida cotidiana;
- Derrocada da distinção hierárquica entre alta-cultura e cultura popular;
- Promiscuidade estilística, favorecendo o ecletismo e a mistura de códigos;
- Paródia, pastiche, ironia, diversão e a celebração da ausência de profundidade da cultura;

- Declínio da originalidade/genialidade do produtor artístico e suposição de que a arte pode ser somente repetição.

O supermaneirismo e supergráfica, por exemplo, foram conceitos que surgiram na década anterior e já rompiam com o conceito de belo e harmonioso herdados da era clássica, sendo alguns dos propulsores do pós-modernismo e suas características protestantes, como as mudanças contrastantes de diagramação, hierarquia de leitura, tipografia e equilíbrio.

No design, esta quebra era dada pela insatisfação com o modelo regrado seguido mundialmente após Bauhaus, em que forma e função deveriam ser racionais. As principais características visuais da era pós-moderna no design eram saturação de imagens, mesclagem de estilos, uso da repetição e não acabamento, uso de ferramentas digitais.

Em 1964, uma das primeiras produções que geraram impacto por romper com o convencional foi publicada – de Rosmarie Tissi para a gráfica E. Lutz & Company (Figura 1). O anúncio tinha caráter lúdico e transmitia estado de animação através de seus ângulos não tradicionais e tipografia contrastante.

Figura 1: Anúncio para a gráfica E. Lutz & Company, Rosmarie Tissi, 1964



Fonte: História do Design Gráfico (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 603)

Outros grandes nomes da época são Steff Geissbuhler e Siegfried Odermatt, que sacrificaram a legibilidade de suas peças com a finalidade de causar dinâmica e impacto gráfico.

Figura 2: Anúncio para os cofres Union, Siegfried Odermatt, 1968



Fonte: História do Design Gráfico (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 603)

Figura 3: Capa de folheto da Geigy, Steff Geissbuhler, 1965



Fonte: História do Design Gráfico (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 604)

No entanto, diferente do pós-modernismo, designers suíços como Tissi, Odermatt e Geissbuhler apenas tensionaram os parâmetros tipográficos, sem rebelar-se com a escola tipográfica internacional. Assim como diversos outros movimentos na área da arte, cinema, literatura, arquitetura, e design, estas

características de rebelião vividas no mundo pós-moderno contribuíram para o surgimento de um estilo tipográfico chamado *New Wave*, abordado no tópico seguinte.

3. O estilo New Wave de Wolfgang Weingart

Na Suíça, os designers voltados para o Estilo Tipográfico Internacional, que visava a objetividade da informação, foram os primeiros, segundo Meggs e Purvis (2009), a dar início às tendências pós-modernas do design gráfico.

Professor da Escola de Basileia, o alemão Wolfgang Weingart (1941-2021) passou a lecionar sobre tipografia em tom de questionamento ao Estilo Internacional, que, para ele, “não teria se tornado tão refinado e dominante em todo o mundo que entrara numa fase anêmica” (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 605). Com isso, ele investiu em uma busca por novas formas de expressão tipográfica a partir do distanciamento das premissas e regras que o Modernismo consolidou no segmento, usando novos meios de projeção para a entrega da mensagem, resultando no nascimento do estilo tipográfico *New Wave*, ou *Swiss Punk Typography*, na década de 1970. Como exemplificado por Meggs e Purvis (2009):

Para enfatizar uma palavra importante num título, Weingart com frequência a colocava em branco sobre um retângulo preto. Retomou o espaçamento largo, que havia sido descartado por causa do fascínio pelos tipos apertados na revolução dos sistemas tipográficos de metal para os sistemas fotográficos nos anos 1960. (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 605-606)

O estilo pregado por Wolfgang Weingart envolvia a disposição de elementos visuais mais complexos a partir da sobreposição de imagens, texturas e tipos. O sistema era um grande desafio aos padrões de *grid* estabelecidos pelas instituições modernistas, como Bauhaus, e demonstrava apelo sensorial ampliado em comparação às peças convencionais de design gráfico, ou seja, se mostrou uma oposição aos ideais minimalistas do design moderno.

De acordo com Meggs e Purvis (2009), a filosofia defendida por Weingart é o “enfoque Gutenberg”, que envolve o designer em todo o processo da produção em comunicação gráfica para cumprir com a sua visão criativa.

Weingart (2000) confirma o que é exposto por Meggs e Purvis (2009) ao explicar que sua intenção era dar novos significados à tipografia a partir da releitura dos procedimentos envolvidos na criação, além de examinar a lógica por trás de seus ensinamentos na Escola da Basileia:

A única forma de quebrar as regras tipográficas era conhecê-las. Adquiri essa vantagem durante meu aprendizado ao me tornar especialista em impressão tipográfica. Eu atribuí aos meus alunos exercícios que não apenas abordavam as relações básicas de design com posicionamento, tamanho e peso do tipo, mas também os incentivava a analisar criticamente o espaçamento entre letras para experimentar os limites da legibilidade. (WEINGART, 2000, tradução própria)

As peças de *New Wave* produzidas por Weingart se sustentavam na defesa de que os estímulos gerados por um texto fazem parte de uma experiência e isso se equilibra com a legibilidade mais complicada. Segundo Hollis (2000), a direção tomada por ele colocou a expressão pessoal como campo de destaque no design, o que complementa a visão de Meggs e Purvis (2009). O autor também detalha que ele “distorcia e espichava fotocomposições e utilizava o processo de reprodução para fundir imagem e palavra” (HOLLIS, 2000, p. 19).

Figura 4: “O Pôster Suíço”, Wolfgang Weingart, 1984



Fonte: Museu de Arte do Condado de Los Angeles

Na peça “O Pôster Suíço” (**Figura 4**), há a presença de técnicas de sobreposição de filmes e telas pontilhadas, o que mostra amplo uso dos materiais selecionados para a composição. Hollis (2000) também explica que Weingart foi capaz de reconhecer os avanços da tecnologia e soube explorá-los para novos resultados em suas produções.

Figura 5: Cartaz da exposição “KunstKredit”, Wolfgang Weingart, 1977



Fonte: Thinking Form, 2010

Figura 6: Anúncio na revista Typografische Monatsblätter, Wolfgang Weingart, 1974



Fonte: História do Design Gráfico (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 607)

Como apontado anteriormente por Hollis (2000), as peças de Wolfgang Weingart apresentam a combinação entre formas geométricas, fotografias e tipos. Na **Figura 5**, por exemplo, vários recortes fotográficos são misturados com elementos tipográficos em diferentes pesos e espaçamentos. Já na **Figura 6**, há certa aleatoriedade de formatos e os tipos não seguem um padrão específico de alinhamento ou tamanho, além da quebra total da ordem de leitura com textos em diferentes inclinações e a presença de números e setas para guiar os olhos de quem observa.

O estilo *New Wave* proporcionou um cenário adequado de experimentação para os designers. Como exposto por Meggs e Purvis (2009):

À medida que a tipografia *new wave* se difundia, muitos designers que trabalhavam no Estilo Tipográfico Internacional começaram a testar seus preceitos ante as atitudes exploratórias que estavam surgindo. Técnicas dadaístas de montagem eram usadas; *grids* eram definidos, depois violados;

elementos funcionais da Nova Tipografia dos anos 1920 eram usados como decorativos. (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 612-613)

Essa evolução natural do estilo aconteceu, principalmente, em função dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos de Weingart nos Estados Unidos. Sendo assim, é possível observar as diferentes técnicas e interpretações do *New Wave* a partir das obras desses designers, que foram selecionados para estudo a seguir.

3.1 Dan Friedman

O norte-americano Dan Friedman (1945-1995) foi estudante da Escola de Design de Basiléia durante os últimos anos da década de 1970 e teve papel importante nos processos de desvio dos padrões tipográficos.

Como professor na Universidade de Yale e Philadelphia College of Art, ele colocou em prática novos experimentos a partir da tipografia que, de acordo com Meggs e Purvis (2009) envolviam formas variadas de disposição da organização, peso, escala e espaçamento, além de preocupação com uma qualidade que “promove interesse, prazer e desafio na leitura” (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 609).

Em entrevista para a revista Eye, Dan Friedman expôs sua filosofia chamada de “Modernismo Radical”, que, segundo ele, é uma idealização dos movimentos modernistas a partir dos pensamentos pós-modernos. Como Friedman explica:

Quando o “olhar” do Modernismo foi apropriado pela indústria e batizado de Estilo Internacional, perdeu autoridade moral. Devemos tentar mais uma vez ser visionários amantes da diversão; devemos retornar a uma crença em um espírito radical – a ideia de que o design é algo que pode ajudar a melhorar a sociedade e a condição das pessoas. O Modernismo Radical, portanto, é minha reafirmação das raízes idealistas de nossa modernidade, ajustada para incluir mais de nossas diversas culturas, história, pesquisa e fantasia. (REA, 1994)

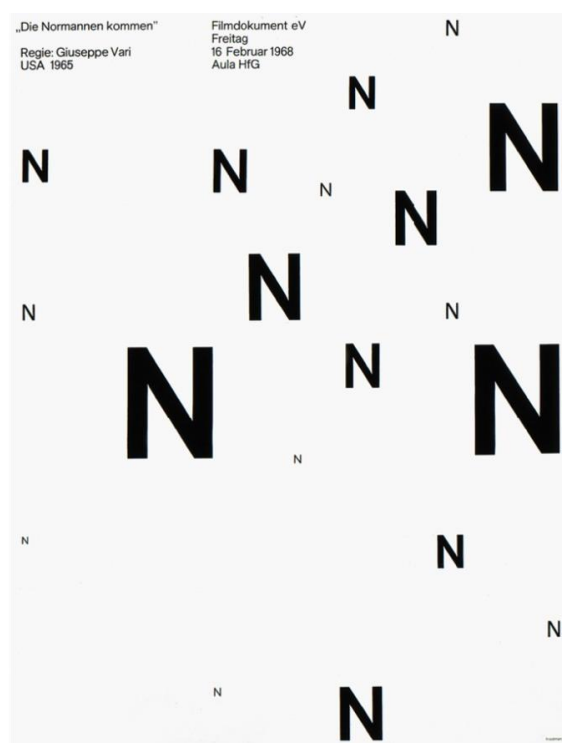
A natureza dos experimentos de Friedman fica mais clara ao se observar algumas de suas produções. A característica mais marcante é a distribuição individual de tipos por toda a composição, em tamanhos, formatos e focos distintos (**Figuras 7 e 8**). As peças de Dan Friedman se assemelham às de Weingart e contribuem diretamente para o repertório do *New Wave* em cenário norte-americano.

Figura 7: Capa para a revista Typografische Monatsblätter, 1971



Fonte: História do Design Gráfico (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 608)

Figura 8: Cartaz para exibição de filme em Ulm, na Alemanha, 1968



Fonte: Artsy, 2022

3.2 Willi Kunz

Willi Kunz, nascido em 1943, é um designer suíço que se mudou para Nova York, em 1970, onde trabalhou em uma agência de publicidade chamada Anspach Grossman Portugal. Após um período de três anos nos Estados Unidos, Kunz lecionou na Escola de Basileia como substituto de Weingart por um ano. Segundo Meggs e Purvis:

Inspirado pela pesquisa de Weingart e seus alunos e com a oficina de tipos à sua disposição, Kunz iniciou uma série de interpretações tipográficas dos escritos do filósofo canadense Marshall McLuhan. Esses textos foram impressos manualmente e publicados sob o título *12 Typographic Interpretations* (12 interpretações tipográficas). (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 611)

Apesar de sua técnica inicial se encaixar no Estilo Internacional, Willi Kunz conseguiu quebrar os padrões de *grid* e regras tipográficas tradicionais aos poucos, sendo muito analítico e criativo. Seus projetos entram em equilíbrio com o emocional e o funcional. Como Meggs e Purvis detalham:

Kunz não constrói seu trabalho em um *grid* predeterminado; ao contrário, começa a composição visual e permite que a estrutura e os alinhamentos brotem ao longo do processo. Ele concebe suas constelações tipográficas preocupado com a mensagem essencial, a estrutura se desenvolve em resposta às informações a serem transmitidas. (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 612)

Além disso, lançou livros como “Typography: Macro + Microaesthetics” em 1998 e “Typography: Formation + Transformation” em 2004, que são voltados para os seus estudos sobre a utilização da tipografia e os seus possíveis desdobramentos para impacto da mensagem.

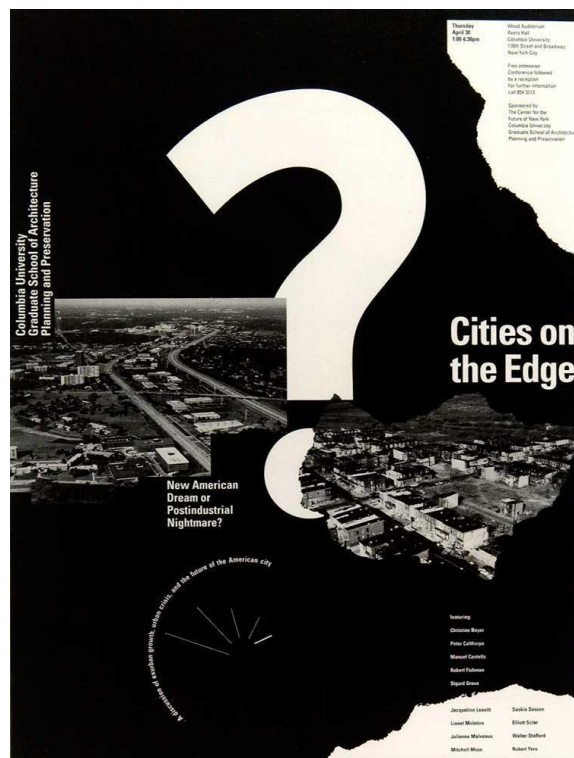
Em suas obras, é possível notar que o *grid* não possui um modelo nítido, como Meggs e Purvis (2009) apontam, e há massas de texto em diferentes formas e espaçamentos distribuídas de forma aparentemente aleatórias. Mesmo assim, se observa que ainda existe algum tipo de hierarquia e destaque das partes mais importantes.

Figura 9: Cartaz para oficina, Willi Kunz, 1974



Fonte: História do Design Gráfico (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 612)

Figura 10: *Cities on the Edge*, Willi Kunz, 1991



Fonte: Instituto de Tecnologia Rochester, 2020

Figura 11: Página de “12 Typographic Interpretations”, Willi Kunz, 1975



Fonte: História do Design Gráfico (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 612)

3.3 April Greiman

April Greiman, nascida em Nova York em 1948, designer pós-modernista contemporânea conhecida por ser uma das primeiras a utilizar os avanços tecnológicos em computadores como ferramenta de design, atrai comentários de Meggs e Purvis com suas formas, cores e tipografias lúdicas:

A dispersão intuitiva de tantos elementos poderia desabar no caos, mas uma organização de ponto-contraponto mantém a ordem atraindo o olhar para a página por meio de elementos dominantes que rapidamente levam a outros. (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 611)

Weingart, seu professor, junto de Hofmann, também observou que “April Greiman levou as ideias desenvolvidas em Basileia para uma nova direção, particularmente em seu uso da cor e da fotografia” (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 611).

Em suas obras, Greiman contrasta cores e texturas criadas através da ampliação da retícula da quadricromia e padrões repetitivos, além de tornar a sobreposição de informações muito presente com o uso de recursos digitais – os quais possibilitaram também sua combinação de fontes *bitmap*, mosaico, *fading*, contorno, transparência e manipulação de imagens.

Uma característica visível das composições de Greiman é o uso de cores vivas e elementos em posição de movimento, além da diversidade de formas geométricas e alternância entre imagens chapadas e com nuances.

Figura 12: Design de April Greiman para a revista Wet, 1979



Fonte: Domestika, 2019

Figura 13: *Shaping the Future of Health Care*, April Greiman, 1987



Fonte: História do Design Gráfico (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 644)

4. Considerações finais: Pós-Modernismo e o saldo hodierno estético e ideológico

Pretendeu-se, através do presente estudo, apresentar ideais e características gráficas fundados no período pós-moderno e que permeiam a sociedade contemporânea. Corroborando com a compreensão do princípio da quebra de premissas do design gráfico, que posteriormente pôde ser elemento propulsor de demais movimentos, tal como o *New Wave*.

Dada a possibilidade de rebelar-se contra a posição proposta por Bauhaus de que forma e função devem, obrigatoriamente, se complementar para a formação de um bom design tipográfico, é conceitual, inclusive, associar tal inconformação a demais movimentos artísticos não abordados pelo artigo e até mesmo a campos sociais tangentes, como a literatura, sociologia, arquitetura, artes e demais.

5. Referências

- ANDERSON, P. As origens da pós-modernidade. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BAUDRILLARD, J. À Sombra das Maiorias Silenciosas. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- FEATHERSTONE, M. Cultura de Consumo e Pós-Modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- HOLLIS, R. Design gráfico: Uma História Concisa. 1ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- MEGGS, P. B., PURVIS, A. W. História do Design Gráfico. 4ª Ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- REA, P. Reputations: Dan Friedman. Eye Magazine, 1994. Disponível em: <<https://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-dan-friedman>>. Acesso em: 24 maio 2022.

* **Alef de Sousa Barros:** discente do curso de Design Gráfico da ATHON Ensino Superior

** **Fernanda Satie Galvão:** discente do curso de Design Gráfico da ATHON Ensino Superior

*** **Gustavo de Sousa Moraes:** discente do curso de Design Gráfico da ATHON Ensino Superior

**** **Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres:** docente e coordenadora da Escola de Comunicação da ATHON Ensino Superior