

## DO APARECIMENTO DA ESCRITA À TIPOGRAFIA NA ERA DO UNIMÉDIA<sup>1</sup>

Álvaro Sousa

*Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro*

**Abstract:** Usando como suporte visual a metáfora da Criação (do Livro do Génesis), esta comunicação pretende apresentar os resultados da pesquisa efectuada sobre a evolução histórica da escrita até à tipografia digital inserida num universo multimédia. A longa evolução do desenho dos caracteres e a forma como se adaptaram às tecnologias disponíveis e, alternativamente, se desenvolveram conceptualmente sobrepondo, pela resposta ao programa, os constrangimentos da tecnologia, induzindo a sua evolução técnica, em contraste com o paradoxal estado da “antitipografia” proclamada por muitos designers dos em voga finais do século XX. No campo do multimédia, aflorar-se-ão as alterações sofridas na tipografia decorrentes da sua adequação aos novos suportes e tecnologias, na perseguição de uma identidade própria, assim como se tentarão destrinçar os novos desafios e perspectivas de desenvolvimento para este campo, em constante mutação e evolução.

**Keywords:** Escrita, Tipografia, Tipografia digital, História, Pós-modernidade, Unimédia, Multimédia.

### 1. TIPOGRAFIA NA ERA DO UNIMÉDIA

#### 1.1 Introdução.

O longo e lento processo de desenvolvimento que a escrita (como desenho) sofreu, desde o seu aparecimento até aos dias de hoje, foi pontuado por alguns grandes saltos motivados pelo desenvolvimento do código de suporte e/ou pela evolução da tecnologia disponível. A divisão temporal poderia ser em feita cinco, dez, vinte ou trinta partes, mas, e atendendo à analogia que poderia ser feita com o Livro do Génesis (primeiro do Livro dos livros), é assumida em sete grandes blocos: os sete dias da criação. A evolução do desenho dos caracteres e a forma como se adaptaram às tecnologias disponíveis e, alternativamente, se desenvolveram conceptualmente sobrepondo, pela resposta ao programa, os constrangimentos da tecnologia, induzindo a sua evolução técnica.

Se, com a introdução da tipografia por Gutenberg, o volume de documentos escritos cresceu de forma exponencial, o que poderemos dizer quando da revolução industrial? Mas, na verdade, a escrita não se alterou no que continha de essencial. Pequenas alterações de forma foram sentidas, mas nenhuma alterou ou questionou os princípios desenvolvidos ao longo

da história. O mesmo já não se pode dizer da tipografia do final do século XX: esta foi muitas vezes utilizada como suporte de novas escritas de pendor mais formalista, efémero e ilustrativo, baseadas no deslumbramento provocado pelas mais recentes novidades tecnológicas. Nunca tanta tipografia tinha sido produzida em pouco tempo por tantos indivíduos.

Num postal de promoção de uma nova fonte publicado em 1996 (FF Schmalhans, de Hans Reichel), pode-se ler, quase em forma de manifesto, a seguinte afirmação: ‘*esta é, de todas as fontes feitas, até agora, no universo, a número 3 285 467*’ (BLACKWELL, 1998). De seguida assegura-se que o universo pode assumir até quatro milhões de fontes e, por isso, ainda há espaço para mais uma. Se é evidente o exagero do primeiro número, não é menos flagrante a subestimação do limite máximo, tendo em conta a infinita variedade de fontes com que nos podemos deparar hoje em dia.

#### 1.1 Tipografia versus unimédia.

Todos os movimentos do pensamento filosófico contemporâneo, tiveram e têm tradução visual em movimentos estilísticos do design gráfico (acentuada na vertente específica do uso da tipografia), variando no tempo de acordo com a geografia e a moda.

Nos anos 90, um movimento de autofagia tipográfica, anunciava o fim da impressão pela boca do designer David Carson, que introduziu a tendência de decepar membros, cortar apêndices, criando famílias de tipos mutilados e surpreendentes, no limite do inteligível

<sup>1</sup>LÉVY, Pierre (1997) *Cibercultura*, pág. 68, Instituto Piaget, Lisboa.

ou do legível. A associação metafórica entre o exercício da tipografia mecânica, humanista e ordenada, do pensamento cartesiano, parecia ser bombardeada pela desordem do pensamento relativista e caótico de uma tipografia transmédia, já não do produto impresso, mas do produto animado, projectado e virtual.

A tipografia esteve sempre dependente da escrita. O tipo, em último ou primeiro critério de análise, transmitia claramente uma letra, e só depois poderia servir outras opções de retórica. Aquilo a que assistimos nos anos 90 (e ainda hoje é objecto de culto por parte não só dos novos designers mas também de um público ávido da novidade, da diferenciação e do efémero), com propostas como as de David Carson ou Neville Brody, não é tanto 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 e pelo acesso a novos mundos virtuais.

O multimédia, ou unimédia como é proposto 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 nos principais suportes de comunicação da actualidade – o ecrã dos computadores): 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, apareceu como tecnologia do pensamento; pela primeira vez, o homem aprendeu 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.

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, a aplicação do unimédia poderá vir a 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 e mais complexos 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) poderá vir 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.

### *1.2 Nova era, novas escritas.*

Os exemplos das novas vagas tipográficas de autor, onde os designers estão mais empenhados nas suas retóricas decorativas do que com a legibilidade das palavras, parecem mais próximo 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: Helvetica, Times, Garamond, entre outras e quando desejam acentuar a inovação lá chegam à Frutiger ou GillSans.

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. A concha e a asa passaram assim a ser mais do que um símbolo. Assumem-se como novos tipos universais onde é possível ler muito mais do que a marca que representam, remetendo de alguma forma para os caracteres chineses, em que estes representam palavras ou conceitos. Só que neste caso são marcas que representam não apenas um determinado produto mas uma nova forma de ser.

Depois da eficaz colonização do mundo ocidental 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 grandes marcas comerciais como a "Nike" ou a "Calvin Klein".

Assim sendo, e à medida que a era do unimédia se vai cada vez mais afirmando, a tipografia parece ser remetida para uma morte lenta e indolor, tanto pela perda do factor novidade como pela própria perda de protagonismo.

### *1.3 Reposicionamento da tipografia no novo contexto.*

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 desenhado 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, revisito 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 transgênicas, 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 mapea-

mentos de representação da estrutura orgânica de sites visitados.

#### 1.4 Conclusão.

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 tipográfico associadas ao surgimento dos computadores pessoais. 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.

#### REFERENCES

- BLACKWELL, Lewis (1998), *20th century type. Remix*, pág. 144, Laurence King Publishing, Londres