



## **Design Gráfico para as Artes: a Influência da Cultura Pós-Moderna no Material Gráfico do Projeto Pontos de Corte da Prefeitura de Fortaleza<sup>1</sup>**

Norton FALCÃO<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **Resumo**

A influência da cultura pós-moderna na sociedade é uma evidência a ser estudada. O design gráfico, durante meados do século XX, recebeu influência dessa cultura e desenvolveu uma estética própria, que justifica a mensagem visual por meio de técnicas antes condenada pelos modernistas. A influencia do design gráfico pós-moderno é, ainda, uma constante na contemporaneidade. Identificar a influência e os fatores determinantes dessa estética na construção da mensagem visual é o principal objetivo desse trabalho.

### **Palavras-chave:**

Design gráfico; pós-modernidade; comunicação visual; publicidade.

### **Características do pós-moderno**

A corrente pós-moderna propõe, marcada pela presença do efêmero, do descontínuo, da fragmentação e do caos, uma ruptura sobre as estruturas determinado pela cultura moderna.

No campo da comunicação e da linguagem, a pós-modernidade tem características bem distintas. Enquanto os modernistas produziam uma mensagem rígida e identificável entre o que era dito e o modo como era dito, o pós-modernismo iniciava uma espécie de desconstrutivismo, que é o entrelaçamento textual entre as mensagens a serem codificadas pelo leitor. Segundo Harvey (1992), o processo de colagem e montagem é bastante utilizado na construção da linguagem pós-moderna. O objetivo é que o receptor tenha uma interpretação múltipla da mensagem, dando margem tanto para

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT – Publicidade e Propaganda, do Iniciacom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

<sup>2</sup> Graduando do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, email: fnortonf@gmail.com.



interpretações hegemônicas como para interpretações populares, produzindo, para tanto, um efeito instável nos textos ou nas imagens fabricadas através da montagem pós-moderna.

A minimização da autoridade do produtor cultural cria a oportunidade de participação popular e de determinações democráticas de valores culturais, mas ao preço de uma certa incoerência ou, o que é mais problemático, de uma certa vulnerabilidade à manipulação do mercado de massa. De todo modo, o produtor cultural só cria matérias-primas (fragmentos e elementos), deixando aberta aos consumidores a recombinação desses elementos da maneira que eles quiserem. O efeito é quebrar (desconstruir) o poder do autor em impor significados ou de oferecer uma narrativa contínua. (HARVEY, 1992, p.55).

Harvey (1992) afirma, em um segundo momento, que a mensagem pós-moderna tem a função de dissolver a verticalização hierárquica dos símbolos, promovendo, assim, uma desconstrução do gosto e do valor de cada símbolo pelo leitor, produzindo, dessa forma, uma caracterização indistinta entre alta cultura e cultura popular. O valor do pós-modernismo, além de refletir uma relação existente entre a arte e a vida humana, tenta transcender barreiras entre a aparência e a realidade: concentra-se na descentralização do sujeito como fase de um desenvolvimento para a fragmentação de imagens e sensações.

Autores como Mike Featherstone também destaca características teóricas do pós-modernismo. Muitas delas são aplicadas na construção da mensagem em peças gráficas e publicitárias contemporâneas.

Mike Featherstone (1995) atribui ao pós-modernismo as seguintes características: abolição das fronteiras entre arte e vida cotidiana, derrocada da distinção hierárquica entre alta-cultura e cultura de massa/popular, uma promiscuidade estilística, favorecendo o ecletismo e a mistura de códigos, paródia, pastiche, ironia, diversão e a celebração da ‘ausência de profundidade’ da cultura e o declínio da originalidade/genialidade do produtor artístico e suposição de que a arte pode ser somente repetição (FEATHERSTONE, 1995, p.25 apud KOPP, 2004, p.32).

A influência do pós-modernismo atingiu vários pontos do ocidente. Como afirma Rudinei Koop (2004), em *Design Gráfico Cambiante, no Brasil*, vemos a pós-modernidade de forma privilegiada.



O Brasil é um país multicultural, eclético, plural, mestiço, polifônico e tudo mais que os pós-modernistas alegam como características da época. A tolerância e a flexibilidade constituem, acima do projeto modernizador, uma marca brasileira. A pós-modernidade é pura oscilação, é como um *limes*: é um caminho ou rio que separa dois territórios, ele não pertence a nenhum dos lados, mas ao dois simultaneamente, ali trafegam mercadores, viajantes, fugitivos, aventureiros, aquilo e aqueles que transitam nas fronteiras (KOOP, 2004, p.38).

Portanto, a emissão da mensagem pós-moderna torna-se, desse modo, uma vertente estética que percorre grande parte de pinturas, ilustrações, peças gráficas e publicitárias na contemporaneidade. No ambiente pós-moderno, o interessante é transcrever a mensagem usando os mais variados símbolos, desconstruindo uma realidade, que precisa ser ultrapassada e reconstruída sob a ótica da fragmentação e do efêmero.

O design gráfico, durante toda a sua trajetória histórica como área do conhecimento, reuniu uma série de objetos de significação, práticas e informações. Segundo Philip Meggs (1998), o termo design gráfico foi usado pela primeira vez por Addison Dwiggins para denominar o trabalho dos indivíduos que produziam uma ordem estrutural e visual para a comunicação impressa. Atualmente, seguindo a definição da AIGA (*American Institute of Graphics Arts*), o design gráfico é uma complexa combinação entre palavras, imagens, traços, gráficos, fotografia e ilustração que tem o objetivo de produzir uma mensagem com aspectos técnicos, informais, estéticos, lúdico ou surpreendente.

Design Gráfico é a complexa combinação de palavras e imagens, números e gráficos, fotografias e ilustrações que, para ter sucesso, demanda sua elaboração por parte de um particularmente cuidadoso indivíduo que pode orquestrar estes elementos de forma a eles se juntarem para formar algo distinto, ou útil, ou divertido, ou surpreendente, ou subversivo, ou memorável (HELFAND, 2001, [www.aiga.com](http://www.aiga.com) apud KOPP, 2004, p.42)

Essa construção da mensagem gira em torno de elementos funcionais que compõe todo o processo de formação da peça gráfica. A mensagem visual é construída a partir de “artefatos” utilizados por designers. Tudo tem início com a solicitação de alguma fonte textual (nesse momento, entende-se texto como a escrita convencional, geralmente em prosa ou somente com aspectos descritivos), geralmente reproduzida em um *briefing* linear e pré-estabelecido pelo mercado atual. Para transformar o referido texto em imagem, o designer se apropria de “artefatos” já fornecidos pela tecnologia: tipografia



digital, escalas digitais de cores, processo de desenho digital e fotografia digital. Contudo, é importante lembrar que alguns conceitos de design sobrevivem desde o início dos trabalhos nessa área de conhecimento como forma de valorização do conteúdo a ser trabalhado.

### **Design gráfico moderno e pós-moderno**

O início de século XX é marcado pelo anseio de ruptura de estruturas estéticas já estabelecidas anteriormente. Desta vez, entra em cena o as vanguardas artísticas como o Cubismo (exploração de novos ângulos de visão), o Futurismo (a máquina como inspiração para artes visuais e verbais), Dadaísmo (casualidade e satirizarão na linguagem visual), Surrealismo (sentimentalismo e subjetividade humana). As vanguardas artísticas encontram nas novas descobertas científicas, na tecnologia, na utopia e nas novas esperanças, terreno propício para se inspirarem. (KOPP, 2004, p.51).

O início do design moderno é marcado não somente por novas influências de ruptura, mas especialmente pela padronização e redução de ornamentos ou elementos visuais considerados inúteis. Segundo Hollis (2001), a primeira representação modernista é expressa no trabalho de Peter Behrens para a AEG (*Allgemeine Elektrizität Gesellschaft*), quando Behrens foi contratado para desenvolver a identidade visual para a empresa AEG.

A estruturação teórica do que conhecemos como design moderno está consolidada nos trabalhos realizados pela Escola de Arte e Ofícios de Weimar (mais tarde, conhecida como a Bauhaus). A escola vem propor uma abordagem racional dos elementos gráficos, onde a forma simples ganha mais espaço e os projetos de comunicação visual com um apelo mais “científico” ganha vida partindo de um estilo gráfico próprio dos designers da escola. A influência da Bauhaus é visualizada e reciclada atualmente em projetos gráficos e arquitetônicos na contemporaneidade. Com essa escola, que durante muito tempo foi subordinada ao Estado alemão mesmo no período após a Segunda Guerra Mundial, os futuros estudos sobre design gráfico ganham suporte teórico e prático, que, futuramente, serão contestados por um novo campo fértil de estudo na evolução do design gráfico e da comunicação gráfica: o design pós-moderno.

A Bauhaus, a pioneira das futuras escolas de design, era subsidiada pelo Estado alemão. Talvez por isso seus professores procurassem enfatizar a ordem, a hierarquia, o racionalismo, o anonimato do designer, a clareza e a harmonia das formas, a economia e a simplicidade de recursos. (CAUDURO, 2006, p.14)



A discussão sobre os moldes da escola mais importante do design moderno – A Bauhaus -, concluí que a monotonia gerada pela simplicidade das formas e a postura de racionalizar o layout da página impressa leva a atuação de designers a experimentar novos rumos na área do design gráfico: surgem então os primórdios do chamado design gráfico pós-moderno.

Heller (1988) desenvolve um argumento para definir o espaço de confluência do design pós-moderno: reunião de várias teorias e práticas de designers e escolas espalhadas pelo mundo, que não estejam baseadas no projeto de rigidez e no racionalismo da Bauhaus, envolvendo, assim, pensamentos estéticos dos anos 1980, como o Neo-Dada, Neo-expressionismo, Punk e Moderno Moderado (Heller, 1988, p.221).

Escola como a *Push Pin Studio* (1954), que desenvolveu estrutura revivalista (resgate de pedaços da história do design) e vernacular (uso de linguagem específica de um lugar), combatia os princípios de neutralidade e funcionalidade do Estilo Internacional (estética padronizada que procurava a eliminação das culturas locais e da expressão individual do designer nas peças gráficas em meados do século XX), tornando-se, dessa forma, um fator importante para as bases do *design* pós-moderno. (KOPP, 2004, p.74).

Movimentos como New Wave – 1960 - (desenvolver uma nova estrutura de design gráfico através de uma rejeição direta ao Estilo Internacional) e o movimento Punk – 1970 - (assimilação de ruídos, do feio, do não-design). Richard Hollis diz: “o dadaísmo fora contra a arte; o Punk era antidesign” (HOLLIS, 2001, p.203 apud KOOP, 2004, p.77).

O encontro de outros artistas influenciados pelo anseio de mudanças chega aos Estados Unidos. Com um campo fértil para o desenvolvimento do design pós-moderno, a *Cranbrook Academy of Art* começa a propagar esses ideais com a publicação de pôsteres e cartazes inovadores: confusão proposital entre texto e ilustração, produzindo, assim, uma sutileza visual e o aspecto ambíguo dos traços impressos (LUPTON & MILLER 1996: 7-9).

Mas tarde, nos anos de 1980, o uso dos computadores pessoais, mais especificamente os da Apple, o Macintosh, se torna uma ferramenta constante para design de todo o mundo. A possibilidade de usar variados softwares como ferramenta de trabalho ofereceu aos designers facilidades para desenvolver a estética corrente



(design pós-moderno). Agora, ficou bem mais simples aplicar cor, tipografia, ilustrações, traços e etc. diretamente no layout.

Combinando o controle sobre o processo, a nova estética nascente e as possibilidades que o hardware/software oferecem (liberdade para usar cores, novas texturas, imagens e fotografias diretamente no layout, capacidade facilitada para distorcer e inclinar tipografias, uso de transparências e camadas) surge uma nova prática em design que só cresceria, superando as demais formas de criação/produção (KOOP, 2004, p.83)

Hoje, o design pós-moderno, antes encarado como um modismo ou somente como uma fase de ruptura, passa a ser vivenciado por artistas do mundo todo e torna-se um processo de construção ideológica de fazer design e encontra, após alguns anos, pontos fundamentais e características teóricas para essa estética.

Entre elas, é necessário citar a presença do eclético e do exclusivismo (as fontes históricas de referência para os trabalhos são adotadas através de diversas culturas), o ruído visual (antes encarado como um prejuízo passa a ser objeto de estética valorizado pela estética pós-moderna), o jogo híbrido (computação gráfica e os velhos processos técnicos de produção gráfica são usados paralelamente), colagem de variados elementos estruturais e estilísticos na produção dos trabalhos, processo de construção dos trabalhos com o acaso (uso de fragmentação das imagens, ruídos, sujeiras e defeitos), uso constante do aspecto lúdico, e caráter instável da mensagem (presença do efêmero e do ambíguo).

Para Rudinei Koop (2004), o design pós-moderno se concentra na revolução estética que rompe com os aspectos previsíveis do modernismo. Assim, entram em cena, como elementos visuais, a forma descontraída da geometria (com pouca clareza e legibilidade), formas livres e flutuantes, fragmentação de imagens, espaçamentos tipográficos aleatórios, uso de colagens e a inclusão do ruído como elementos visual e não como um prejuízo para a página impressa. De forma geral, essas características encontram-se nos movimentos que, inconscientes disso ou não, fazem parte das raízes do design pós-moderno (KOPP, 2004, p.73).



### **Realidade do design contemporâneo vivenciado pela Funcet<sup>3</sup>**

Partindo da necessidade de análise direta do objeto de estudo, é possível dividir esse estudo de acordo com os elementos de design gráfico conhecidos atualmente como forma, conteúdo, cor digital, tipologia e imagem digital. No folder do programa Pontos de corte, encontramos todos esses elementos que foram usados de forma explícita e esteticamente trabalhada pelo designer gráfico Clóvis Markan.

#### **Forma**

Para definir a estrutura da peça é necessário planejar o formato, baseando-se na distribuição do conteúdo a ser apresentado para o leitor. O formato<sup>4</sup> da peça está dividido de forma simétrica, em três partes iguais e seqüenciais de acordo com a ordem de leitura, na medida em que a peça é aberta pelo leitor. Na capa, temos a apresentação estilizada com o nome do projeto alinhado à esquerda acompanhado de uma ilustração desenhada em toda a linha horizontal da página, um título e uma frase com o objetivo do projeto dispostos de forma centralizada. No desenrolar da peça, na página seguinte, encontramos um outro título que desenvolve um convite para o público-alvo (“Junte os amigos. Transforme a cidade projetando filmes”) seguido de um pequeno texto explicativo. Com a peça totalmente aberta, encontramos uma ilustração e o texto dividido em tópicos e alinhado à direita. Na última página, observamos as assinaturas com as marcas de instituições realizadoras e organizações parceiras.

A forma simétrica, além de nortear a distribuição do conteúdo na página impressa, parte de uma organização de conteúdo já conhecida no setor de design gráfico, especialmente, devido ao formato clássico da peça. Formato esse que preserva a qualidade simétrica: busca pelo equilíbrio entre as páginas (semelhança no tamanho e na divisão entre as partes), facilidade de construir o layout (formato muito utilizado entre os designers) e benefícios de reprodução (baixos custos na produção gráfica da peça, devido ao formato econômico escolhido pelo designer). Assim, é possível confirmar o ideal da simetria clássica, que é utilizada pelo design gráfico contemporâneo. “O equilíbrio simétrico já produziu páginas de rara beleza, e as

---

<sup>3</sup> Fundação de cultura, esporte, e turismo de Fortaleza (Funcet), órgão da Prefeitura Municipal de Fortaleza. Durante o governo da Prefeita Luizianne Lins (2004-2008), a Funcet contratou profissionais de design para produção de alguns trabalhos de comunicação visual.

<sup>4</sup> Formato da peça. Especificações técnicas com relação ao tamanho (formato), a cor, o tipo de papel, tipo de impressão e acabamento. Na peça em estudo, o folder tem um formato aberto de 21 cm x 29,7 cm (aberto), 4 x 4 cores, papel reciclado 90g, impressão offset e com duas dobras paralelas e horizontais.

premissas estéticas que inspiraram o design continuam a servir de padrão a uma ampla parcela do design contemporâneo” (HURLBURT, 1984, p.54).

O respeito da simetria na peça gráfica em estudo merece destaque, pois mesmo com a eminente cultura de ruptura estética, as formas clássicas já desenvolvidas, são toleradas, o que não ocorria no design gráfico moderno, que seguindo os princípios modernistas, recusava toda manifestação antes do nascer moderno.



Fig. 1 – Frente do *folder*

Fonte: Assessoria de Comunicação da Vila das Artes

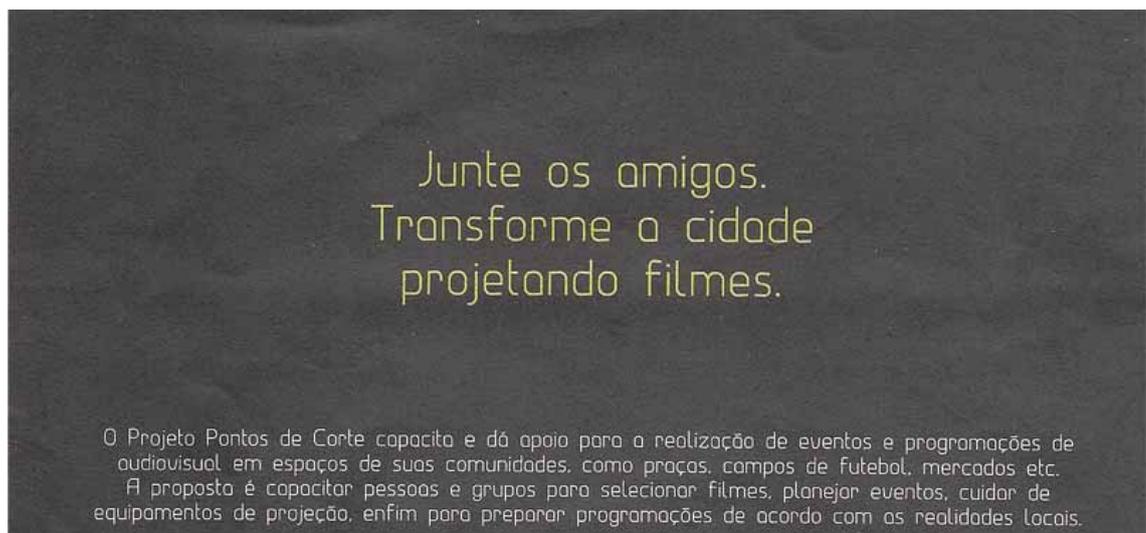


Fig. 1 –Segunda página do folder, texto explicativo com principais pontos do projeto

Fonte: Assessoria de Comunicação da Vila das Artes

## Conteúdo

A valorização do conteúdo pelo profissional de designer tem uma relação direta com a formulação do conceito da peça, partindo assim, para o desenvolvimento e estruturação dos elementos como tipologia, layout, imagem, continuidade visual das peças, pesquisas de referências e condições para a produção dos elementos de design gráfico.

O conteúdo formatado pelo designer Clóvis Markan demonstra a preocupação em apresentar, de forma explicativa, o projeto para o público-alvo. A estratégia de organizar o texto através de tópicos estabelece um melhor entendimento para o leitor, resultando, assim, uma porcentagem de maior de *recall*<sup>5</sup> para a peça. O conteúdo também aponta para o desenvolvimento de imagens ilustrativas no *folder* como a ilustração da capa (ver figura 1, na página 11) e a ilustração da página 3 (ver figura 3, na página 12).

O conceito, ou idéia, ocupa a posição central da síntese do design. Alicerçado na informação fornecida pela compreensão das condições sob as quais a mensagem será recebida e pelo conhecimento de sua “continuidade” ou ligação coerente com os outros materiais. Juntos, todos esses elementos constituem a base sobre a qual as palavras e as imagens podem ser organizadas de modo a ser obtido um layout de real valor. (HURLBURT, 1984, p.95)

### **Cor**

O uso das cores em design gráfico sempre foi uma constante. Com o advento das novas tecnologias (computação gráfica e o uso da escala CMYK), um novo panorama de novas cores surgiu, efeitos luminosos se fortaleceram, gradientes de cores transformaram o uso da cor não somente em uma ferramenta de preenchimento estético, mas ampliou o leque de oportunidade de escolha em sintonia com a sensibilidade dos designers gráficos.

A predominância do alto contraste de cores no design contemporâneo funciona como uma ferramenta para valorizar a combinação de imagens. Como percebemos na capa do folder (ver figura 1, na página 11), a combinação de cores em alto contraste define bem as estruturas das imagens e do texto. A leitura se torna totalmente legível e a sintonia das cores não prejudica a percepção visual dentro da página impressa.

---

<sup>5</sup> Segundo Rafael Sampaio (2003), *recall* é a lembrança ou recordação, em inglês. Informação/percepção que fica junto ao target (público-alvo) após seus integrantes terem visto/ouvido/lido alguma peça ou campanha publicitária.

No design gráfico, o branco do papel e o negro da tinta de impressão representam as duas forças mais opostas na feitura do design. Quando uma imagem escura é justaposta a uma imagem de tons claros, o contraste valoriza ambas as imagens e dá um impacto visual ao design (HURLBURT, 1984, p.64).

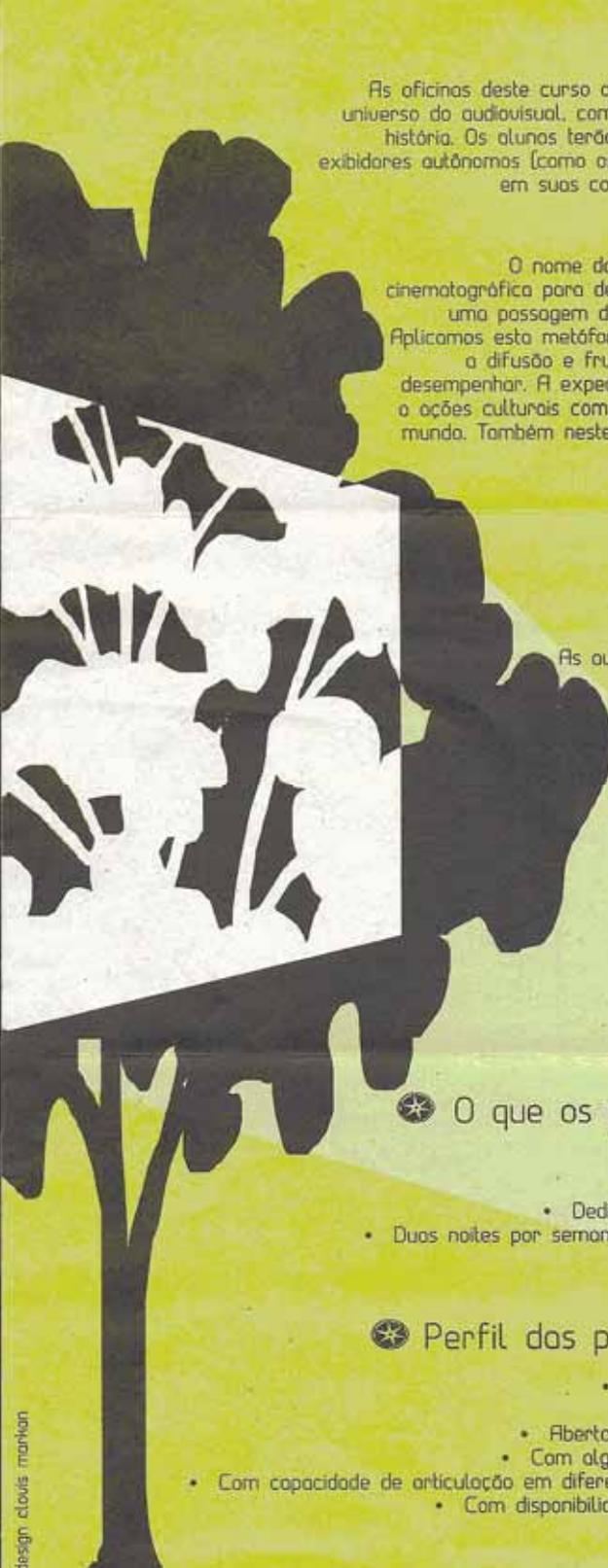
### **Imagem digital**

As imagens no design gráfico pós-moderno ganham atuação efêmera e consistência para múltiplas interpretações. No caso da imagem da capa, na peça gráfica em estudo, podemos perceber a multiplicidade de interpretações no desenho. É possível distinguir, através das silhuetas, o sexo do indivíduo e algumas outras características físicas. No entanto, parte da ilustração se torna ambígua: não se sabe, ao certo, se o designer pretendeu representar o cérebro do personagem, a película de cinema ou se pretendeu fazer uma colagem com múltiplos elementos. Mesmo não usando ruídos<sup>6</sup> (elementos de estética do design gráfico pós-moderno), a ilustração apresentada se torna um elemento de múltiplas interpretações e que leva o leitor a consumir uma imagem do design gráfico pós-moderno. Contudo, a mensagem transmitida pela imagem pode ter uma única leitura: formação de um indivíduo (seja ele real ou fictício) que consegue projetar imagens em lugares mais peculiares. Essa afirmação é evidente quando se observa a imagem na parte interna do *folder* (ver figura 4, na página 12), quando se tenta deduzir uma projeção de audiovisual em uma árvore.

O uso de ilustrações exclusivas para uma determinada peça, além de ser um processo efêmero, faz alusão a teoria proposta por Baudrillard, abordada por ele na obra “*The Precession of Silmacra*” (1981). Para ele, os meios de comunicação produzem uma realidade de signos vazios, que não se exige o contato dos signos com a realidade que eles mesmos representam. A teoria baudrillardiana é totalmente vivenciada pela peça em estudo, já que podemos observar uma ilustração onde uma árvore serve como suporte para projeção de imagem.

---

<sup>6</sup> Qualquer objeto que possa prejudicar no desenvolvimento da transmissão da mensagem, seja ela gráfica, radiofônica ou televisiva.



**✪ Projeto Pontos de Corte**

As oficinas deste curso oferecerão aos participantes uma introdução ao universo do audiovisual, com suas diferentes faces e funções ao longo da história. Os alunos terão oportunidade de compreender o trabalho dos exibidores autônomos (como os cineclubistas) e serão estimulados a atuarem em suas comunidades realizando voluntariamente eventos, mostras e exibições de filmes e vídeos.

O nome do curso Pontos de Corte é usado na linguagem cinematográfica para designar o momento em que o criador estrutura uma passagem direta de uma cena para outra dentro do filme. Aplicamos esta metáfora para expressar a força transformadora que a difusão e fruição do cinema em bases não comerciais pode desempenhar. A expectativa é de que esta formação dê um impulso a ações culturais comprometidas em olhar criticamente à cidade e o mundo. Também neste título, a expectativa é de que a cidade ganhe pontos de projeção e de ação cultural.

**✪ O que oferecemos?**

Um curso de 112 horas  
As aulas acontecerão nas noites de terças e quintas,  
das 18:30h às 21:45h, de setembro  
a dezembro de 2007:

**Empréstimo de equipamento**  
Depois da conclusão do curso, a Regional  
emprestará aos grupos, em sistema de rodízio,  
os projetores e o sistema de som;

**Apoio à formação de uma  
cooperativa de exibidores**

**Ajuda para transporte das pessoas  
com baixa renda**

**✪ O que os participantes devem oferecer?**

- Interesse por cinema, por cultura;
- Interesse pela vida pública na comunidade;
- Dedicção para um trabalho geralmente voluntário;
- Duas noites por semana mais o tempo para assistir e projetar filmes.

**✪ Perfil das pessoas a serem selecionadas**

- De diferentes faixas etárias e grupos sociais;
  - Interessadas em ações coletivas ou civis;
- Abertas a novas aprendizagens e novas convivências;
- Com algum grau de respaldo coletivo para suas ações;
- Com capacidade de articulação em diferentes áreas geográficas e culturais da regional;
  - Com disponibilidade de tempo para ações culturais voluntárias.
  - Com leitura fluente.

design clóvis mariani

Fig. 3 – Parte Interna do folder  
Fonte: Assessoria de Comunicação da Funcet



Fig. 4 – Verso do *folder*, aplicação de assinatura institucional .  
Fonte: Assessoria de Comunicação da Funcet

### Conclusão

O design gráfico, em toda a sua história, apresentou características oriundas das artes visuais, da música, da arquitetura e dos costumes de qualquer civilização organizada. No caso do design gráfico pós-moderno, que inicialmente foi tachado como um modismo e como uma vertente sem pretensão de estruturação estética, passou a ser um espaço de discussão e oposição às limitações do design gráfico moderno.

Desde os anos 80, o design gráfico, passou a ser gerado a partir de ferramentas como o computador, que, desde então, se tornou uma ferramenta indispensável na atual fase do design. Atualmente, o invento das novas tecnologias propiciou o aprimoramento das características do design gráfico pós-moderno, como as novas invenções de tipologias, a construção e desconstrução de significado nas imagens feitas pelos programas de computação gráfica e a possibilidade de intervenção textual se tornou mais rápida.

Tendo conhecido essas características dentro do design gráfico pós-moderno, é possível perceber a estruturação estética dessa vertente em peças veiculadas no ano de 2008 e feita por designers que sustentam seus trabalhos partindo de referências geradas pela cultura pós-moderna. Dessa forma, é evidente que o design contemporâneo é construído por elementos de design gráfico pós-moderno gerados no final do século XX, que, durante muito tempo, foram considerados como elementos sem nenhuma utilização.



## Referências

CAUDURO, Flávio. Design Gráfico & Pós-Modernidade. Revista **FAMECOS**: mídia, cultura e tecnologia. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre: n.13, p.127-139, dez, 2000.

HARVEY, David. Condição pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico**: uma história concisa. Trad. Carlos Daut. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

HURLBURT, Allen. **Layout**: o design da página impressa. São Paulo: Mosaico, 1980.

KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.