

## Análise e interpretação da ideia de vazio materializada no design visual do Estilo Tipográfico Internacional e no design de produto da firma alemã Braun, do ponto de vista do conceito de “ma” da cultura tradicional japonesa

**Laura Ueta Bellesa, Luís Cláudio Portugal do Nascimento**

lau.bellesa@usp.br

lattes <http://lattes.cnpq.br/1776145604113459> orcid <https://orcid.org/0000-0003-1053-6098>

claudioportugal@usp.br

lattes <http://lattes.cnpq.br/2797773827825547> orcid <https://orcid.org/0000-0003-4586-1747>

**Conceito de “ma” da cultura japonesa, vazio no design, linguagem e estética do design, Estilo Tipográfico Internacional, design de produto da Braun**

Esta pesquisa de mestrado buscou identificar ocorrências do conceito de “vazio”, tal como associado à ideia de “ma” da cultura japonesa, em projetos de design visual do chamado Estilo Tipográfico Internacional, desenvolvidos na Suíça nos anos 1950 e 1960, e em projetos de design de produto da firma alemã Braun do mesmo período. O método de investigação, em sua fase inicial, encarregou-se da caracterização da natureza de “ma” na cultura tradicional japonesa, visando a elaboração de um modelo conceitual para identificação, já em uma segunda etapa, de ocorrências análogas de manifestações da mesma ideia de “vazio” no Estilo Tipográfico Internacional e no chamado “estilo Braun”. As técnicas de coleta de dados consistiram de revisão da literatura, observações e buscas adicionais na internet por elementos visuais de projetos clássicos de design, enquanto que a técnica de tratamento apoiou-se na análise associativa de dados. O conceito japonês “ma”, comumente traduzido por “vazio”, seria um “intervalo espaço-tempo disponível” (Okano, 2012) para eventuais ocorrências não prefiguráveis. É uma noção básica do pensamento japonês, pois valoriza a união humano-ambiente e manifesta-se na cultura tradicional, sobretudo, nos campos da literatura clássica, do artesanato, das artes visuais e da arquitetura. Como resultado da pesquisa, realizou-se o cotejamento de componentes da noção japonesa de “ma” com elementos identificados do Estilo Tipográfico Internacional e da firma Braun, permitindo vislumbrar certo nú-

Nível de pesquisa  
**Mestrado**  
Linha de Pesquisa  
**Teoria e História  
do Design**

### BELLESA, L. U.

Mestre pela Faculdade de Arquitetura, Urbanismo e Design da Universidade de São Paulo (2023). Graduada em design pela Faculdade de Arquitetura, Urbanismo e Design da Universidade de São Paulo (2018).

### NASCIMENTO, L. C. P.

Professor da Faculdade de Arquitetura, Urbanismo e Design da Universidade de São Paulo. Possui doutorado em ensino de artes pela New York University (1997), mestrado pela École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers, Paris, (1987) e bacharelado em desenho industrial e comunicação visual pela Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (1983).

mero de paralelos e manifestações do conceito estudado de “vazio” japonês nos dois estilos, como, por exemplo, nos ensinamentos do designer suíço Emil Ruder, que defendia protagonismo de áreas vazias em peças gráficas para equilibrar forma e contraforma na tipografia, e em um dos princípios de bom design de Dieter Rams quanto a deixar espaço para autoexpressão dos usuários, fenômeno observável, por exemplo, em seu projeto clássico de rádio e toca-discos SK 4. Para análises formais de projetos clássicos de design, utilizou-se, como referência, a sintaxe da linguagem visual de Donis A. Dondis (2015 [1973]), cujos pares de conceitos opostos auxiliam tanto na composição quanto na leitura de imagens. Assim, criou-se uma escala de diferencial semântico composta por ideias simétricas que evidenciariam a noção de intervalo espaço-tempo disponível (tais como: economia de elementos, horizontalidade ou concavidade, prevalência de cores branca ou preta, transparência ou perfurações em superfícies). A partir da interpretação das respostas obtidas, concluiu-se que o vazio do tipo “ma” manifestou-se de formas diferentes nas tendências de design estudadas. No Estilo Tipográfico Internacional, do ponto de vista do equilíbrio yin-yang, o “ma” enfatizou sua presença na tensão cheio-vazio, tornando este contraste mais evidente no design visual. Já no chamado “estilo Braun”, do ponto de vista da neutralidade valorizada no zen-budismo, o “ma” permaneceu menos evidenciado, deixando de ofuscar aspectos de funcionalidade do design dos produtos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DONDIS, D. A. (2015). *Sintaxe da linguagem visual* (3ª ed.). Tradução de Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes.

OKANO, M. (2012). *Ma: entre espaço da arte e comunicação no Japão*. São Paulo: Estação Liberdade.

RUDER, E. (1996). *Typography* (6ª ed.). Sulgen (Suíça): Niggli.

UEKI-POLET, K.; KLEMP, K. (ed.). (2009). *Less and more: the design ethos of Dieter Rams*. Berlim: Gestalten.

## Analysis and interpretation of the idea of emptiness materialized in the visual design of the International Typographic Style and in the product design of the German firm Braun, from the point of view of the concept of “ma” in traditional Japanese culture

**Laura Ueta Bellesa, Luís Cláudio Portugal do Nascimento**

lau.bellesa@usp.br

lattes <http://lattes.cnpq.br/1776145604113459> orcid <https://orcid.org/0000-0003-1053-6098>

claudioportugal@usp.br

lattes <http://lattes.cnpq.br/2797773827825547> orcid <https://orcid.org/0000-0003-4586-1747>

**Concept of “ma” from Japanese culture, emptiness in design, design language and aesthetics, International Typographic Style, Braun product design**

**T**his master's research sought to identify occurrences of the concept of “emptiness”, as associated with the idea of “ma” in Japanese culture, in visual design projects of the so-called International Typographic Style, developed in Switzerland in the 1950s and 1960s, and in projects of product design by the German firm Braun from the same period. The research method, in its initial phase, was responsible for characterizing the nature of “ma” in traditional Japanese culture, aiming to develop a conceptual model for identifying, in a second stage, similar occurrences of manifestations of the same idea of “empty” in the International Typographic Style and in the so-called “Braun style”. Data collection techniques consisted of literature review, observations and additional searches on the internet for visual elements of classic design projects, while the treatment technique was based on associative data analysis. The Japanese concept “ma”, commonly translated as “emptiness”, would be an “available space-time interval” (Okano, 2012) for eventual non-prefigurable occurrences. It is a basic notion of Japanese thought, as it values human-environment union and manifests itself in traditional culture, especially in the fields of classical literature, crafts, visual arts and architecture. As a result of the research, components of the Japanese notion of “ma” were compared with identified

Research level

**Master**

Line of Research

**Design Theory  
and History**

## BELLESA, L. U.

Master from the Faculdade de Arquitetura, Urbanismo e Design at the Universidade de São Paulo (2023). Graduated in design from the Faculdade de Arquitetura, Urbanismo e Design at the Universidade de São Paulo (2018).

## NASCIMENTO, L. C. P.

Professor at the Faculdade de Arquitetura, Urbanismo e Design at the Universidade de São Paulo. He holds a Ph.D. in art education from New York University (1997), a master's degree from the École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers, Paris, (1987) and a bachelor's degree in graphic and industrial design from the Escola Superior de Desenho Industrial at the Universidade do Estado do Rio de Janeiro (1983).

*elements of the International Typographic Style and the Braun firm, allowing us to glimpse a certain number of parallels and manifestations of the studied concept of Japanese “emptiness” in both styles, as, for example, in the teachings of Swiss designer Emil Ruder, who defended the protagonism of empty areas in graphic pieces to balance form and counterform in typography, and in one of Dieter Rams’ principles of good design regarding leaving space for users’ self-expression, a phenomenon observable, for example, in his classic radio and record player SK 4 project. For formal analyzes of classic design projects, the syntax of the visual language of Donis A. Dondis (2015 [1973]) was used as a reference, whose pairs of opposing concepts help both in the composition and reading of images. Thus, a semantic differential scale was created composed of symmetrical ideas that would highlight the notion of available space-time interval (such as: economy of elements, horizontality or concavity, prevalence of white or black colors, transparency or perforations on surfaces). From the interpretation of the responses obtained, it was concluded that the “ma” emptiness manifested itself in different ways in the design trends studied. In the International Typographic Style, from the point of view of the yin-yang balance, the “ma” emphasized its presence in the full-empty tension, making this contrast more evident in the visual design. In the so-called “Braun style”, from the point of view of the neutrality valued in Zen Buddhism, the “ma” remained less evident, no longer overshadowing functional aspects of the product design.*

## REFERENCES

- DONDIS, D. A. (2015). *Sintaxe da linguagem visual* (3ª ed.). Tradução de Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes.
- OKANO, M. (2012). *Ma: entre espaço da arte e comunicação no Japão*. São Paulo: Estação Liberdade.
- RUDER, E. (1996). *Typography* (6ª ed.). Sulgen (Suíça): Niggli.
- UEKI-POLET, K.; KLEMP, K. (ed.). (2009). *Less and more: the design ethos of Dieter Rams*. Berlim: Gestalten.