

Da tipografia na era do livro à tipografia no unimédia

Alvaro Sousa

As alterações sofridas na tipografia decorrentes da sua adequação aos novos suportes e tecnologias, perseguindo a sua própria identidade, e o diagnóstico dos novos desafios e perspectivas de desenvolvimento para este campo, em constante mutação e evolução.

Os movimentos do pensamento filosófico contemporâneo, têm tradução visual em novos movimentos estilísticos de tipografia, variando no tempo de acordo com a geografia e a moda.

Um novo movimento de autofagia tipográfica, anuncia o fim da impressão pela boca do designer David Carson, que introduz a tendência de decepar membros, cortar apêndices, criando famílias de tipos mutilados e surpreendentes, no limite do inteligível ou do legível. A associação metafórica entre o exercício da tipografia mecânica, humanista e ordenada, do pensamento cartesiano, parece ser bombardeada pela desordem do pensamento relativista e caótico de uma tipografia transmídia, já não do produto impresso, mas do produto animado, projectado e virtual.

A tipografia está inexoravelmente dependente da escrita. O tipo, em último ou primeiro critério de análise, deverá transmitir claramente uma letra, e só depois pode servir outras opções de retórica. Aquilo a que assistimos hoje, com propostas como as de David Carson ou Neville Brody, não é à crise da tipografia mas à crise da escrita tradicional como assunção do hipertexto, ou melhor, a sua transição para outros meios de combinação da informação, regidos pela dinâmica, pela 'multisensorialidade'; ou pela extensão simulada do corpo, acesso a novos mundos virtuais.

O multimédia, ou unimédia como é preferido por Pierre Lévi, levanta questões que estarão muito além das convencionalmente tratadas a propósito dos interfaces digitais (reportando-se quase exclusivamente ao problema da interface visual através de ecrãs vídeo): de facto, se a tipografia trouxe ao mundo inteiro a consolidação e explosão técnica do hipertexto, como expressão da revolução histórica da escrita, é provável que os novos meios de comunicação de emersão hipermédia ganhem significado proporcional no futuro da humanidade. A escrita, aparece como tecnologia do pensamento; pela primeira vez, o homem aprende a agrupar analiticamente o pensamento tendo-se tornado a escrita imprescindível ao desenvolvimento da ciência e da comunicação do conhecimento científico.

Assim o unimédia dará acesso enquanto instrumento do conhecimento e comunicação do conhecimento a novos níveis, cujos limites serão ainda imperceptíveis.

Passar do perceber para o compreender, traduz um acréscimo de nível no conhecimento.

Perceber é tomar conhecimento por percepção, reconhecendo o objecto ao nível da lógica cognitiva mas não ultrapassando a barreira racional da sua denominação. Compreender, fica para além do perceber, ao tomar como seu, conhecer de facto, assumindo o objecto no tecido emocional dos seus afectos e das suas convicções.

Quando compreendemos, podemos explicar facilmente. Quando percebemos apenas, temos necessidade de recorrer à construção original do enunciado, para comunicar o objecto. Se penso

estou doente dos olhos como diz Alberto Caeiro, traduz esta necessidade de recorrer à actividade lógico-dedutiva, como meio para enunciar e operar relações, sempre que o fenómeno não é totalmente compreensível e por isso não é evidente.

Do mesmo modo que a escrita, com o contributo posterior da impressão, permitiu a acumulação de informação estruturada (ainda que com os custos e vantagens relativas ao interface alfabético, artificial e de complexa aprendizagem), de que resulta o nosso entendimento básico sobre o significado de conhecimento, também a aplicação do unimédia poderá contribuir pela sua especificidade multimodal interactiva (já não apenas de hipertexto – como novo sistema para ampliar a memória ou facilitar o pensamento associativo, indiciático) para oferecer, pelo novo interface mais qualificado, novos padrões de comunicação e conhecimento.

Em vez de lermos com os olhos e com o cérebro, podemos mergulhar em realidades virtualmente produzidas de representação global – pela qualidade de simulação, sermos transportados para o fenómeno, podendo reagir nesse contexto como numa hiperexistência artificial.

Dada a natureza dos novos modelos de interface, e enquanto meios instrumentais para a inteligência (Pierre Lévi), o benefício relativamente aos anteriores sistemas, traduz-se num maior poder de contextualização e na produção de novas relações intelectuais supra-dedutivas. O texto, como expressão do pensamento cartesiano, embora tenda a ganhar um protagonismo ilustrativo (suprafuncional) tenderá a ser substituído por outros artefactos de formulação da comunicação do conhecimento como, por exemplo, a palavra dita pela voz humana (sintetizada) ou reconhecida pelo computador.

Os recentes exemplos da nova vaga tipográfica de autores, mais empenhados nas suas retóricas decorativas do que com a legibilidade das palavras, parece mais próxima do exercício de ilustração do que da tipografia. A assunção de que “a forma é conteúdo de verdade”, parece sobrepor-se à função literal do texto. Aliás, sempre que um texto tem um significado imprescindível, como o texto científico ou literário, os editores preferem ainda, no início do século XXI, recorrer às famílias (tidas como) convencionais e fora de moda: Helvética, Times, Garamond, entre outras e quando desejam acentuar a inovação lá chegam à Frutiger ou Gill Sans.

A necessidade de atribuir significado à imagem do tipo, tem-lhe retirado valor de uso. Factos como a substituição da marca composta (símbolo +

logotipo) unicamente pelo símbolo, na identificação da Shell, nos postos de abastecimento instalados nos países árabes, e da Nike, nos mais variados equipamentos desportivos e publicidade, poderá ser tomado como previsão de um desinteresse crescente pela tipografia enquanto palavra escrita.

Os modelos unimédia de comunicação, seguramente mais envolventes e menos reflexivos, são acusados (desde Mac Luhan pela caracterização dos meios quentes) de se revelarem mais aptos à demagogia e à persuasão. A conformação social, pela progressiva massificação no mercado sujeitado, não é bom agouro para o século XXI. Depois da colonização do mundo pela cristandade, muito facilitada pela difusão da Bíblia sobre a forma de compilação tipográfica do texto em livro, assiste-se agora à ‘clonagem’ da sociedade, pela clonagem de marcas comerciais como a Nike ou a Calvin Klein.

A tipografia parece estar a morrer, perdendo protagonismo na era do unimédia.

Fenómenos contemporaneamente correntes no âmbito da música, como o aparecimento de um novo género artístico desenvolvido por colagem de fragmentos musicais e a sua integração transformada num novo fluxo como trabalho de autor (o autor ‘disco-jockey’ que opera sobre a obra de outros autores, misturando-as), tem aparecido nas artes gráficas de revistas como a RayGun ou em qualquer ‘site’ da Internet editados pela ‘Tomato’. A tipografia na pós-modernidade digital unimédia, tem evoluído explosivamente, quer interpretando enfaticamente os novos meios tecnológicos, quer revelando novas assunções de autoria por mixigenagem global como expressão antecipadora do conceito de inteligência conectiva tão cara a Derrick Kerckhove.

Embora tenhamos presente, subconscientemente, a memória que associa tipografia ao texto do discurso escrito, ‘passado a limpo’, pensado, ponderado, revisto e publicado, confrontamo-nos, hoje, com uma tipografia mais próxima do dadaísmo ou do futurismo, que se exprime ‘musicalmente’, que se afirma pela incoerência e pela mistura das novas biologies transgénicas, que ganha movimento cinético, som e comportamentos com vida própria.

Esta nova tipografia se por um lado evoluiu suprafuncional e retoricamente, também tem sido solicitada pela menor expressão formal, como índice de ‘site’ ou mapa de navegação na net.

Paradoxalmente, se explodiu em formas e narrativas poéticas multimédia, é mais do que nunca requisitada na web, na sua expressão mais singela, de tipo inexpressivo, em motores de

busca ou em mapeamentos de representação da estrutura orgânica de sites visitados.

Regista-se como conclusão provisória (todas as conclusões são provisórias) que a tipografia como contribuinte de exponencial importância para a difusão da escrita e evolução do pensamento, sofreu ao longo dos seus curtos 550 anos uma verdadeira revolução dirigida quer pela tecnologia, quer pela poética, respondendo progressivamente às necessidades da sociedade até ao paradoxal estado da antitipografia proclamada pelas novas vagas do design californiano. No entanto, e se por

um lado parece perder protagonismo quando solicitada hoje pelo multimédia, dada a sua natureza muda (composta por módulos contentores de sons que disciplinadamente traduzem palavras e evocam conceitos), parecendo obsoletizada pela oferta de novas escritas mais analógicas e conseqüentemente mais universais, por outro, a sua singeleza operativa de código sintético, constitui o atributo singular que justifica a sua requisição incondicional para a construção de uma ordem mínima para a navegação no caótico sistema da mundialização virtual unimédia.