

Para citar este artigo (ABNT):  
PIAIA, J. A participação de projetos de design gráfico voltados à disseminação de produtos do circuito cultural artístico na 9ª Bienal de Design Gráfico. In: *Cultura Visual*, n. 19, julho/2013, Salvador: EDUFBA, p. 27-42.

## **A participação de projetos de design gráfico voltados à disseminação de produtos do circuito cultural artístico na 9ª Bienal de Design Gráfico**

*The participation of graphic design projects focused on disseminating products of artistic cultural circuit in the 9th Biennial of Graphic Design*

Jade Samara Piaia

### **Resumo**

Este artigo apresenta resultados obtidos através de uma pesquisa que se propôs a fazer um levantamento ressaltando a participação de projetos de design gráfico que veiculam algum tipo de conteúdo cultural artístico, isto é, projetos gráficos voltados à disseminação de produtos do circuito cultural artístico, a partir da 9ª edição da Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG Brasil - Associação dos Designers Gráficos do Brasil.

### **Palavras-chave**

Design gráfico; cultura; arte; circuito cultural; Bienal Brasileira de Design Gráfico.

### **Abstract**

*This article presents results of a research that has set out to survey the participation of graphic design projects that circulate cultural and artistic content, that is, graphic projects focused on the dissemination of cultural and artistic material in the 9<sup>th</sup> Brazilian Biennial of Graphic Design ADG Brazil - Graphic Designers Association of Brazil.*

### **Keywords**

*graphic design; culture; art; cultural circuit; Brazilian Biennial of Graphic Design.*

## 1. Introdução

É possível verificar que existem projetos de design gráfico que são voltados à identificação, transmissão de conteúdo, informação e divulgação da área cultural. Para ressaltar esta existência e mensurá-la foi escolhido como ponto de partida a edição mais recente, concluída até então, de uma mostra abrangente e periódica, a 9a Bienal Brasileira de Design Gráfico, promovida pela ADG Brasil. Dentro do total de projetos participantes desta mostra do design brasileiro foi realizada uma contagem, a partir do enfoque proposto que observa projetos voltados à área da cultura, mais precisamente inseridos no circuito cultural artístico, destinados à divulgação, propagação, memória, estímulo e fomento de bens culturais.

Esta observação buscou levantar a participação de projetos de design que estão voltados ao circuito cultural artístico frente à participação de outros projetos, voltados às áreas comercial, empresarial, pública, entre outras. O montante de resultados foi quantificado por cada categoria da 9a Bienal ADG e posteriormente totalizado e comentado.

## 2. Ponto de partida: a 9ª Bienal de Design Gráfico ADG Brasil

Completando 24 anos de atuação no ano de 2013, a ADG – Associação dos Designers Gráficos foi fundada oficialmente na cidade de São Paulo, em 1989. Segundo glossário constante no livro *O Valor do Design* (CAMARGOS e SACHETTA, 2004, p. 169), define-se: “ADG Brasil: Associação dos Designers Gráficos. Entidade sem fins lucrativos, voltada para a divulgação e valorização do design gráfico brasileiro e do trabalho de seus profissionais. De caráter nacional, sua sede localiza-se em São Paulo”. Ainda nesta publicação, são esclarecidos alguns pontos que se referem à atuação, participação e ações efetivas da associação:

Atuando como um canal entre profissionais, fornecedores, empresários e público em geral, procura afirmar a identidade da profissão, contribuindo para o desenvolvimento social, cultural e econômico do país. Atualmente, congrega os maiores escritórios e os mais conceituados designers gráficos que exercem a profissão no Brasil, visando à difusão da profissão no mercado e ao desenvolvimento do design e de seus profissionais. Nesse sentido, desenvolve programas de atualização profissional, exposições, concursos, e realiza bienalmente sua mostra de design gráfico, apresentando o que há de excelência na produção gráfica brasileira no período.

[...] Do ponto de vista de uma ação social, a ADG Brasil tem apoiado ações em prol da divulgação e conscientização de importantes problemas sociais, por meio da organização de concursos e exposições de cartazes apoiando instituições humanitárias e governamentais (CAMARGOS e SACHETTA, 2004, p. 211).

Publicou diversos boletins e revistas<sup>1</sup>. A associação cresceu, alcançando prestígio político com 10 anos de existência, em 1999<sup>2</sup>. Tornou-se reconhecida entre estudantes e profissionais por promover a Bienal de Design Gráfico, mostra seletiva de trabalhos da área, que difundiu nome e atuação da associação nacionalmente.

<sup>1</sup> Boletins de design sob a denominação Boletim ADG, que, posteriormente, se tornou uma revista de design, a Revista ADG.

<sup>2</sup> Ano em que os representantes da ADG foram convidados, em conjunto com outras entidades nacionais de design, pelo Programa Brasileiro de Design, sediado no Ministério da Indústria e Comércio, para integrarem a comitiva oficial brasileira no congresso do Icoграда (International Council of Graphic Design Associations), que aconteceu em Sidney, na Austrália (MIGLIARI, 2010).

Stolarski, membro da diretoria ADG Brasil naquele momento, comenta o testemunho histórico e evolutivo da associação e sua atuação:

Do ponto de vista histórico, a Bienal é, portanto, nosso maior testemunho dos últimos 20 anos. Tudo o que aconteceu de lá para cá está, de certa forma, estampado nas páginas de seus catálogos: o início do amadurecimento das relações profissionais entre os designers gráficos do país (a bienal foi sua primeira aparição em público, independentemente de organismos ou instituições estatais); o salto das formas mecânicas de produção para as tecnologias digitais; a popularização dos meios de produção e o aumento exponencial do número de profissionais; a progressiva tomada de consciência da importância do design gráfico por parte de clientes cada vez mais numerosos e diversificados; a ampliação de associações, organismos e instituições profissionais por todo o país; o crescimento das escolas e da importância dos trabalhos desenvolvidos dentro delas; o aprofundamento da investigação de repertórios locais; o amadurecimento da relação com a tradição clássica europeia e com os movimentos dos principais centros produtores de design e, finalmente, a tomada de consciência que resultou, nos últimos anos, num movimento reflexivo espelhado no aumento em progressão geométrica da produção crítica sobre design gráfico no país. Nesse percurso, o design brasileiro aprimorou e consolidou três características que, de um modo geral, marcam a maturidade de qualquer atividade: consciência profissional, produção autônoma e reflexão crítica (STOLARSKI apud CONSOLO, 2009, p. 11).

Em vias da realização da décima edição no ano de 2013, o cenário da Bienal constitui, desde a sua existência, importante registro histórico da atuação dos designers gráficos participantes das mostras seletivas e uma ferramenta para a divulgação e promoção da atividade de design perante à sociedade (CONSOLO, 2009, p. 6). No prefácio do volume que cataloga a 9ª edição da Bienal, Stolarski, faz as seguintes afirmações:

A Bienal Brasileira de Design Gráfico ADG Brasil é a maior e mais importante exposição regular sobre design gráfico no país desde a sua primeira edição. Isso se deveu, durante algum tempo, a três fatores. Em primeiro lugar, ela foi a única exposição do gênero que conseguiu sustentar sua periodicidade – até hoje. Em segundo lugar, ela foi a mais representativa do ponto de vista quantitativo, começando com algo em torno de 50 trabalhos por edição e estabilizando-se com 300 e poucos após alguns biênios, somando aproximadamente 1.500 trabalhos apresentados até hoje. Finalmente, ela foi também a mais representativa do ponto de vista qualitativo, não apenas porque os trabalhos que apresentou foram considerados os melhores produzidos a cada dois anos, mas porque os critérios e a estrutura de seleção dos trabalhos foram constantemente aprimorados, resultando em um evento de qualidade projetual e crítica sem paralelo (STOLARSKI apud CONSOLO, 2009, p. 11).

A ADG conta com uma gama variada de livros editados e publicados relacionados ao design gráfico, além dos catálogos que registram as Bienais periodicamente. Possui publicações que orientam os profissionais, como o Guia Legal, a pesquisa do perfil de associados, o Kit prática profissional e os levantamentos de honorários; os boletins impressos e via site, a Revista da ADG veiculada por seis anos consecutivos. Publicou livros como: Design Gráfico Caso a Caso

– Como o designer faz design; O valor do Design: Guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico, em sua terceira edição; o Caderno de Ética; o glossário ABC da ADG 2012 – Glossário de temas e verbetes utilizados em Design Gráfico, em sua segunda versão, entre outros. Participa de eventos nacionais e internacionais representando o Brasil, como no congresso Icograda em 2004 (CONSULO, 2009, p. 6). Promove eventos e palestras, visando promover o diálogo entre os designers e é citada também por defender o reconhecimento da profissão<sup>3</sup>.

Com um escopo de associados formados por estudantes e profissionais atuantes, com a promoção de eventos, a realização periódica da Bienal Brasileira de Design Gráfico e com publicações editoriais relacionadas ao assunto, a ADG Brasil se legitima frente a uma população crescente de designers. Importante pontuar que até então, historicamente, a atuação da ADG se concentrou de maneira mais profunda no eixo Rio-São Paulo, portanto o alcance nacional, almejado por esta instituição, toma um caráter ainda duvidoso que carece de comprovações. Em alguns anos, com o aumento constante da quantidade de instituições de ensino superior com cursos de design e de escritórios de design em mais partes do país, esta situação tende a mudar.

Alguns comentários e observações de André Stolarski e Cecilia Consolo referentes à ADG partem de uma visão de quem está dentro desta instituição, valorizando seus pontos positivos, que não deixam de ser verdadeiros, mas passíveis de questionamentos e críticas que durante esta pesquisa não foram encontrados em outras publicações. Portanto, a atuação da ADG ao longo dos anos diminui seu caráter de abrangência à nível nacional, mas não diminui sua importância frente ao design gráfico e frente às bienais de design que são por esta promovidas.

As exposições da Bienal de Design Gráfico são promovidas desde 1992 pela ADG Brasil. Segundo o levantamento realizado por De La Rosa Ushuari (2010), nas três primeiras edições da mostra – 1992, 1994 e 1996 –, as Bienais de Design Gráfico ADG foram compostas por mostras institucionais, isto é, trazendo projetos de designers e escritórios associados à ADG, cujos projetos expostos e divulgados nos respectivos catálogos não foram subdivididos em categorias. Na segunda edição, houve uma expansão da visibilidade da associação devido à abertura da participação a não associados para uma mostra seletiva, da qual não se tem registro impresso no catálogo da 2ª Bienal.

A partir da quarta edição da mostra, ocorrida em 1998, têm-se a participação de não associados, selecionados por um júri de membros da ADG, para compor uma mostra seletiva em paralelo com uma mostra institucional, composta por projetos dos membros da ADG. Na 4ª Bienal, os projetos foram selecionados e expostos em categorias descritivas, explorando características físicas, funcionais ou pelo suporte. Em 2000, a quinta edição contou com uma curadoria na seleção dos trabalhos, ampliação do corpo de jurados, ampliação das

<sup>3</sup> A associação que representa a classe realizou um censo on-line a nível nacional no ano de 2012; promove debates, discussões e participa de comissões de órgãos governamentais, como a Comissão de Regulação da Profissão em pauta com o projeto de lei aprovado no Congresso Brasileiro sobre a regulamentação da profissão de designer, em andamento.

categorias e do número de projetos inscritos e selecionados. A sexta e a sétima edições, realizadas em 2002 e 2004 respectivamente, deram sequência aos moldes da edição do ano 2000. A partir da oitava edição, realizada em 2006, é incorporado o nome “Brasileira” à nomenclatura da Bienal; a tradicional categorização por especialidades da área é substituída por uma visão crítica com intenção de curadoria na seleção dos projetos de design, distribuindo os projetos selecionados em 12 categorias reflexivas.

Seguindo a reformulação da mostra de 2006, a nona edição da Bienal Brasileira de Design Gráfico, organizada por Cecilia Consolo, em 2009, radicalizou o modo de distribuição das peças em categorias reflexivas, propondo que os participantes as enquadrassem em uma das diversas categorias expositivas conceituais (STOLARSKI apud CONSOLO, 2009).

[...] Não é possível pensar a linguagem pelo lado puramente físico da representação, como livro, CD, site, marca, embalagem, tipografia, etc. Os processos de comunicação são complexos. Cada vez mais, é solicitada ao designer uma ação projetual que relaciona vários estratos da semiosfera, sofisticando seu campo de ação e o afastando da circunscrição puramente estética. Podemos e devemos analisar as formas como lidamos com os processos em diferentes contextos. Dependendo do ponto em que o designer se inscreve, um arcabouço de valores e prioridades vem à tona. Portanto, essa não pretende ser uma nova classificação ou categorização, muito menos definitiva, do design gráfico, mas, sim, a forma como eu vejo as articulações que estão presentes no cenário brasileiro contemporâneo (CONSOLO, 2009, p. 22).

Ainda, segundo o prefácio de STOLARSKI (apud CONSOLO, 2009) para a nona edição, as categorias foram revisadas, adotando um curador específico da área conceitual de abrangência para seleção dos trabalhos, o que acabou por substituir o júri tradicional.

Segundo Cecilia, dificilmente as próximas edições da Bienal da ADG Brasil voltarão ao modelo anterior, quando os trabalhos passavam por um júri, como numa premiação. ‘Creio que os próprios designers não esperarão por isso’, diz ela, que já exerceu o cargo de diretora em várias gestões na ADG Brasil, participou da organização da 4ª Bienal de Design Gráfico e foi júri nas quinta e sétima edições. Na sexta, ela foi responsável pela organização da programação paralela (SAAVEDRA, 2009).

A 9ª Bienal Brasileira de Design Gráfico ADG Brasil ocorreu entre os dias 8 de março e 17 de maio de 2009, com entrada gratuita, no Centro Cultural São Paulo – CCSP. A exposição, que ocupou todo um andar do Centro Cultural, ocorreu em paralelo com outras exposições no local. As peças de dimensões planas, como cartazes e pranchas contendo imagens das peças, como marcas e tipografias, por exemplo, foram expostas afixadas nas paredes. As peças tridimensionais, como folders com dobras e facas, livros e peças gráficas, como embalagens, foram expostas em totens com proteção de acrílico; assim, as peças puderam ser visualizadas por quase todos os ângulos, mas sem serem tocadas, e sempre estavam acompanhadas da respectiva ficha catalográfica.



Figura 1 - 9ª Bienal Brasileira de Design Gráfico ADG Brasil, no Centro Cultural São Paulo. Fonte: Autora (2009).



Figura 2 - 9ª Bienal Brasileira de Design Gráfico ADG Brasil, no Museu Franz Mayer, na Cidade do México. Fonte: Stolarski (2009).

A mostra foi exibida também no Museu Franz Mayer, na Cidade do México e em Xangai, na China. Em uma breve entrevista via e-mail, o designer André Stolarski que participou como membro da ADG Brasil, expositor e palestrante na edição do México, esclarece alguns pontos sobre como ocorreu esta edição itinerante da 9ª Bienal ADG:

No México, ela coincidiu com a Bienal de Design mexicana e produziu uma série de encontros e palestras com o professor Chico Homem de Melo e comigo. Na China, fez parte de uma intensa programação cultural em Xangai e Pequim, com o apoio do designer e professor Bruno Porto (STOLARSKI, Entrevista, 2012).

Segundo Stolarski (2012), todas as peças da mostra brasileira participaram destas duas exposições internacionais, entretanto, não foram levadas as peças originais. O material foi exposto em pranchas especialmente preparadas. Quando questionado sobre qual a repercussão da mostra itinerante da 9ª Bienal para ADG, ele diz:

No caso da ADG Brasil, a itinerância teve o mérito de mostrar que é possível levar a exposição ao exterior com economia de recursos e grande despertar de interesse. As consequências para o design brasileiro em cada lugar são, evidentemente, decorrência desse mesmo interesse. No México, o Brasil passou a representar cada vez mais uma referência e um parceiro de diálogo em questões de design. Na China, a exposição foi vista por dezenas de milhares de pessoas (STOLARSKI, Entrevista, 2012).

Contudo, esta mostra periódica, em sua versão mais recente e concluída até então, a nona edição com uma nova organização das categorias, foi tomada como ponto de partida para o estudo e levantamento de dados a seguir.

### 3. Critérios para identificação do recorte observado

A partir da experiência da exposição da 9a Bienal Brasileira de Design Gráfico e de uma consulta minuciosa ao seu catálogo, *Anatomia do Design: uma análise do design gráfico brasileiro* (CONSOLO, 2009), foi possível fazer um levantamento a partir da existência, e quantificar a participação, de projetos gráficos voltados ao circuito cultural artístico em cada uma das categorias e, conseqüentemente, em relação ao total de trabalhos participantes da exposição. Ao todo, foram 1.240 projetos inscritos, dos quais 282 foram selecionados e divididos em nove categorias conceituais e expostos em uma área de aproximadamente 800m<sup>2</sup>.

A observação das peças participantes pôde ser feita diretamente na exposição da 9a Bienal, em seus suportes e tamanhos finais. Este levantamento minucioso foi aplicado posteriormente, a partir de dados e imagens constantes no catálogo da mostra, que traz as peças separadas pelas respectivas categorias juntamente com os textos dos curadores. A legenda correspondente a cada peça contém título, numeração de identificação, autoria/equipe, cliente e uma breve descrição (CONSOLO, 2009). Para fins de esclarecimento, quanto à contagem de peças participantes, cabe ressaltar que, ao final do catálogo, a numeração de identificação de peças participantes da mostra é 283, mas foi observada a falta de uma peça durante a contagem: mais precisamente, a peça correspondente à numeração de identificação 60 não consta no catálogo da mostra, interferindo na quantidade total, que, para esta pesquisa, foi considerada de 282 peças.

Tomando por base algumas ideias que compreendem uma complexa definição do termo cultura (EAGLETON, 2005; CANCLINI, 2003), foram considerados alguns critérios norteadores. Pela definição de projetos de design gráfico para o circuito cultural artístico, entende-se aqui projetos gráficos voltados a alguma comunicação de natureza cultural artística. O conteúdo destes tipos de projetos, aos quais se refere aqui, pode ser entendido basicamente como uma comunicação, uma informação, uma mensagem, um nome de um grupo, um texto, ou seja, refere-se a projetos de design gráfico que fazem mediação entre um conteúdo cultural relacionado às artes de uma maneira geral, isto é, voltados à disseminação de produtos do circuito cultural artístico.

Segundo Richard Hollis (2000, p. 4), as três funções mais antigas e básicas, desde as artes gráficas, cabíveis ao design gráfico são: identificar – dizer o que é; informar e instruir – indicar uma direção, posição, escala; e apresentar e promover – chamar a atenção e transmitir uma mensagem. A criação do designer voltado a cultura é ativa na produção de sentido. Um projeto gráfico dirige-se à um determinado público, foi solicitado por um artista ou grupo de artistas (ou instituição que reúne artistas, músicos, bailarinos, escritores, entre outros), tem por finalidade identificar, divulgar, preservar ou dar forma à algo e pode ser considerado um elo intermediador entre os artistas, autores, músicos, bailarinos e o público espectador daquela manifestação artística cultural.

Em alguns casos, é muito simples identificar o conteúdo de um determinado projeto. É notável, a diferença de posicionamento e foco existente entre um projeto gráfico para um produto de varejo, como um sabão em pó, que atende aos requisitos do marketing e das pesquisas de mercado, e um projeto gráfico que divulga um concerto musical, por exemplo. Para situações não tão evidentes, cabem alguns questionamentos para auxiliar: Qual a finalidade de existência deste projeto? Para que setor se encontra voltado o projeto? Pretende diferenciar que tipo de produto/cliente? Explora linguagens relacionadas ao universo artístico? Informa sobre acontecimentos do circuito cultural artístico? Divulga um espaço, grupo ou instituição com fins relacionados às artes? Condensa informação, memória ou transmissão de conteúdo voltados à cultura e às artes? Compreende textual ou visualmente elementos de uma determinada manifestação cultural artística?

É possível descrever o que foi considerado neste levantamento como pertencente a um circuito cultural artístico : identidades visuais de instituições voltadas à cultura e às artes; materiais para eventos e encontros artísticos; projetos editoriais de literatura, contos e poesias; projetos voltados ao teatro, cinema, música, dança, artes visuais; em suma, materiais de incentivo, transmissão e divulgação para o circuito cultural artístico independentes do suporte material que os constituem. A partir de tal definição, têm-se o que não foi considerado como pertencente a um circuito cultural artístico neste levantamento: projetos históricos, científicos, políticos, industriais, de serviços e de consumo.

Dentro deste contexto cabe citar que os “produtos” e “objetos” culturais têm também atrelados a si um cunho comercial que não pode ser deixado de lado. Embora a cultura muitas vezes possa ser acessada gratuitamente, em boa parte dos eventos, exposições e apresentações culturais artísticas o acesso comumente é pago pelo público final, além de já serem subsidiadas por instituições governamentais e/ou privadas, pois envolvem custos de produção, por vezes, muito elevados.



Figura 3 - Exemplos de projetos gráficos voltados ao circuito cultural artístico. Da esquerda para a direita: Cartazes musicais, OSESP – Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo, designer Kiko Farkas; Identidade visual, SPCD – São Paulo Companhia de Dança, designer Vicente Gil; Coleção Ponta-de-lança, Editora Língua Geral, designer Rico Lins. Fonte: CONSOLO, 2009.



Neste contexto encontram-se produtos propriamente ditos, como os livros que, sejam estes voltados ou não à cultura artística, dividem espaços apertados e disputados nas prateleiras das livrarias. O marketing também está presente no contexto comercial e persuasivo que envolve o design voltado à cultura e às artes. Não se pode esquecer que o design é um conteúdo cultural em si próprio, mas, neste caso, os levantamentos se referem aos projetos gráficos que divulgam e veiculam conteúdos voltados à disseminação de produtos do circuito cultural artístico, dentro da 9ª Bienal ADG Brasil.

A edição de 2009 da mostra trouxe como tema central a Anatomia do Design, que também dá título ao livro que cataloga a mostra. As peças participantes desta exposição não foram inscritas por suas características físicas, funcionais ou pelo suporte, mas sim conceituais e reflexivas selecionadas por curadores específicos. A categorização proposta a partir de então não é no sentido do tipo de projeto, mas na opção criativa que se faz para o projeto. Esta edição não possuiu uma premiação, pois objetivava uma análise do design brasileiro. Segundo a curadora geral da mostra Cecilia CONSOLO, “[...] as escolhas projetuais começam a ter mais relevância frente ao resultado obtido. O ‘valor’ do projeto está implícito nas escolhas estratégicas de comunicação e soluções estéticas compromissadas com seus públicos” (apud SAAVEDRA, 2009).

CATEGORIAS	Projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico	Projetos de design gráfico voltados à outros conteúdos	Total de projetos
DESIGN PROPULSOR DA ECONOMIA Curadoria: <b>João de Souza Leite</b>	1	49	50
DESIGN VOLTADO A MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE Curadoria: <b>Fred Gelli</b>	0	9	9
DESIGN E MEMÓRIA Curadoria: <b>Rafael Cardoso</b>	16	11	27
POPULAR, REGIONAL, VERNACULAR Curadoria: <b>Fátima Finizola</b>	8	12	20
DESIGN E INTERFACES AUDIOVISUAIS Curadoria: <b>Mateus de Paula Santos</b>	0	24	24
POÉTICAS VISUAIS Curadoria: <b>Alécio Rossi</b>	33	18	51
COMUNICAÇÃO SINTÉTICA Curadoria: <b>Chico Homem de Melo</b>	12	40	52
FLUXOS Curadoria: <b>Celso Longo</b>	10	16	26
MANIFESTO Curadoria: <b>Paulo Moreto</b>	16	7	23
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>186</b>	<b>282</b>

Tabela 1 - Categorias dos projetos da 9ª Bienal ADG Brasil.

#### 4. Levantamento de dados

A partir da separação dos projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico, foi observado a quais das categorias da 9ª Bienal ADG Brasil os projetos pertenciam, quem eram os designers e clientes. Posteriormente, estas informações de levantamento de dados foram quantificadas e tabeladas, conforme Tabela 1. Os dados quantitativamente mais relevantes para este estudo seguem destacados na descrição de cada uma das categorias.

Na categoria Design propulsor da economia, de curadoria de João de Souza Leite, predominam peças voltadas à indústria de consumo, como projetos de embalagens, revistas, relatórios anuais, catálogos, portfólios e branding, com baixa participação de projetos de design gráfico voltado ao circuito cultural artístico, encontrado em apenas 1 dos 50 projetos participantes.

Em Design voltado a meio ambiente e sustentabilidade, de curadoria de Fred Gelli, o enfoque da temática é voltado basicamente para branding. Com apenas 9 peças selecionadas, o menor número entre as categorias da mostra, esta parece inaugurar, pelo menos no design gráfico, um nicho de trabalhos voltados a despertar a consciência das pessoas para questões de sustentabilidade. A categoria traz diversas identidades visuais e alguns trabalhos pontuais como revistas, uma família tipográfica, crachás e uma proposta de brinde ecológico virtual.

A categoria Design e Memória, de curadoria de Rafael Cardoso, é formada por uma diversidade de suportes relacionados a registros e memórias, resgate do patrimônio histórico e sua reinvenção, culminando em uma seleção composta basicamente por livros, catálogos, e objetos gráficos do cotidiano (CARDOSO apud CONSOLO, 2009, p. 88-113). Consolo coloca sobre esta categoria que:

[...] o design tem o papel de gerar códigos culturais e os símbolos que fazem parte do registro histórico ao longo do tempo. [...] Creio que, ao determinar hierarquias de leituras e ordenar informações, ou quando selecionamos imagens, estamos trabalhando com o repertório simbólico de uma época. Lembramos das coisas que nos emocionaram de alguma maneira. Para trabalhar com esse universo, é necessário ter liberdade de conhecer outros repertórios com “olhos de criança” - com um antropólogo ou arqueólogo frente ao seu objeto raríssimo. Aqui resvalamos com a história das pessoas, suas emoções e afetos (CONSOLO, 2009, p. 23).

Alguns produtos relacionados com esta categoria estão voltados à preservação e ao resgate da memória, apresentando características de produtos tipicamente culturais. Torna-se previsível um número maior de projetos voltados ao circuito cultural artístico, visto que a categoria é destinada à memória e está tradicionalmente relacionada à questão da cultura.

Entre os 26 projetos selecionados nesta categoria, é possível observar uma maioria de cerca de 16 projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico. Em Popular, Regional, Vernacular, a curadora Fátima Finizola volta o olhar às essências da cultura popular e regional de diferentes partes do Brasil. Como ela mesma coloca, esta categoria:

[...] procura despertar os profissionais de design para uma integração entre o design formal, proveniente das universidades e escritórios de design, àquele design espontâneo, originado de uma massa anônima, com a finalidade de construir e legitimar um design brasileiro, caracterizado por uma forte identidade cultural” (FINIZOLA in CONSOLO, 2009, p. 117-118).

Os projetos desta categoria compreendem uma variedade que vai de convites, cartazes, livros, brindes, CDs, identidades visuais e até tipografias. É possível observar que, dos 20 projetos participantes, 8 são projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico.

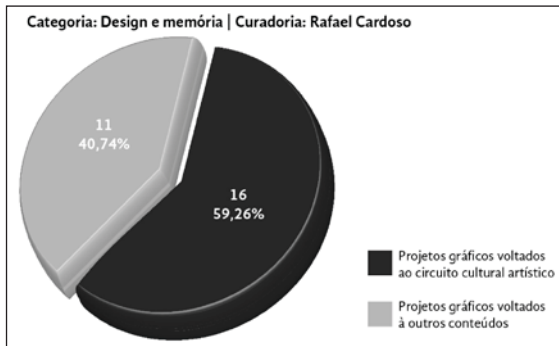


Figura 4 - Gráfico da participação de projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico na categoria Design e Memória, da 9a Bienal Brasileira de Design Gráfico.

A categoria Design e interfaces audiovisuais, de curadoria de Matheus de Paula dos Santos, está diretamente relacionada a inovações tecnológicas por meio das mídias audiovisuais. Com foco na comunicação digital e no design em movimento, é formada por 24 projetos, em grande maioria por projetos de web sites, vinhetas e animações.

No “porquê da revisão das categorias”, sobre a categoria Poéticas visuais, Consolo afirma:

Na questão que envolve sensibilidade plástica, muitas vezes o designer faz tangência com o universo da arte, e não se coloca somente como agente “embelezador” da mensagem, mas, sim, explora os aspectos estéticos para resgatar uma série de valores culturais. Projetos de determinados segmentos do mercado requerem esse resgate e esse tipo de apropriação é bem-vinda. Somente profissionais que desenvolvem uma linguagem e expressão próprias estão habilitados a realizá-la. Caso contrário, é visível a tendência de copiar soluções consagradas ou fórmulas gráficas (CONSOLO, 2009, p. 23-24).

Para a categoria Poéticas visuais, uma das maiores categorias da mostra em número de peças, de curadoria de Alécio Rossi, foram observadas por ele questões que aproximam as fronteiras do design e da arte: “Até que ponto um projeto gráfico pode impregnar-se da poesia geralmente atribuída a projetos artísticos e ainda assim ser design? Até que ponto as experimentações projetuais ampliam as possibilidades de resultados novos e inesperados para o design?” (ROSSI apud CONSOLO, 2009, p. 168). Em Poéticas visuais, é possível notar uma relação mais próxima entre o conceito proposto para a categoria e o design voltado ao circuito cultural artístico. Por permitir uma maior aceitação a experimentações gráficas inovadoras, parece ter se tornado uma categoria ampla e adequada a projetos mais abertos, que trazem um diálogo mais profundo do design e suas fronteiras. Sobre essas questões, vale citar um trecho com as palavras do próprio curador:

A legibilidade e a função imediata cedem lugar para a linguagem gráfica em que o significado se apoia na própria linguagem. Não se trata de acrescentar um elemento decorativo e usar muitas cores ou efeitos especiais, mas de usar a tecnologia e os materiais com inteligência, isso é perceptível em vários desses projetos. Ter um traço diferenciado que pode provocar o estranhamento necessário para a construção do conhecimento do novo. Fazem-nos querer tocar, sentir, ver, ouvir, entender, compartilhar. Parece inevitável, diante desses trabalhos, uma avaliação imediata e subjetiva “do tipo ‘gosto’ ou ‘não gosto’”. Os vínculos afetivos despertados por resultados inesperados precisam conviver com as relações de mercado e os resultados, geralmente mais objetivos e pragmáticos. Sem dúvida, experimentações projetuais não se aplicam a qualquer produto ou cliente, mas são importantes para aqueles que trabalham com inovação (ROSSI apud CONSOLO, 2009, p. 170).

Foram observados, para a seleção dos projetos participantes desta categoria, o resgate de experimentações na linguagem gráfica, o uso de materiais diferenciados e de tecnologias, além de soluções não usuais e experimentações que agucem os sentidos (ROSSI apud CONSOLO, 2009, p. 168-215).



Figura 5 - Projeto gráfico voltado ao circuito cultural artístico, categoria Design e Memória: Calendário do Patrimônio Cultural, Diretoria de Patrimônio Cultural da Prefeitura de Belo Horizonte/MG, designers Carlos Bicalho e Mariana Brandão. Fonte: CONSOLO, 2009.

Entre os 51 projetos participantes na categoria Poéticas visuais, apenas 18 são direcionados a outros conteúdos. Como esperado, na maioria restante de 33 projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico, foram encontrados cartazes, catálogos, livros, identidades de prêmios e eventos, agenda, kit de divulgação, suplemento literário e tabloide.



Figura 6 - Projeto gráfico voltado ao circuito cultural artístico, categoria Popular, Regional, Vernacular: CD Baxô – Glauco Solter, designers Karine Kawamura, Silvio Junior e Guido Dezordi. Fonte: CONSOLO, 2009.

À categoria Comunicação sintética, de curadoria de Chico Homem de Melo, pertencem os trabalhos de identidade visual. A maioria de projetos desta categoria são voltados a clientes de médio ou grande porte e uma minoria a empreendimentos culturais artísticos. Segundo a curadora geral da mostra:

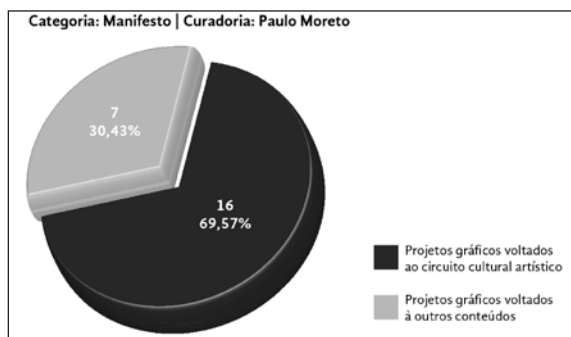


Figura 7 - Gráfico da participação de projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico na categoria Poéticas Visuais, da 9a Bienal Brasileira de Design Gráfico.

A transformação de mensagens complexas em imagens sintéticas é o grande plano de fundo para toda essa discussão e, porque não, para o próprio design gráfico. Não se trata de forma ou estilo, mas sim, da concisão da mensagem. Trata-se de transformar o caldo cultural em elementos visuais que o conotam. De fazer um desenho suplantar várias narrativas. O que faz um símbolo se tornar signo de uma cultura? Porque um signo é mais memorável que outro? A questão-chave discute, numa

mesma forma ou símbolo, o quanto o design e o desenho estão envolvidos na solução (CONSOLO, 2009, p. 24).

Esta categoria também traz projetos de eventos culturais diversos, projetos voltados ao design em si, pictogramas e tipografias. Foram encontrados 12 projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico, frente a 52 projetos no total.



Figura 8 - Projeto gráfico voltado ao circuito cultural artístico, categoria Poéticas Visuais: SPA das Artes, SPA das Artes de Recife/PE, designers Luciana Calheiros, Aurélio Velho, Matheus Barbosa e Tainá Tamashiro. Fonte: CONSOLO, 2009.



Figura 9 - Projeto gráfico voltado ao circuito cultural artístico, categoria Comunicação Sintética: Identidade visual do MAC de Niterói, MAC Niterói/RJ, designers Ney Valle, Cláudia Gamboa e Fabiana Takeda. Fonte: CONSOLO, 2009.

Fluxos, categoria de curadoria de Celso Longo, contém trabalhos que exploram a orientação e o deslocamento de informação. Neste fluxo de informação, foram considerados projetos em diferentes esferas, como sinalização de parques e museus, exposições, conteúdos informativos, educativos, catalográficos, e voltados para a web. Traz ao todo 10 projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico e outros 16 projetos relacionados a conteúdos diversos.

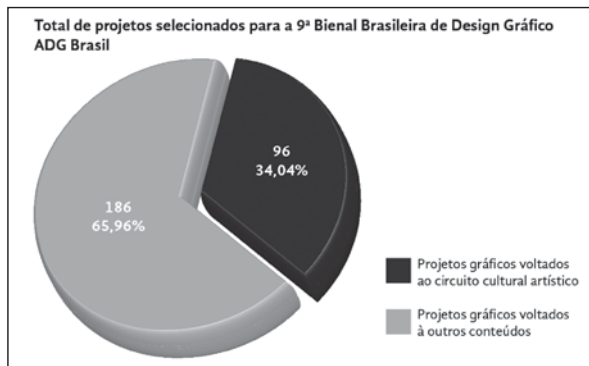


Figura 10 - Gráfico da participação de projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico na categoria Manifesto, da 9a Bienal Brasileira de Design Gráfico.

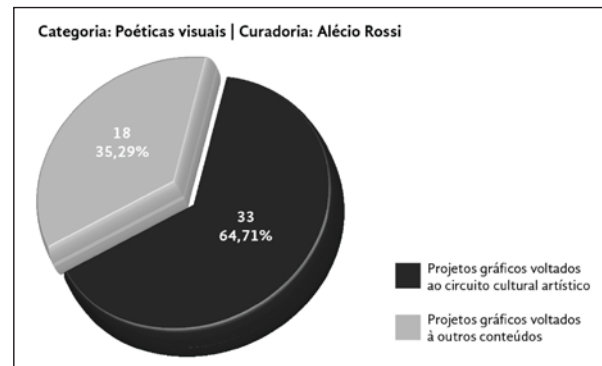


Figura 11 - Gráfico da participação de projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico na 9a Bienal Brasileira de Design Gráfico.

A categoria Manifesto é formada exclusivamente por cartazes, objeto que designa a palavra “manifesto” em italiano (MORETTO apud CONSOLO, 2009). Estas peças, que, historicamente, servem à comunicação de massa, também permitem ao designer se expressar artística e ideologicamente, expondo em alguns casos seus ideais e experimentações (MORETTO apud CONSOLO, 2009).



Figura 12 - Projeto gráfico voltado ao circuito cultural artístico, categoria Manifesto: Série Les Éphémères -Théâtre du Soleil, Sesc/SP, designer Rico Lins. Fonte: CONSOLO, 2009.

Segundo o curador desta categoria Paulo MORETTO, “[...] essa diversidade trazida pelo meio cultural (englobando o cinema, as artes visuais, a música, o teatro e as artes cênicas em geral) sempre foi campo fértil para a criação de cartazes” (in CONSOLO, 2009, p. 297). Não por acaso, a maioria de projetos voltados ao circuito cultural artístico também foi encontrada na categoria Manifesto, com 16 trabalhos entre os 23 participantes.

#### 4. Conclusão

Através desse levantamento detalhado, foi possível afirmar que existe uma notável participação de projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico no recorte observado. De um total de 282 projetos que compuseram a mostra e o catálogo da 9a Bienal Brasileira de Design Gráfico, cerca de 96 destes disseminavam algum tipo de conteúdo relacionado ao circuito cultural artístico, o que representa 34,04%, pouco mais de 1/3 do total de trabalhos expostos.

Considerando a subdivisão em nove categorias conceituais, em três delas, a participação dos projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico ficou acima das participações dos projetos selecionados que veicularam outros conteúdos. Foram elas: Design e Memória com 59,26%, Poéticas Visuais com 64,71% e Manifesto com 69,57% dos projetos gráficos voltados ao circuito cultural artístico, resultados destacados nos gráficos apresentados.

Nas demais categorias da mostra, a participação dos projetos de design gráfico voltados ao circuito cultural artístico ficou abaixo da média. As únicas categorias em que não foram encontrados projetos voltados ao circuito cultural artístico foram Design voltado a meio ambiente e sustentabilidade e Design e interfaces audiovisuais.

Nestas categorias em que foi observada maior quantidade de projetos participantes voltados ao circuito cultural artístico em detrimento de projetos voltados a outros conteúdos, foram encontrados alguns pontos em comum, como

na função de determinados projetos e nos tipos de clientes para o quais são destinados. Em Design e Memória, foi observado o predomínio de suportes relacionados a registros e memórias, como livros e catálogos, que estão tradicionalmente relacionados com aspectos históricos e culturais. Em Poéticas visuais, foi visto que mais da metade do total de projetos estão relacionados ao design editorial, como catálogos, coleções, livros e revistas.

Foram observados a participação notável de conjuntos de peças para eventos, prêmios e festivais que incluem caracteristicamente peças de linha editorial e cartazes em suas composições. Nestes casos, a maioria dos suportes encontrados podem estar relacionados diretamente a aspectos culturais de acordo com os clientes solicitantes e o foco dos projetos, como instituições de apoio a cultura e ensino, e é justamente com o foco nessa fronteira entre a arte e o design que a área iminentemente cultural figura. Em Manifesto, que é formada exclusivamente por cartazes, peças que também figuram como suporte de comunicação e registro, historicamente estão abertas às manifestações da expressão do designer e servem aos mais variados nichos de clientes, como os direcionados à cultura. Como visto, alguns suportes gráficos como os editoriais e os cartazes podem estar propícios a veicularem conteúdos voltados ao circuito cultural artístico, devido às funções tradicionalmente associadas a essas peças serem semelhantes aos recursos necessários ao design voltado à área cultural e artística.

Contudo, estas observações podem auxiliar na evidenciação de um nicho de atuação, dentro do design gráfico, voltado à disseminação de produtos do circuito cultural artístico, que se configura de maneira abrangente, permeando as mais distintas categorias conceituais propostas e seus respectivos curadores. Tal abrangência pode ser vista tanto na quantidade de projetos gráficos voltados à essa área, quanto na variedade das necessidades dos produtos culturais artísticos, e ainda, na ampla participação quantitativa que estes projetos tiveram frente à uma seleção e exposição como a 9ª Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG Brasil.

### Referências

CAMARGOS; SACHETTA (Org.). *O valor do Design*. São Paulo: Senac, 2004.

CONSOLO, Cecília (Org). *Anatomia do design. Uma análise do design gráfico brasileiro*. São Paulo: Blücher, 2009.

\_\_\_\_\_. Release - 9ª Bienal Brasileira de Design Gráfico, por ADG Brasil. In: *ADG Org.*, em 08/02/2009. Disponível em: <[http://www.adg.org.br/texto\\_bienal.php?id\\_noticia=735](http://www.adg.org.br/texto_bienal.php?id_noticia=735)>. Acesso em: 5 nov. 2011.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. Tradução Ana Regina Lessa; Heloísa Pezza Cintrão. 4. ed. São Paulo: USP, 2003.

DE LA ROSA UCHUARI, Jenny Margoth. *O Design Gráfico agente cultural na metrópole: estudo dos catálogos das Bienais de design gráfico promovi-*

das pela ADG. Dissertação (mestrado). Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro, São Paulo, Departamento de Design, 2010.

EAGLETON, Terry. *A ideia de cultura*. São Paulo: UNESP, 2005.

HOLLIS, Richard. *Design gráfico: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MIGLIARI, Mirella de Menezes. *Tipografia pós-moderna nas bienais da Associação dos Designers Gráficos: 1992-2009*. Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2010.

SAAVEDRA, Juan; Entrevistado: Cecilia Consolo, curadora geral da 9ª Bienal da ADG. *DesignBrasil.org*, em 23/04/2009. Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br/entrevista/cecilia-consolo>>. Acesso em: 10 set. 2011.

STOLARSKI, André. Imagens da 9ª Bienal Brasileira de Design Gráfico ADG Brasil no Museu Franz Mayer. Cidade do México: *Flickr*, 2009. Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/andrestolarski/sets/72157630004736554/>>. Acesso em: 3 jun. 2012.

\_\_\_\_\_. *Informações sobre a 9ª Bienal ADG Brasil*. Entrevista concedida. [mensagem pessoal] Recebida via e-mail em 1 jun. 2012.

### **Sobre a autora**

Jade Samara Piaia é mestra em Artes Visuais pela Unicamp, bacharel e licenciada em Artes Visuais pela PUC-Campinas. Atua na área de design gráfico e direção de arte há 10 anos. Docente em cursos de graduação, ministrante de oficinas e palestras relacionadas a design gráfico.

E.mail: [jadepiaia@gmail.com](mailto:jadepiaia@gmail.com)