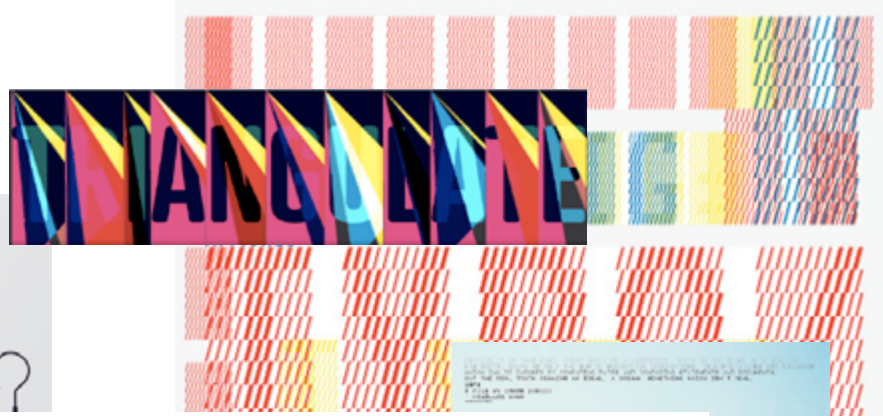


DCIV — EX01

Fbault • 2º semestre 2018/19
Pedro Almeida • Suzana Parreira • Luísa Ribas
<http://dc3e4em1819.wordpress.com/>



MANIFESTOS

*identidade e expressão tipográfica
espaço, estrutura, sequência, contraste, forma e contraforma*



[MOTE TEMÁTICO]

A manifesto is a text with political consequences; it seizes power, but cannot be about power alone. One reason is that a manifesto's writers have usually not yet acquired much power; another reason is that as a carrier of peaceful political violence, a manifesto depends as much on poetry and song as it depends on argument. Formal issues are integral to the aesthetic event that is a manifesto. Because the manifesto's aim is to interrupt, not to affirm, its mode of speech must differ from common speech, to the extent that it allows for new words, new terms and analogies, to render the established ones obsolete.

Metahaven, "Before A Manifesto" (2008)

[MOTE OPERATIVO]

The substance of typography lies not in the alphabet per se—the generic forms of characters and their conventionalized uses—but rather in the visual framework and specific graphic forms which materialize the system of writing. Design and typography work at the edges of writing, determining the shape and style of letters, the spaces between them, and their positions on the page. [...]

A study of typography and writing informed by deconstruction would examine structures that dramatize the intrusion of visual form into verbal content, the invasion of “ideas” by graphic marks, gaps, and differences. [...]

Spacing, framing, punctuation, type style, layout, and other nonphonetic marks of difference constitute the material interface of writing.

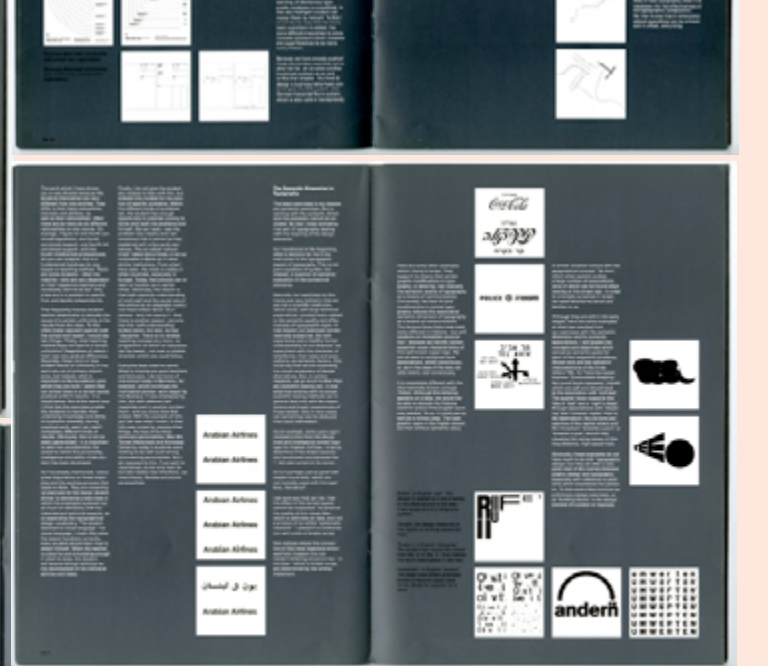
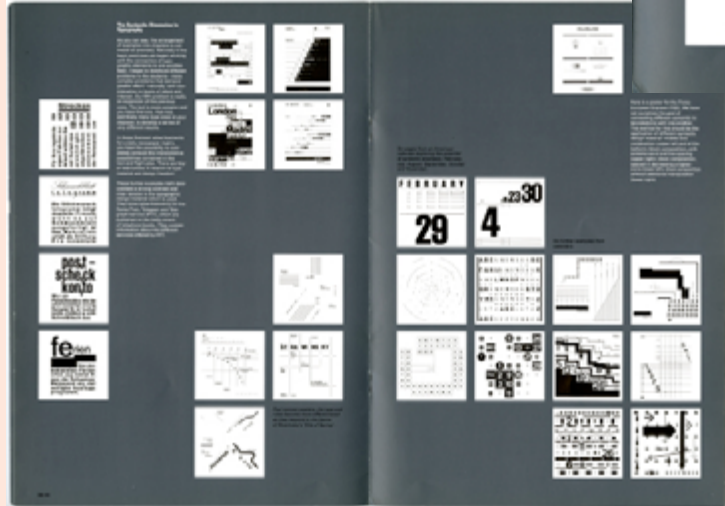
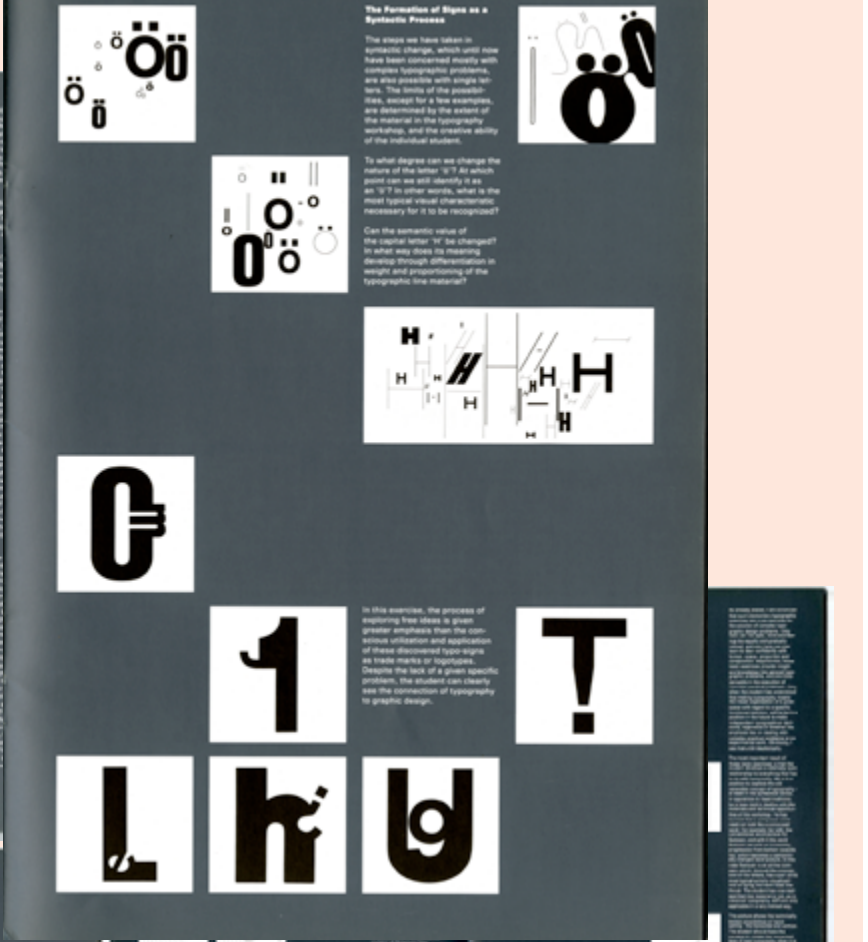
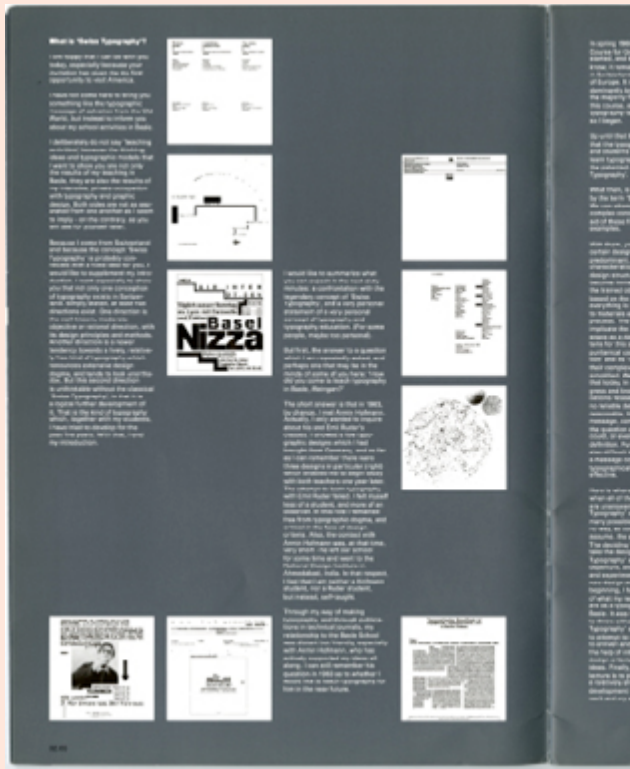
Ellen Lupton (1996).

Strictly speaking, typography involves the use of repeatable, standardized letterforms (known as fonts), while lettering consists of custom alphabets, usually employed for headlines, logotypes, and posters rather than for running text [...]

In this new intoxicating era of instant alphabetic gratification, designers could not only buy, borrow, and steal digital fonts but could crack them open, violating the original designs to create alternate characters and even whole typefaces. Designers stirred up the historic confusion between lettering and type in new ways by altering the outlines of existing characters. [...]

Where is typographic man headed as he rides off with his serfs and spurs into the digitally remastered sunset?

Ellen Lupton (2011)



Páginas da revista Octavo (87.4) com reprodução da palestra de Weingart intitulada "How can one make swiss typography" (1974), apresentado com os slides originais dos exercícios mencionados. (Reprodução fotográfica por Set Shaw)
<http://www.flickr.com/photos/setshaw/sets/72157615890109490/with/3384664089/>

[CONTEXTO]

New Wave extends the classical Swiss interest in structure to dissections and re-combinations of graphic design's grammar. Layered images and textures continue the collage aesthetic begun by Cubism, Constructivism, and Dada. [...] Taken as a whole, however, New Wave's complex arrangements are largely syntactical, abstracting type and images into baroque Modern compositions.

Katherine McCoy (1988)

O trabalho e ensino de Wolfgang Weingart reafirmam a importância fundamental da experimentação no design tipográfico. Apenas através de uma investigação inteligente e aberta, baseada num entendimento formal da tipografia, pode o designer desenvolver, tornar independente, e aprender a desafiar as convenções estabelecidas do design no seu trabalho. Neste sentido, o trabalho de Weingart é uma celebração das infinitas possibilidades comunicativas da tipografia e do poder elementar dos signos tipográficos. Os pontos em que a história da tipografia evolui genuinamente são raros. Acreditamos que o trabalho de Weingart representa tal progressão.

Octavo 87.4. Editorial (1987)

Só podemos fazer tipografia hoje se compreendermos a sua dimensão sintáctica. Dito de forma mais simples, a dimensão sintáctica da tipografia é, para mim, um território novo. Aqui eu vejo um vocabulário visual surpreendente, não descoberto, com mais métodos de design efectivos para oferecer informação. Naturalmente, essas novas possibilidades não são de fácil alcance. E, naturalmente, esses primeiros pedaços de conhecimento e primeiros padrões novos não podem ser transpostos imediatamente para o nível prático. Em especial, não no mundo prático actual de publicidade para o consumidor, que se baseia na exaustão visual imediata.

Mas onde o consumo fixo de informação não está no primeiro plano, ou seja, onde se pode contar com o ser humano pensante, a diferenciação sintáctica do material tipográfico é possível e sensível.

(...)

Para mim, a tipografia é uma relação triangular entre ideia de design, elementos tipográficos e técnicas de impressão. Nas minhas aulas, cada problema é tratado a partir desses três aspectos, nenhum dos quais deve jamais estar ausente. Então, a coisa que é tão especial para mim, em relação ao valor que dou à sintaxe tipográfica, é a variabilidade dos materiais tipográficos sob a influência de ideia e técnica. Isso significa, finalmente, a flexibilidade com que ela pode funcionar e ainda reter o seu significado, em relação a diferentes tipos de problemas. Todos os exemplos a seguir foram feitos tendo em mente essas considerações. Eles estão livres de qualquer modismo em design da publicidade. De certa forma são neutros e comparáveis com exercícios matemáticos básicos, mas num sentido visual.

*The simpler the assignment
the more difficult the solution.*

Wolfgang Weingart

OBJECTIVOS

Incita-se uma exploração da(s) palavra(s) e da sua forma gráfica, primeiramente, através da composição no espaço e, de seguida, através da manipulação e/ou criação tipográfica, na procura de uma identidade e expressão coerente com o conteúdo e sentido veiculados pelo texto. Desta forma, o exercício promove uma familiarização com as relações visuais tipográficas num espaço definido, visando uma compreensão e exploração gráfica da dimensão sintáctica e semântica da tipografia. Seguindo os pressupostos de Weingart, pretende-se trabalhar princípios de composição atendendo às noções de espaço, estrutura, sequência, contraste, forma e contraforma. Aposta-se de seguida na personalização ou criação tipográfica (*lettering*) na procura de uma expressão gráfica concordante com o conteúdo e sentido do texto.

METODOLOGIA

Tendo como objecto de trabalho um conjunto de manifestos facultados pelos docentes, o aluno deverá proceder à leitura e interpretação do texto que lhe é atribuído, devidamente complementada por uma pesquisa contextual da sua origem e do pensamento e trabalho a que está associado. Deve realizar uma pequena síntese interpretativa complementada por imagens de referência (aprox. 300 palavras e 6 imgs.) que serve de fundamentação para as duas fases do exercício, devendo conter a identificação e justificação das escolhas e das estratégias gráficas exploradas, entre outros elementos que se considerem úteis.

FASE 01: PESQUISA / COMPOSIÇÃO

Weingart reafirma a importância da experimentação no design tipográfico indicando que apenas através de uma investigação inteligente e aberta, baseada num entendimento formal da tipografia, pode o designer aprender a desafiar as convenções estabelecidas. Seguindo os seus pressupostos, propõe-se a realização de uma composição tipográfica utilizando uma frase seleccionada do manifesto facultado.

A composição deve constituir-se como uma interpretação tipográfica do texto, onde forma e conteúdo se reforçam, explorando a sintaxe e hierarquia tipográfica, atendendo a critérios de legibilidade e qualidade visual e procurando reconhecer, explorar e subverter convenções.

Condicionantes

Podem optar por uma das seguintes orientações definidas por Weingart:

- Composição com recurso a um único tipo de letra trabalhando a disposição e a hierarquia dos elementos tipográficos. Poderão apenas introduzir-se variações do corpo de letra além da composição do texto no espaço.
- Composição que explora variações de corpo, peso e ângulo, utilizando no máximo duas variações da mesma família (e.g. *bold* ou *itálico*).
- Composição que tira partido das possibilidades de variação anteriores, mas conjuga dois tipos, cada um de uma família distinta na mesma composição (e.g. Garamond Regular e Helvetica Bold).

A composição é realizada a preto e branco (sem gradações tonais) em formato A3, impresso para entrega final, sendo primeiramente entregue em PDF via *drive*.

Deve incluir, a título de legenda, a identificação do autor, título e data do manifesto.

O trabalho deve igualmente ser assinado pelo aluno (deixando clara a autoria do trabalho e a autoria do manifesto em que se baseia).

FASE 02. CUSTOMIZAÇÃO / EXPRESSÃO

De acordo com Lupton, as possibilidades actuais de manipulação e customização de fontes tipográficas diluem as fronteiras entre tipografia e *lettering*, afirmando uma era de liberdade criativa que os designers exploram na combinação de processos físicos e digitais. Alarga-se assim a noção de composição à de customização tipográfica, na procura de uma forma e expressão gráfica que evoque e veicule o sentido do manifesto em causa.

Na segunda fase do exercício propõe-se a realização de um cartaz/desdobrável (frente e verso) que se desenvolve segundo o aproveitamento de um plano A2 (42 x 59,4 cm). Para a realização do objecto o aluno pode partir da frase usada anteriormente ou do título do manifesto (quando exista). Poderá ainda usar outros excertos do manifesto facultado ou, se necessário, outro material textual que o complementa, desde que previamente discutido com os docentes.

Condicionantes

frente (quadricromia) / verso (preto ou 1 cor).

formato A2 (42 x 59,4 cm) dobrado (esquema a definir pelo aluno).

Frente — componente identitária e expressiva

- escolher ou atribuir um título ao manifesto;
- explorar a expressão e identidade tipográfica pela criação de um *lettering*, através de composição, manipulação, customização e/ou criação tipográfica.

Verso — componente interpretativa e informativa

- introduzir os complementos textuais que se considerem necessários para uma correcta interpretação das convicções expressas no manifesto;
- realizar a sua composição tipográfica explorando novamente as noções de espaço, estrutura, sequência, ritmo, contraste. As escolhas tipográficas deverão ser compatíveis com a componente identitária da frente (não necessariamente repetindo ou mimetizando a mesma) e devem igualmente ser coerentes com as opções da fase 01.

CALENDÁRIO

11-13-15 FEV

- 2ª, 11 – Apresentação e atribuição dos manifestos.
TPC · selecção de frase e pesquisa contextual sobre manifesto.
- 4ª, 13 – Discussão da pesquisa e realização das composições (A3).
TPC · pesquisa sobre manifesto e composição.
- 6ª, 15 – Revisão das composições A3 via *drive*.
TPC · elementos textuais p/ cartaz e pesquisa sobre customização tipográfica.

18-20-22 FEV

- 2ª, 18 – Definição dos elementos textuais e estratégia de customização.
TPC · Esboços de *lettering*.
- 4ª, 20 – Elaboração das propostas de customização tipográfica e objecto.
TPC · Esboços de *layout* (frente/verso).
- 6ª, 22 – Revisão das propostas de customização e layout (frente/verso).
TPC · Finalização de *layout* (frente/verso).

25-27 FEV

- 2ª, 25 – Finalização e entrega (maquete impressa para aula e entrega via *drive*).
- 4ª, 27 – Revisão via *drive* e lançamento do EX 02.

REFERÊNCIAS

(disponíveis na *drive* salvo indicação em contrário).

Fase 01

Weingart, Wolfgang. “How can one make swiss typography.” *Looking Closer 3: Classic Writings on Graphic Design*. eds. Bierut, Michael; Steven Heller; Jessica Helfand and Rick Poynor. New York: Allworth Press, 1999. 219-237. DG 6/93 (3)

[complementar]

———. Como se pode fazer tipografia suíça? São Paulo: Rosari, 2004

———. “How can one make swiss typography.” *Octavo 87.4*. eds. Burke, Michael; Mark Holt; Simon Johnson and Hamish Muir. London: Eight Five Zero, (reprodução fotográfica por Set Shaw) <http://www.flickr.com/photos/sethshaw/sets/72157615890109490/with/3384664089/>

Fase 02

Lupton, Ellen. “The Making of Typographic Man.” *Graphic Design Now in Production*. eds. Blauvelt, Andrew & Ellen Lupton. New York: Walker Art Center, 2011. 112-129. [pdf]

Bilak, Peter. “Experimental Typography. Whatever that means. Conceptual Type?” *Graphic Design Now in Production*. eds. Blauvelt, Andrew & Ellen Lupton. New York: Walker Art Center, 2005-2010. 130-134.

Lupton, Ellen. “Fluid Mechanics: Typographic Design Now.” *Design Culture Now: National Design Triennial*. eds. Albrecht, Donald; Steven Holt and Ellen Lupton. New York: Princeton Architectural Press; Cooper-Hewitt, National Design Museum, 2000. <<http://elupton.com/2009/10/fluid-mechanics-typography-now>>.

[manifestos]

Metahaven. “Before A Manifesto”. In *White Night Before a Manifesto* (2008).

<http://www.graphicdesigntheory.xyz/metahaven-white-night-before-a-manifesto/>

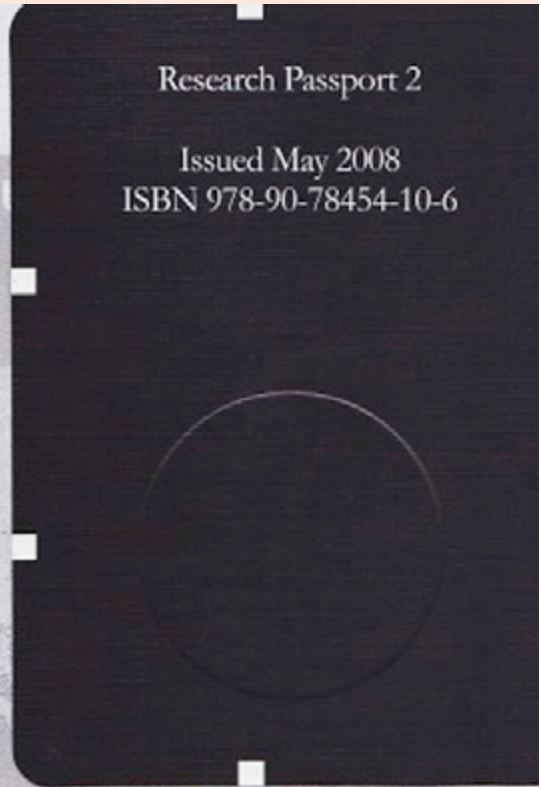
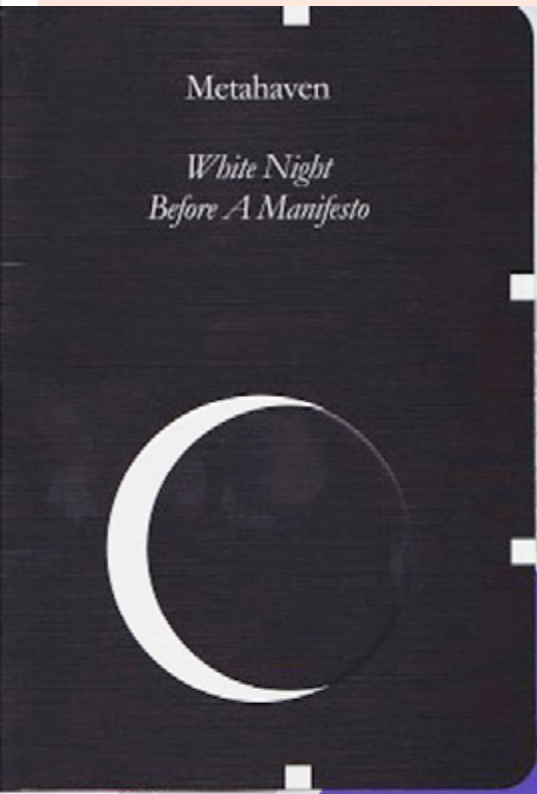
Helfand, Jessica. “Me, the Undersigned.” *Screen: Essays on Graphic Design, New Media and Visual Culture*. New York: Princeton Architectural Press, 2001. 17-28. DG 6/126

[contextualização cultural]

Lupton, Ellen & J. Abott Miller. “Deconstruction and graphic design.” *Design Writing Research*. (1996). eds. Lupton, Ellen & J. Abott Miller. London: Phaidon Press, 1999. 03-23. DG 6/55 [pdf] <<http://elupton.com/2009/10/deconstruction-and-graphic-design>>

Heller, Steven. “Cult of the Ugly.” *Eye*. 3. 9. (1993).

<https://www.typosheque.com/articles/cult_of_the_ugly>



Written in NeoOffice

ISBN 978-90-78454-10-6



This publication complies with the UNESCO Institute for Statistics criteria for a pamphlet.
Pay no more than 7 euro.

Lista de Manifestos

01

FIRST THINGS FIRST MANIFESTO 1964-2000

VÁRIOS

<http://www.eyemagazine.com/feature/article/first-things-first-manifesto-2000>

(Versão de 1964 - Ken Garland) <http://kengarland.co.uk/KG-published-writing/first-things-first/>

02

THE VOW OF CHASTITY

JOHN MORGAN

(the 1st year students [st.martins] in behalf of dogma 2001)

Dot dot dot #3; p.33

http://www.morganstudio.co.uk/information/bibliography/text_by_jm/the_vow_of_chastity

03

AN INCOMPLETE MANIFESTO FOR GROWTH

BRUCE MAU (1998)

<http://www.manifestoproject.it/bruce-mau/>

(pdf) http://www.purecaffeine.com/wp-content/uploads/2011/05/bruce_mau_manifesto_printable.pdf

04

MANIFESTO #9

STEFAN SAGMEISTER (2007)

<http://www.iconeye.com/404/item/3008-manifesto-#9-stefan-sagmeister-|-designer&Itemid=438>

(complementar) https://www.typotheque.com/articles/how_good_is_good

05

MANIFESTO #1

PETER SAVILLE (2007)

<http://www.iconeye.com/component/k2/item/3019-manifesto-#1-peter-saville-|-designer&Itemid=438>

06

LAWS OF SIMPLICITY

JOHN MAEDA (2005.06)

<http://lawsofsimplicity.com/>

(complementar) <https://www.iconeye.com/404/item/3020-manifesto-#3-john-maeda-|-designer>

07

MANIFESTO #12

JOHN THACKARA

<http://www.iconeye.com/404/item/2994-manifesto-#12-john-thackara-|-designer&Itemid=438>

(complementar) <http://www.doorsofperception.com/rules-unsolicited-advice/rules-of-engagement-between-design-and-new-technology/>

08

DESIGN ANARCHY

KALLE LASN (2006)

[pdf disponibil na dropbox]

(adicional) I designer (2005) <http://www.graphicdesigntheory.xyz/lasn-i-designer/>

09

MANIFESTO #39

DUNNE & RABY (2007)

<http://www.iconeye.com/404/item/3036-manifesto-#39-dunne-amp-raby-|-designer&Itemid=438>

(complementar) critical design FAQ <http://www.dunneandraby.co.uk/content/bydandr/13/0>

10

MANIFESTO #28

RANDOM INTERNATIONAL (2007)

<http://www.iconeye.com/404/item/3025-manifesto-#28-random-international-|-designer&Itemid=438>

11

TOWARDS RELATIONAL DESIGN

ANDREW BLAUVELT (2008)

<http://designobserver.com/feature/towards-relational-design/7557/>

(complementar) <http://blogs.walkerart.org/design/2008/11/10/towards-relational-design/>

12

RESEARCH & DESTROY: GRAPHIC DESIGN AS INVESTIGATION

DANIEL VAN DER VELDEN (2006)

<http://indexgrafik.fr/daniel-van-der-velden-metahaven-research-and-destroy/>

(v2) <http://www.graphicdesigntheory.xyz/van-der-velden-research-destroy-a-plea-for-design-as-research/>

13

CONDITIONAL DESIGN MANIFESTO

LUNA MAURER, EDO PAULUS, JONATHAN PUCKEY AND ROEL WOUTERS (2008)

<http://conditionaldesign.org/manifesto/>

14

MINI MANIFESTO

DANIEL EATOCK (2015)

<http://www.manifestoproject.it/daniel-eatock/>

<http://eatock.com/project/daniel-eatock/>

(complementar) <http://eyemagazine.co.uk/feature/article/towards-a-complex-simplicity>