

cação visual: uma aproximação entre Panofsky e métodos de projeto em design

Design and visual communication: a rapprochement between Panofsky and methods of project design

Alessandra, V. D. Ley; Maria Eduarda R. A. Soares, Rúbia Melo, Danielly A. Lopes

design, método, iconografia e iconologia

A linguagem visual é uma das formas de comunicação mais usadas na contemporaneidade. Investigar o processo de formação de significado a partir dessas composições gráficas tem sido objeto de estudo das mais diversas áreas ao longo do tempo, inclusive contribuindo para o desenvolvimento de um design cada vez mais eficiente e assertivo. Dentro do campo da linguagem visual e do design gráfico, entendemos que a imagem é um dos componentes fundamentais do trabalho do designer da informação e como tal, precisa ser cuidadosamente analisada e compreendida pelo projetista. Sendo assim, buscamos no presente trabalho, estabelecer conexões entre os conceitos de "iconografia" e "iconologia" propostos pelo historiador da arte Erwin Panofsky (2011) em sua obra *Significado nas Artes Visuais* e um possível uso desses conceitos junto ao design.

design, method, iconography and iconology

*The visual language is one of the most widely used forms of communication in contemporary times. Investigate the process of formation of meaning from these graphic compositions has been the subject of study of many areas over time, including contributing to the development of increasingly efficient design and assertive. Within the field of visual language and graphic design, we understand that the image is one of the fundamental components of information designer and therefore, need to be carefully analysed and understood by the designer. Therefore, we seek in this work, establish connections between the concepts of "iconography" and "iconology" proposed by the art historian Erwin Panofsky (2011) in your work *Meaning in the Visual Arts* and a possible use of these concepts by the design.*

1. Introdução

A linguagem visual é uma forma de comunicação muito importante para o ser humano. Através dela somos capazes de sintetizar informações e assim, receber e transmitir mensagens em diversos tipos de suporte, podendo dessa maneira atingir os mais diversos públicos e disseminar conteúdos de forma mais rápida e abrangente. Contemporaneamente, podemos perceber que somos colocados em contato com uma quantidade muito grande de imagens e construções gráficas que ora esperam do espectador uma visão passiva, que assimile um conteúdo, ora pretende que esse espectador reaja e assim, interaja com a peça gráfica visualizada.

Se por um lado o receptor precisou se adequar, por outro lado, aquele que emite a mensagem precisa lidar com destinatários que também buscam agilidade e qualidade nessas novas informações e com a segmentação desses públicos diversos a quem a mensagem da composição pretende atingir. Ao resgatarmos Twemlow (2007), quando a mesma diz que 'Os princípios fundamentais do design de informação é construir um corpo de dados complexos comprehensíveis e imediatamente acessíveis a suas audiências.' (Twemlow, 2007:106), vemos que o designer pode assumir, nesse fluxo de produções, o papel de gestor dessas variáveis interpretativas presentes nas imagens.

Neste artigo resgatamos parte do trabalho de Panofsky (2001) e traçamos algumas considerações sobre uma aproximação entre o design e os conceitos de "iconografia" e "iconologia" do autor supracitado. Para subsidiarmos essas considerações, trazemos agora um breve exame sobre a relação do design com a cultura e a percepção.

Percepção

O homem desde sua origem interage com a natureza, e este por sua vez como ser biologicamente adaptável, utiliza dos elementos que lhes são promovidos, transformando-os e incorporando-os ao seu meio de viver. Forma-se uma teia de costumes e acepções a que podemos chamar de cultura. Diversos conceitos e definições foram desenvolvidos por pesquisadores referentes ao termo. Porém, as diversas visões sobre cultura associam-se quando consideram que a mesma compreende tanto os elementos materiais quanto os imateriais. Do ponto de vista de Denis (1998) o termo de cultura material é referente ao que se é produzido pela sociedade possibilitando ‘uma maneira de entender melhor os artefatos que produzimos e consumimos, bem como a maneira com que estes se encaixam em sistemas simbólicos e ideológicos mais amplos’ (Denis, 1998: 19-20).

O estudo de uma cultura não se resume ao que se foi produzido, ou seja, os materiais em sua forma concreta, mas tudo o que subsidiou tanto na síntese feita a partir de vários elementos quanto na origem da criação do material produzido. Desse ponto, o design sendo um veículo de comunicação, projeta em todo um contexto, os elementos representativos de uma cultura. Segundo Denis (1998) o design visa ‘a objetivação no seu sentido estrito, ou seja, dar existência concreta e autônoma a ideias abstratas e subjetivas’ (Denis, 1998: 19). Dessa forma, o designer surge como sujeito e objeto que comunicará o que o cliente e o usuário necessitam. Um design gráfico por sua vez, buscará por um contexto simbólico através de outras fontes de análise para reforçar os simbolismos que deseja passar.

Ou seja, o designer desempenha um papel de mediador entre o objeto e o usuário e precisa compreender as relações simbólicas contidas ali. Assim, após essa relação de design-cultura-percepção, observa-se que algumas áreas se dedicam a examinar os aspectos subjetivos e outras tentam tornar o subjetivo, objetivo e que Panofsky, ao tentar compreender o significado nas artes visuais, proporciona a partir de sua obra, uma possibilidade de abordagem.

3 Iconografia e Iconologia

Trazendo do campo de estudos das artes visuais, temos a construção de um método para enfrentar a questão da atribuição de significado nesse campo construído por Panofsky em meados do século XX. Panofsky foi um historiador da arte que utilizou em sua obra, *Significado nas Artes Visuais*, um método de análise de imagens, mais especificamente das obras de artes, onde buscava compreender como eram atribuídos significados as formas, cores, texturas presentes nas obras. Ou seja, como o visual se tornava simbólico, se tornando portador de um significado.

Para o autor “perceber a relação de significação é separar a ideia do conceito a ser expresso, dos meios de expressão. E perceber a relação de construção, é separar a ideia da função a ser cumprida dos meios de cumprí-la” (Panofsky, 2001: 24). Seguindo esse pensamento o autor nos apresenta dois conceitos que, quando apropriados pelo design, nos permitem replicar sua contribuição feita no campo das artes visuais, para o campo do design, sobretudo do design da informação. São eles os conceitos de “iconografia” e “iconologia”.

As Diferenças entre Iconografia e Iconologia

Para destrinchar o processo de formação de significação em uma obra de arte, Panofsky foi estruturando um método onde tenta compreender o processo cognitivo percorrido pelo observador, para que entenda a mensagem contida na obra e expressa apenas pelos elementos visuais dessa obra. Seu objetivo era tentar entender como linhas, cores e texturas eram reconhecidas de maneira fatual e como, partindo delas, entendia-se isso ou aquilo da obra em questão.

O autor esquematiza sua análise em três níveis. O primeiro, que chama pré-iconográfico, estaria na esfera do reconhecimento. O observador reconhece naquele conjunto de elementos compositivos um elemento algo do mundo natural e associa a ele uma expressividade, também reconhecida por sua experiência. Esse nível, chamado de natural pelo autor, está intimamente ligado com a percepção dos elementos compositivos e a vinculação desse conjunto de elementos com algo pertencente ao mundo cotidiano do observado.

Continuando na busca pela compreensão da obra e seus significados seríamos levados a um segundo nível. A iconografia nasce quando superamos a significação natural e adicionamos àquelas representações, alegorias e histórias que mudam esse significado natural, agregando a ele aspectos que são específicos de uma cultura, de um recorte temporal onde o observador está inscrito. O autor identifica ainda um nível mais profundo de significação, onde reside o que ele chama de conteúdo ou significado intrínseco.

Nesse terceiro nível a expectativa é de aprofundar mais ainda o reconhecimento de traços culturais, indo para além da análise promovida pela iconografia, chegando a uma síntese dos conteúdos intrínsecos já examinados. Segundo Panofsky (2011)

Iconologia, portanto, é um método de interpretação que advém da síntese mais que da análise. E assim como a exata identificação dos motivos é o requisito básico de uma correta análise iconográfica, também a exata análise das imagens, estórias e alegorias é o requisito essencial para uma correta interpretação iconológica (Panofsky, 2001: 50-51)

Reforçamos que toda essa construção se opera no observador, no sujeito “exposto” ao conjunto compositivo. É ele, o usuário do sistema, capaz de atribuir certo significado, um significado que está intimamente ligado ao seu repertório, sua bagagem cultural e suas possibilidades perceptivas. A figura 1, a seguir, traz um esquema gráfico que sintetizaria essa estrutura.

Figura 1: Processo de formação de significação segundo Panofsky. Fonte: autoral.



A formação dessa teia interpretativa não é muito distante do que temos no design. Assim como o observador da obra de arte é quem possui os meios para interpretar a obra, nosso público-alvo em um projeto é quem detém o repertório necessário para captar aquilo que foi proposto pelo sistema projetado. O que é preciso aqui é inverter o processo para nos aproximarmos de um uso desses conceitos e métodos advindos do campo da história da arte no campo do design.

4 Design, iconografia e iconologia: algumas considerações

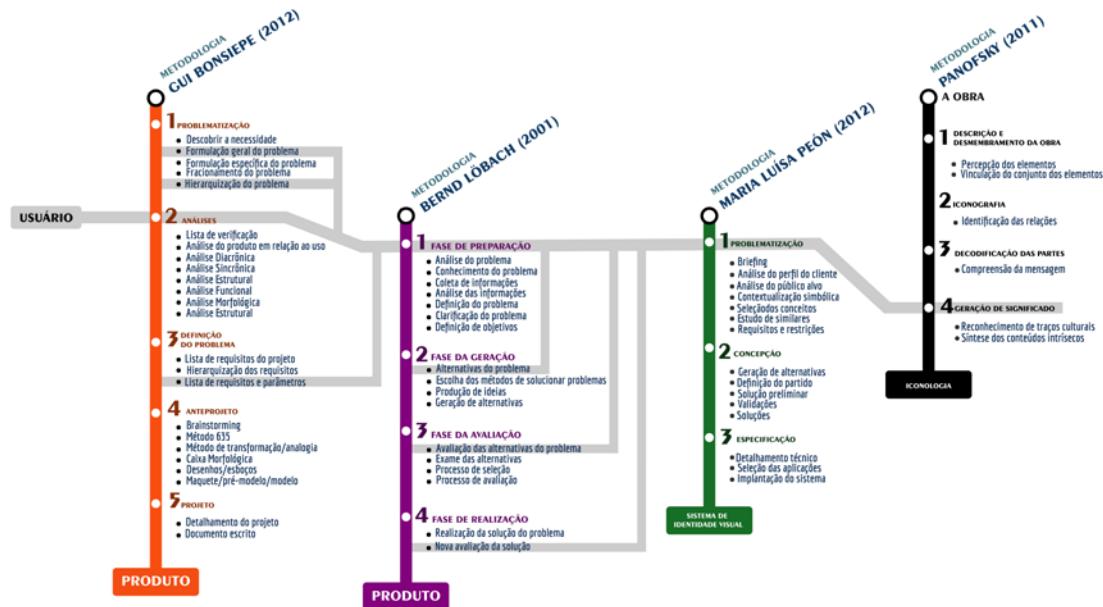
Entendendo método de design como um conjunto de procedimentos organizados que buscam atingir um objetivo de projeto, vemos que é possível identificar diferentes propostas de organização acerca do processo projetual. Segundo Bonsiepe (2012), o processo metodológico no design estrutura a atividade projetual. O autor pontua que:

As reflexões acerca do processo projetual constituem uma operação estruturalista que visa montar o esqueleto da atividade projetual. Em termos gerais, trata-se de uma construção estruturalista, conjugando-se componentes analíticos com os componentes normativos. Partem da hipótese de que a atividade projetual de diversas disciplinas possui uma estrutura em comum, independente do conteúdo das tarefas projetuais (Bonsiepe, 2012: 92)

No geral, embora se organizem de formas distintas, é possível identificarmos nas propostas metodológicas adotadas em projetos de design uma organização composta por cinco macro fases, via de regra. O usual é que essas metodologias se organizem em torno de (a) diagnosticar a necessidade do projeto, (b) analisar os dados obtidos (c) gerar alternativas (d) avaliar as soluções geradas e por fim (e) detalhar a solução final.

Autores diferentes propõem o exame do usuário/público-alvo em momentos e perspectivas diferentes (Figura 2), mas entender esses usuários é parte fundamental do processo de projeto para o designer. O designer, assim, precisa estar atento ao público-alvo, pois é do repertório do público que depende a apreensão do significado pretendido. Sendo o design e as artes visuais tão próximos, podemos afirmar que fazer uso do método de análise proposto por Panofsky agregará ao processo projetual mais um elemento na compreensão desse usuário e de seu contexto, desde que feita as devidas adaptações.

Figura 2: Esquema Gráfico localizando o usuário nas Metodologias Projetuais de Design e em Panofsky (2001). Fonte autoral



Enquanto Panofsky vai da materialidade da obra em busca do significado, o designer parte de um conjunto de significações que ele busca atingir e, para isso, constrói uma série de alegorias gráficas que garantam que esse conjunto chegue o mais intacto possível ao seu público, permitindo que o design se alimente dos dois lados dessa relação. Assim, ao percebermos que os métodos de design sempre examinam seu público-alvo, concluímos que o conteúdo desenvolvido no âmbito da área das Artes pode e deve ser incorporado entre as ferramentas e métodos de projeto de design.

Referências

BONSIEPE, G. 2012. *Design como prática de projeto*. São Paulo: Blucher.

DENIS, R. C. 1998. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. In: *Revista Arcos. Design, cultura material e visualidade*, Rio de Janeiro, v. 1, número único, p. 1439.

PANOFSKY, E. 2011. *Significado nas artes visuais*. 3º ed. São Paulo: Perspectiva.

TWEMLOW, A. 2007. *Para que serve o design gráfico?* São Paulo: Gustavo Gili.

Sobre os autores

Alessandra Van Der Ley, graduanda, UFAL, Brazil <alessandravanderley@gmail.com>
 Maria Eduarda Ramos A. Soares, graduanda, UFAL, Brazil <dudaramos.a@hotmail.com>
 Rúbia Melo, graduanda, UFAL, Brazil <rubiamell@gmail.com>
 Danielly Amatte Lopes, Drª, UFAL, Brazil <Danielly.lopes@fau.ufal.br>