



Linguagem e Design: sobre a impossibilidade da neutralidade da informação *Language and Design: about the impossibility of neutrality of information*

Ricardo Artur Pereira Carvalho, Bárbara Emanuel

design da informação, linguagem, retórica, teoria, comunicação

O artigo discorre sobre a impossibilidade de neutralidade da informação a partir de autores que abordam a retórica e a filosofia da linguagem. Apesar de existirem estudos em outras áreas que contradizem essa concepção, ainda vigoram no campo do Design discursos com forte herança funcionalista, que advogam por um design neutro. Apresenta-se um estudo transdisciplinar que se apropria dos estudos da linguagem e observa o caráter discursivo que a constitui para se apontar a impossibilidade da neutralidade. Ao se tratar a linguagem pelo viés do discurso e da retórica, argumenta-se que a eleição dos termos que compõem um enunciado reflete as visões de mundo de quem os enuncia, portanto mesmo um discurso que se diz neutro assume uma postura ideológica. Autores como Bakhtin e Burke fundamentam este pensamento em relação a linguagem verbal e fomentam a discussão também acerca dos elementos não verbais. Com a discussão, pretende-se expor as bases teóricas e evidenciar que o Design da Informação, ao ser tratado como discurso, não pode ser neutro pois manifesta, reforça ou refuta aspectos ideológicos presentes em nossa sociedade.

information design, language, rhetoric, theory, communication

This work discusses the impossibility of neutrality of information, from authors who examine rhetoric and philosophy of language. Despite studies in other fields that contradict this notion, discourses with strong functionalist background still stand in the field of design, advocating neutrality. Here, we present a transdisciplinary study that borrows from studies of language, observing the discursive character that constitutes it in order to point the impossibility of neutrality. By discussing language from the angle of discourse and rhetoric, we argue that the selection of terms that compose an enunciation reflects the standpoints of those who enunciate it. Therefore, even a discourse that claims to be neutral adopts an ideological attitude. Authors such as Bakhtin and Burke found this reasoning in relation to verbal language and promote a discussion about nonverbal elements as well. From this discussion, we intend to expose theoretical bases and substantiate the argument that Information Design, when regarded as discourse, cannot be neutral, for it manifests, sustains or refutes ideological aspects present in our society.

1 Introdução

A neutralidade é uma temática que ainda figura nos discursos dentro do campo do Design. Seja na academia, como no ensino e na prática profissional, não é raro nos confrontarmos e reproduzirmos os discursos que admitem cores, materiais, tipografia, composição e outros elementos que apresentem propriedades chamadas "neutras". Além dos elementos neutros, ainda vigora a noção que mediante o uso de tais elementos alcançaríamos uma mensagem mais informativa, destituída de expressividade e, portanto, mais eficiente.

Autores como Bakhtin (2006¹) denunciam a impossibilidade de se desvincular as manifestações discursivas (os enunciados) do contexto em que se inserem e da interação social entre os interlocutores. Por esse motivo, os enunciados revelam aspectos, traços, posicionamentos das visões de mundo de quem as enuncia. Para Bakhtin, todo enunciado é uma forma de resposta, seja a favor ou contra, às formas anteriores.

Toda enunciação, mesmo na forma imobilizada da escrita, é uma resposta a alguma coisa e é construída como tal. Não passa de um elo da cadeia dos atos de fala. Toda inscrição prolonga aquelas que a precederam, trava uma polêmica com elas, conta com as reações ativas da compreensão, antecipa-as. (Bakhtin, 2006: 99)

À luz dos estudos da linguagem, objetivamos com este artigo revisar algumas noções a respeito da neutralidade e repensar o impacto sobre o Design da Informação. Segundo estes estudos, não há neutralidade da linguagem e seria um equívoco admitirmos que uma mensagem possa ser neutra, especialmente por valer-se de elementos formais e signos convencionalmente tratados no campo como neutros. Do ponto de vista de diversos estudos da linguagem, trata-se de uma premissa falsa, mas que ainda permeia uma parcela da produção acadêmica e, provavelmente, a formação e prática profissional.

Vale ressaltar que não se trata apenas de uma revisão terminológica; buscamos com o artigo discutir as questões discursivas, pois assumimos como pressuposto que o emprego destes termos reforça uma determinada postura ideológica. Ao se adotar termos ligados a neutralidade, afirmam-se visões de Design que são histórica e socialmente determinadas e expressam valores mediante uma abordagem analítica que busca isolar as funções informacionais ao omitir o papel do contexto na construção de sentidos.

Sabemos que o discurso da neutralidade se fia na tradição modernista e faz parte de um repertório compartilhado no campo. Devemos, portanto, considerar a questão do discurso ideológico a partir de sua gênese histórica. Em particular, levamos em conta a maneira como os movimentos modernos se propuseram a investigar, teorizar e sistematizar o pensamento acerca da forma.

Nesse sentido, buscamos com o artigo argumentar em duas frentes. Em primeiro lugar, identificamos a matriz ideológica que estabelece os lugares da neutralidade no campo do Design mediante a análise de enunciados feitos por representantes de alguns movimentos modernistas. Em segundo lugar, expomos o referencial teórico acerca da linguagem e de como alguns estudiosos apontam para a impossibilidade da neutralidade do discurso. Por fim, a partir da interrelação entre estes argumentos, trazemos a reflexão para o campo do Design da Informação.

A relevância desse estudo está em divulgar e atualizar os conhecimentos no campo do Design em sintonia com as mudanças promovidas na Filosofia e nas Ciências Humanas e contribuiu para o afastamento de uma visão positivista nestes campos. Acreditamos que a atualização e o entendimento dos designers sobre estas teorias são importantes, pois permitem nos desvincular de modelos teóricos advindos de outros campos que nos serviram de base no passado, mas que, todavia, já foram revistos e eventualmente superados em seus campos de origem.

¹ Existe uma polêmica sobre a atribuição de autoria dos textos de Bakhtin (1895-1975) pois algumas obras foram publicadas sob o nome de seus discípulos, como V. N. Volochinov e P. Medvedev. Também há incertezas sobre as datas em que foram escritos uma vez que a maioria de suas obras ficaram conhecidas pelo grande público apenas postumamente. *Marxismo e Filosofia da Linguagem* foi publicado originalmente sobre o nome de Volochinov entre os anos 1929-1930. Já o livro *Estética da Criação Verbal* trata tanto de textos iniciais como finais do autor (situados entre 1922-1975) e teve sua primeira edição em russo em 1979.

2 Design e neutralidade

A partir de um breve levantamento de artigos publicados nos anais do 6º Congresso Internacional de Design da Informação, em 2013, identificamos 8 que continham as palavras "neutro", "neutra" ou "neutralidade". Em um universo de 188 artigos, representam apenas cerca de 4,25%. Apesar de ser um percentual pequeno, evidencia que o conceito é válido ainda hoje, uma vez que os artigos foram avaliados, aceitos e publicados, fator que sugere cumplicidade teórica entre pesquisadores e avaliadores.

Ainda a respeito da amostragem, uma ressalva que devemos considerar é a possibilidade de que, embora outros artigos não utilizem estas palavras, os discursos envolvam noções de neutralidade que serão discutidas ao longo do artigo. Todavia, nossa seleção foca somente nos artigos que apresentaram os termos.

Observamos nos artigos as ocorrências dos termos em frases e parágrafos. Notamos que em dois casos os termos foram empregados com ressalvas, questionando a noção. Verificamos um caso em que o termo neutralidade foi adotado como um critério explicado pelos pesquisadores. Já nos outros cinco casos, identificamos que os termos foram empregados para qualificar elementos do design, como cor, formas e tipografia.

Nos cinco casos restantes, destacamos as seguintes frases em que os termos aparecem:

No primeiro artigo (Barbosa, 2013):

1. '(...) formas geométricas arredondadas que transmitem neutralidade'
2. 'Sem serifa, facilita a legibilidade, neutra'
3. 'A cor preta, no caso do selo, quando combinada com o verde fica neutra'

No segundo artigo (Botelho & Souto, 2013):

1. 'O aplicativo (...). já se diferencia por ter um tratamento estético mais formal, neutro.'

No terceiro artigo (Mazzarotto, 2013):

1. '(...) a Helvetica seria uma tipografia racional, objetiva, legível, neutra e pouco expressiva'
2. 'Para Leslie Savan, "governos e corporações amam Helvetica porque as fazem parecer neutras e eficientes"'
3. 'São esses aspectos de neutralidade e baixa expressividade que levam esses tipos a também serem chamados por Lupton (2013) de "anônimos"'
4. '(...) a Gotham ajuda a conferir neutralidade aos discursos'
5. '(...) atribuindo aos discursos que a utilizam uma certa neutralidade e imparcialidade'

No quarto artigo (Medeiros & Souza, 2013):

1. 'As cores foram apresentadas com descrição sobre um fundo neutro'
2. '(...) rejeitando o funcionalismo e a neutralidade, em prol do humor e da expressão visível da personalidade do designer.'

No quinto artigo (Costa & Pacheco, 2013):

1. '(...) além do uso de cores quentes e neutras'
2. '(...) teclas de fundos de cores diferentes: quentes, neutras e frias (...)'
3. '(...) Ao fundo havia predomínio dos tons neutros branco e preto (...)'

Pelo conjunto das afirmações há associação da neutralidade com formas geométricas, tipografias sem serifas (em especial as grotescas) e algumas cores (branco, preto e outras, de acordo com as circunstâncias). Por um lado, verificamos que as associações remetem às opções formais que vigoravam nos movimentos modernistas no design, como De Stijl, Bauhaus e a Tipografia Suíça. Por outro lado, que rejeitam opções formais de movimentos anteriores como o Art Nouveau, Neoclássico, Neogótico entre outros cujas opções formais diferem dos modernos.

Algo que devemos considerar é a opção deliberada dos modernos em rejeitar as características formais anteriores como o ornamento, as tipografias manuais e serifadas. Um breve olhar sobre os discursos nos revela elementos formais que outrora eram considerados elegantes e de bom gosto, e passam a ser identificados como excessivamente ornamentais, pouco funcionais e demasiadamente expressivos.

Douglas McMurtrie (1929), por exemplo, defende a naturalidade e a clareza como características fundamentais da tipografia moderna, afirmando que, para refletir o verdadeiro espírito moderno, toda forma deveria expressar primordialmente a função da legibilidade. A colocação da naturalidade, ou seja, da não-expressão, como aspecto essencial, contrasta com a necessidade de expressão de um discurso específico, o “espírito modernista”.

Observamos a vinculação feita entre modernismo e a objetividade, em uma expressão da não-expressão, ou seja, da construção subjetiva de uma imagem de neutralidade. McMurtrie justifica sua oposição ao uso de ornamentos com a afirmação de que o “único propósito do ornamento é fazer do layout uma imagem atraente”, e de que isso vai de encontro ao único objetivo do layout, tornar a história compreensível para o leitor: “Qualquer coisa que atrapalhe tal finalidade deve ser sacrificada” (p. 42).

Esta posição, reduzindo a comunicação visual à sua legibilidade e negando a atratividade como função, pode ser identificada também na descrição da Nova Tipografia feita por Jan Tschichold (1930), que prioriza a adaptação total a um objetivo funcionalista em detrimento da ornamentação: “A principal exigência da Nova Tipografia é a adaptação mais perfeita ao objetivo. Isso torna a falta de qualquer componente decorativo algo natural” (p. 48). Emil Ruder (1959) defende a natureza impessoal e universal da letra impressa em oposição à espontaneidade da escrita manual: “Sua natureza neutra e reservada permite que o tipógrafo ou designer o utilize em muitos padrões novos de composição” (p. 144).

Beatrice Warde (1932) compara a tipografia a uma taça de cristal, que deve ser transparente para servir ao vinho, ou seja, ao conteúdo. A neutralidade em favor da função de legibilidade é associada à visão modernista:

Ora, o primeiro homem que escolheu o vidro em vez de argila ou metal para servir de recipiente ao vinho foi um ‘modernista’, no sentido em que passarei a empregar esse termo. Isto é, a primeira pergunta que ele fez a respeito desse objeto específico não foi ‘Que aparência ele deve ter?’, mas ‘O que ele precisa fazer?’, e, desse ponto de vista, toda tipografia de qualidade é modernista. (Warde, 1932: 59).

Há, portanto, uma clara intenção em desqualificar determinados elementos formais como tipografias serifadas em prol de tipos sem serifa, por se considerar as serifas e outros ornamentos como desnecessários, elementos que “interferem” na informação. Além da tipografia, o discurso da neutralidade também abrange a rejeição das formas orgânicas e variados matizes de cores, a favor da economia formal, através do uso de formas geométricas e cores primárias. Um exemplo é o fim da fase expressionista na Bauhaus, que passa a ser bastante influenciada pelo movimento De Stijl.

Magdalena Droste (2006) afirma que a falta de uniformização das atividades em um primeiro momento da Bauhaus deixou uma parcela dos alunos insatisfeitos pois, quando o curso preliminar era ministrado por Johannes Itten, a ênfase residia na expressão individual e artística. No entanto, a presença de Theo Van Doesburg ministrando cursos De Stijl em Weimar permitiu aos alunos conhecerem uma outra abordagem formal que repercutiu muito na escola. Para

alguns alunos o De Stijl oferecia como alternativa às paletas e formas individuais e pessoais a partir de uma abordagem mais "construtiva", "uniforme" e "universal" (p.56).

Droste (2006:54) descreve a tentativa de Piet Mondrian e Theo Van Doesburg em "reconciliar as grandes polaridades da vida" mediante o uso do "ângulo direito e as três cores primárias, completadas pelo preto, branco e cinzento" que seriam os "elementos básicos da expressão". Há, portanto, uma tentativa clara do movimento De Stijl em operar a arte através análise e síntese formal, que implica a redução aos elementos considerados primários, conforme descritos em estudos sobre a cor e na geometria.

Ainda na Bauhaus, as aulas ministradas por Paul Klee e Wassily Kandinsky também sistematizavam abordagens que partiam da análise e síntese formal (Droste, 2006: 66). Ambos os professores artistas, que foram expoentes do expressionismo e da arte abstrata, incentivavam seus alunos a começarem os estudos a partir das formas e cores elementares, incentivando que operassem diferentes arranjos dessas variáveis. Apesar de não podermos afirmar que Klee e Kandinsky advogassem pela neutralidade das cores e formas primárias, o uso dos elementos primários ganha vulto na produção dos alunos da Bauhaus também por causa das abordagens deles².

Assim, a partir da Bauhaus e do movimento De Stijl, a adoção de cores e formas geométricas primárias favoreceu o desenvolvimento de um pensamento abstrato e reducionista no campo do Design. Por meio da síntese formal, esses elementos são eleitos como fundamentais para expressão visual e, portanto, passam a ser entendidos como universais e desprovidos de significados pré-estabelecidos. Esta lógica estabelece as premissas para o conceito de neutralidade da informação visual em movimentos posteriores, privilegiando uma abordagem de cunho sintático, ou seja, reduzida aos elementos básicos que constituem a mensagem visual.

A partir da segunda metade do século XX, há uma retomada do estudo da retórica, verbal e visual, com autores como Barthes, Durand, Bonsiepe, Perelman e o Groupe μ , trazendo à tona questões relativas à persuasão como parte integrante do discurso e à impossibilidade da neutralidade na comunicação. Gui Bonsiepe (1965) comenta o debate teórico sobre a possibilidade de uma comunicação sem retórica, afirmando que, para o designer, "a informação 'pura' só existe em uma abstração estéril. Assim que ele começa a lhe dar uma forma concreta, a retórica inicia seu processo de infiltração" (p. 180).

Wolfgang Weingart (1972), por sua vez, critica diretamente os princípios defendidos pelo movimento modernista, questionando os conceitos de *informação* e de *legibilidade*, classificados por ele como "puritanos", e a simplificação de seu significado complexo. Ao analisar trabalhos realizados por Emil Ruder e seus alunos, Weingart atenta para a legibilidade como fator predominante do design em detrimento da mensagem, que "não é reforçada com o uso do material sintático ou semântico suplementar" (p. 253), e questiona a tendência da chamada "Tipografia Suíça" em transmitir mensagens de forma "isenta". Segundo Weingart, o consenso em sua época negava essa orientação, acreditando que "não há nenhuma definição confiável do que seria uma mensagem razoável, honesta e não manipulada, isso deixando inteiramente de lado a questão de saber se tal definição poderia, ou mesmo deveria, existir" (p. 238). Ele sugere que a apresentação denominada isenta não é um caminho absoluto, mas sim uma atitude entre muitas, e que mesmo a comunicação que prima pela objetividade e sobriedade ainda conecta o receptor da mensagem a valores pessoais.

² Kandinsky, por exemplo, associava formas e cores a determinados significados. Um dos casos mais emblemáticos é a famosa associação triângulo/amarelo, quadrado/vermelho e círculo/azul sob argumentos que aliam características e significados próprios de cada forma/cor.

3 Linguagem e discurso

O pensamento reducionista abstrato não é uma aberração, mas uma forma dominante de abordagem científica do final do século XIX e começo do século XX que permeia diversas disciplinas além do design. O valor científico era muitas vezes associado ao uso da lógica analítica e do pensamento matemático, desdobrando-se em diferentes campos, entre eles a própria linguística sob a forma do pensamento de Saussure, que identifica os elementos estruturantes e unidades de significação da linguagem (ex.: sintagmas), e Peirce, quando propõe uma estrutura triádica para a análise dos signos (ex.: primeiridade, secundidade e terceiridade dos signos).

Diferentemente das abordagens que focam apenas nas estruturas da linguagem, surgem em meados do século XX abordagens que passam a tratar do discurso, em especial considerando as relações com o contexto social. A sociolinguística interacional, por exemplo, estabelece uma linha de pesquisas que se afasta de uma análise fragmentada para tratar as relações sociais em interação nas manifestações linguísticas considerando, inclusive, aspectos não verbais. O entendimento dos aspectos verbais e não verbais fornecem, segundo Gumperz (In Ribeiro & Garcez, 2002), as "pistas de contextualização" que podem se sobrepor aos enunciados verbais, mudando o significado do que foi dito, de acordo com o que foi sinalizado ou sugerido.

Diante dos estudos dos discursos nos deparamos com a impossibilidade da neutralidade na linguagem, uma vez que eles sempre expressam o contexto sócio-histórico em que se manifestam. De acordo com Branca Ribeiro e Pedro Garcez (2002: 8), para a sociolinguística interacional "não há significado que não seja situado", pois falante e ouvinte têm "papeis ativos na elaboração da mensagem". Esse entendimento faz com que os estudos privilegiem as situações de interação entre falantes para que, junto a análise linguística, também haja a análise da interação.

O filósofo da linguagem Mikhail Bakhtin também destacou a importância das interações sociais na constituição dos discursos. Grosso modo, Bakhtin afirmava que a linguagem se constitui de maneira dialógica, a partir das interações sociais e que a partir daí se estabelecem as formas específicas de comunicação e as normas linguísticas. Com isso, o autor se posiciona contra duas tendências linguísticas: uma que ele chama de "objetivismo abstrato", que tende a enxergar a língua como uma estrutura fixa e autônoma; outra que ele denomina "subjetivismo idealista" que compreende a língua como produto da expressão artística individual.

O dinamismo da linguagem na perspectiva bakhtiniana está relacionado às condições materiais, ou seja, sociais e históricas em que as interações verbais se realizam. Bakhtin toma a oralidade, e não a escrita, como base de sua teoria e, portanto, compreende a constituição dos signos de maneira dialética e dinâmica e não como um sinal inerte que advém de um sistema abstrato da língua. Em linhas gerais, o autor compreende que a significação depende da relação estabelecida entre os interlocutores e o contexto em que se realiza, defendendo que a língua se modifica por mudanças nas condições históricas, sociais e nas necessidades comunicativas.

Segundo Bakhtin, somente a dialética é capaz de resolver a contradição entre a unicidade e a pluralidade da significação. Desse modo, nem os signos possuem significados pré-estabelecidos por sistemas de regras e leis, que desqualificam as ocorrências divergentes como desvios, nem tampouco os signos admitem qualquer significado como a manifestação de uma expressão ou interpretação individual de cada sujeito, que descarte a possibilidade de significados partilhados por grupos sociais. Para Bakhtin, os signos não encerram em si os significados, pois estes são negociados, por meio das dinâmicas estabelecidas pela interação entre diferentes interlocutores.

Bakhtin trata a noção de enunciado tanto como o resultado, como ao processo de elaboração. Como resultado, o enunciado é uma forma cristalizada de uma ação comunicativa. Já como processo, o enunciado se relaciona às interações entre os interlocutores, sejam eles

diálogos internos entre diferentes ideologias no âmbito do próprio sujeito, ou externos com outros sujeitos. O conceito de enunciado (Bakhtin, 2003: 261) abrange o ato da fala e da escrita e o resultado do ato, enquanto o conceito de gênero trata das cristalizações de determinados enunciados.

Devido a sua natureza dialógica e social, Bakhtin admite uma pluralidade de gêneros textuais tão diversa quanto as situações sociais possíveis. Nesse sentido, Marcuschi (2003) também expõe que determinadas áreas de conhecimento produzem certas formas discursivas específicas, gerando seus próprios gêneros oriundos de práticas comunicativas institucionalizadas. É o caso de certos gêneros presentes no discurso religioso (novena, ladainha, jaculatória).

Ao transpormos estas ideias ao campo do Design, nos deparamos com a noção de que os resultados dos projetos também dialogam com estruturas e gêneros pré-existentes. Os objetos de design partilham de parâmetros normativos (por exemplo, boa forma, equilíbrio, neutralidade entre outros) que foram estabelecidos em determinado momento histórico e contexto social, em especial no modernismo da Bauhaus e na Tipografia Suíça. Estes movimentos estabelecem certas convenções reproduzidas ainda hoje, mas fossem dadas condições diferentes, seriam completamente diversas.

O pensamento de Bakhtin também nos permite falar de formas verbais específicas que aparecem nos contextos de design e assim como formas cristalizadas de enunciados que forma gêneros próprios. Todavia, também é possível pensar para além da linguagem verbal e problematizar, a partir do viés do discurso a linguagem visual, compreendendo suas manifestações ideológicas e sua retórica.

Burke, por exemplo, menciona a relação entre retórica e linguagem, afirmando que onde há "significado" há retórica. Essa compreensão abrange as formas não verbais e transcende uma abordagem meramente objetiva e científica, afirmando também o caráter persuasivo e ideológico.

Considerando em conjunto Ovídio, Maquiavel, e o ingrediente retórico na medicina, podemos chegar a uma proposição de que, em todos os tipos de recursos retóricos, parcialmente verbais e parcialmente não verbais, o elemento não verbal também persuade, em razão do seu caráter simbólico. O papel não precisa conhecer o significado de fogo para queimar. Mas na "ideia" de fogo, há um ingrediente persuasivo. Seguindo esta linha, algo de retórico sempre está na espreita em cada "significado", por mais puramente "científicas" sejam suas pretensões. Onde há persuasão, há retórica. E onde há "significado", há "persuasão". Alimento, comida e digerido, é não retórico. Mas no significado do alimento, há muita retórica, sendo o significado persuasivo o suficiente para que a ideia de alimento seja usada, como as ideias de religião, como o recurso retórico de estadistas (Burke, 1969 [1950]: 172).

Burke (p.27) também argumenta que o fato de uma atividade (o design, por exemplo) ser capaz de reduzir a princípios intrínsecos e autônomos (o objetivismo dos métodos projetuais, por exemplo) não significa que estejam livres de identificação com motivações extrínsecas. Para ele não é possível que uma ação humana seja alheia à ação moral, portanto será ao mesmo tempo uma ação social num contexto mais amplo.

As motivações são extrínsecas, quando consideradas apenas do ponto de vista da atividade especializada. Mas elas não são extrínsecas ao campo da ação moral em si, consideradas a partir da posição da atividade humana em geral. O agente humano, enquanto agente humano, não é motivado apenas pelos princípios de uma atividade especializada, por mais fortemente que esse poder especializado possa afetar seu caráter. Qualquer atividade especializada faz parte de uma unidade maior de ação (Burke, 1969 [1950]: 27)

O autor vai além e discute a ideia de neutralidade ao afirmar que uma estética que negue seu caráter político sempre manifesta uma postura política.

De acordo com o princípio retórico de identificação, onde quer que se encontre uma doutrina de estética "não política" sendo afirmada com fervor, procure por sua política (p. 28)

A partir dessa perspectiva, entendemos que a própria noção de neutralidade é ideológica, estabelece-se com motivações filosóficas em contextos sócio-históricos diferentes: na Bauhaus, é uma reação ao Expressionismo; na Tipografia Suíça a tentativa de suprimir a individualidade e expressividade, considerada como aspectos alheios à mensagem em prol de princípios racionais associados à lógica reducionista e pretensamente universal.

4 Design da informação e discurso

O discurso modernista centrado na objetividade e universalidade pode ser observado na produção textual dedicada ao Design de Informação. Este campo deve ser entendido como uma comunidade discursiva especialmente preocupada com a questão da comunicação e informação, em que a noção de neutralidade precisa ser problematizada. Notamos que historicamente a noção de neutralidade se reflete nos conceitos perpetuados como referências neste campo.

Otto Neurath, por exemplo, defende uma comunicação universal a partir do uso de imagens. Para ele, o uso de imagens em vez palavras seria uma solução para os obstáculos comunicacionais criados pela existência de diferentes idiomas: “Palavras dividem, imagens unem” (1931: 217). Neurath afirma que a comunicação deve ser o mais simples e o mais neutra possível, o que é mais eficientemente executado com o uso de imagens em vez de palavras: “Uma linguagem pictórica (...) tem a vantagem de ser independente da linguagem verbal, é particularmente adequada para expressar informação factual de forma simplificada, e tem uma certa neutralidade. Claro que se pode formular declarações verbais de forma neutra, mas elas geralmente soam chatas e pouco atraentes” (1945: 229). Seguindo com a comparação, Neurath afirma que a linguagem tradicional é carregada com julgamentos positivos ou negativos, enquanto a linguagem visual elimina julgamentos (p. 234).

Ellen Lupton (1986) discute a obra de Neurath, problematizando sua abordagem reducionista para delimitar o estilo dos sinais e ao princípio de consistência para atribuir coerência ao sistema. A autora critica a maneira como esses procedimentos sugerem uma relação natural e científica das imagens com os objetos, ao invés de sua relação cultural.

Os escritos de Neurath sugerem duas regras centrais para gerar o vocabulário de imagens internacionais: redução, para determinar o estilo de signos individuais; e consistência, para dar uma aparência de sistema coerente a um grupo de signos. (...) Redução significa achar a expressão mais simples de um objeto. (...) A função retórica, implícita, da redução é sugerir que a imagem tem uma relação natural, científica com o seu objeto, como se fosse uma essência natural, necessária, em vez de um signo culturalmente aprendido (Lupton, 1986: 151).

Lupton (1986) também aponta outra contradição importante a ser considerada no pensamento de Neurath. Ele estabelece uma analogia em que o diagrama abstrato está para a estatística, assim como a fotografia, por sua natureza mecânica, está para os fatos sociais. Na comparação, Neurath compreende que ambos são manifestações mais neutras e isentas. Todavia, parece ignorar uma noção que hoje já amplamente aceita por fotógrafos de que a fotografia trata de construções que manifestam determinadas intenções a partir das escolhas do fotógrafo.

A lógica que associa a linguagem matemática à universalidade da linguagem visual também está presente nas afirmações de Edward Tufte, que entende a semelhança entre design da informação e a matemática, por ambos possuírem princípios universais e independentes da cultura:

Os princípios do design de informação são universais — como a matemática — e não estão ligados a aspectos únicos de uma linguagem ou cultura particular. Conseqüentemente, nossos exemplos estão amplamente distribuídos no espaço e no tempo: ilustrações vêm de 17 países e 7 séculos, e, aliás, 3 planetas e 1 estrela (Tufte, 1990: 10).

A abordagem de Tufte reafirma a postura denunciada por Bakhtin como objetivismo abstrato, tomando-a como uma estrutura autônoma, separada do contexto em que ocorre. Essa abordagem também exclui os participantes da relação comunicacional, omitindo questões de endereçamento referentes a tanto quem emite como aos destinatários, exclui, portanto, as estratégias comunicacionais e persuasivas, bem como as questões de repertório necessárias para que a informação faça sentido.

Além de diversas afirmações que advogam o princípio de neutralidade informacional, o ponto de vista de Neurath e Tufte encontram ecos tardios em discursos relativamente mais recentes. Michael Rock, por exemplo, chega a afirmar que o design de informação seria capaz de "superar" a narrativa, bem como se isentar de autoria e a relação com o leitor para que, portanto, não manifeste um ponto de vista. Estas supressões seriam necessárias para uma melhor compreensão e maior objetividade.

Gráficos e diagramas são certamente úteis para oferecer explicações gerais e relacionais de uma questão, mas eles necessariamente eliminam os aspectos ambíguos, sutis ou obscuros de qualquer ideia. A informação foi pré-processada, pré-mastigada; pode apenas levar a uma conclusão. E então o design destas páginas controla a leitura; filtrando toda complexidade e apresentando um "fato" astutamente fictício.

(...) Narrativas pressupõem um autor e um leitor. O leitor negocia o processo de argumentação racional, conferindo qualquer ponto específico com a premissa inteira. A credibilidade do conteúdo é medida a partir da autoridade do autor. O argumento apresentado é compreendido como sendo limitado pela perspectiva inerentemente pressuposta na voz narrativa. Mas imagens e gráficos parecem não pressupor um ponto de vista inerente. Eles irradiam um tipo de falsa objetividade porque o conceito de imagem-como-opinião é difícil de compreender, para a maior parte das pessoas (Rock, 1992: 148).

A ideia de Rock é que os gráficos e diagramas sejam mais eficientes por se afastarem da narrativa, cuja característica seria pressupor um autor e um leitor. Todavia, o pressuposto do autor de as imagens e gráficos não implicarem um ponto de vista reitera uma abordagem objetivista abstrata, e manifesta aquilo que Catherine McCoy (1993: 217) denuncia como o problema do desprendimento. O que ocorre é que a partir da forma abstrata, se "divorcia o design do conteúdo e do contexto", como se fosse possível que a forma gráfica não se relacionasse a valores subjetivos e ideias.

5 Conclusão

As abordagens discursivas contrariam a pretensa objetividade e a suposta neutralidade dos elementos linguísticos. Dentro dos estudos da linguagem é impossível se isolar o enunciado de sua retórica como forma de persuasão, tanto quanto de se excluir os participantes e o contexto do processo comunicacional. Apesar de reconhecermos que as visões objetivistas que abordam a linguagem constituída por elementos neutros já foi amplamente aceita nos estudos da linguagem, é importante reconhecer que atualmente tais posturas são relativizadas pelas abordagens do viés discursivo.

Abraham Moles (1986) sinaliza que não é possível desvincular o design do discurso e que, portanto, os profissionais deste campo contribuem para a formação das culturas onde atuam.

(...) o designer gráfico não é responsável pelo conteúdo de uma mensagem, que é sempre imposta por outros, mas, sim, por um estilo e suas consequências sociais. A clareza da tipografia suíça, a qualidade tradicional de uma tipografia gótica, a simplicidade do design *naïve*, o barroco, minimalismo, todo têm múltiplos valores culturais para a seleção daquilo pelo que o design é certamente responsável. Estes valores culturais moldam e modulam as virtudes do Banania (um achocolatado), como as de uma tabela de horário de trens; estes são os valores duráveis a longo prazo, que realmente contribuem para o espírito de uma cultura (Moles, 1986: 123)

Devido ao papel cultural e a maneira como se expressam valores pessoais e coletivos através do design consideramos necessária a revisão dos conceitos de neutralidade. Evidenciamos ao longo do artigo algumas contradições e a falta de compatibilidade do pensamento acerca da linguagem visual com os estudos contemporâneos da linguagem. Esse descompasso é responsável pela manutenção de fundamentos ainda apegados a uma visão supostamente científica por ser reducionista e abstrata, operada pela lógica matemática, mas que exclui as variáveis de contexto pertinentes ao processo comunicacional.

Reiteramos aqui a importância de uma aproximação interdisciplinar entre design e os estudos da linguagem, tanto para um maior entendimento das questões de contexto interacional, das relações de persuasão e retórica, como também pela questão do viés ideológico presente nos discursos. O risco de se assumir uma abordagem neutra, desvinculada de contextos é a de se assumir uma perspectiva ingênua, que ignora uma série de aspectos pertinentes a articulação dos valores nos produtos de design da informação. Ou seja, perde-se a possibilidade de se discutir criticamente a maneira como os discursos imagéticos se constituem.

Não pretendemos invalidar aqui a prática de análise imagética ou a investigação da linguagem visual mediante os usos da abstração. Concordamos com Burke (1969) quando ele fala que o risco de se abordar as variáveis de contexto se transforme num historicismo extremo que possa perder de vista a análise textual em si. De maneira análoga, acreditamos que o design de informação e o design, de um modo geral, se beneficiaram do estabelecimento de um conjunto de princípios que regem o pensamento sobre a forma e que não devam ser, necessariamente, descartados.

O que defendemos com o artigo é a relativização de tais princípios, para que também possamos estudar os processos e contextos de significação, bem como as estratégias retóricas e apelo das mensagens visuais. Reconhecemos que o artigo trata de uma amostragem pequena e talvez pouco significativa, mas que evidencia a atualidade do debate sobre o tema. Isso também reafirma a necessidade de mais estudos acerca da retórica e construção dos discursos no design da informação. Com isso, pretendemos evitar que os discursos veiculados pelos designers da informação sejam tomadas por absolutos, universais, independentes do contexto e neutros.

Referências

- BAKHTIN, M. (Volochinov). 2006. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec.
- BAKHTIN, M. 2003. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- BARBOSA, E. Q. 2013. A comunicação do selo de certificação de orgânicos aplicado do design da embalagem. *Anais do 6º Congresso Internacional de Design da Informação*, v. 1, n. 2.
- BONSIEPE, G. 1965. Retórica visual/verbal. In: Bierut, M.; Helfand, J.; Heller, S. & Poynor, R. (Eds.). 2010. *Textos clássicos do design gráfico*: 177-183. São Paulo: Martins Fontes.
- BOTELHO, V.; SOUTO, V. T. 2013. Análise do design de aplicativos para dispositivos móveis com foco em crianças e adolescentes. *Anais do 6º Congresso Internacional de Design da Informação*, v. 1, n. 2.
- BURKE, K. 1969 [1950]. *A Rhetoric of Motives*. Los Angeles: University of California Press.
- COSTA, F. B.; PACHECO, H. S. 2013. O design, o teclado de computador e o idoso. *Anais do 6º Congresso Internacional de Design da Informação*, v. 1, n. 2.
- DROSTE, M. 2006. Bauhaus. Colônia: Taschen, 2006.
- DUBOIS, P. 2008. O ato fotográfico e outros ensaios (L'acte photographique et autres essais).

- Trad. Marina Appenzeller. Campinas: Papyrus.
- KINROSS, R. 1985. The Rhetoric of Neutrality. In: Margolin, V. (Ed.). 1989. Design discourse: history, theory, criticism: 131-143. Chicago: The University of Chicago Press.
- LUPTON, E. 1986. Reading Isotype. In: Margolin, V. (Ed.). 1989. Design discourse: history, theory, criticism: 145-156. Chicago: The University of Chicago Press.
- MARCUSCHI, L. A. 2003. Generos textuais: definição e funcionalidade. In Dionisio, A., Machado, A. e Bezerra, M. (orgs). *Gêneros Textuais & Ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna.
- MAZZAROTTO, M. 2013. Identificação e análise do uso da família tipográfica Gotham por instituições de poder no Brasil. *Anais do 6º Congresso Internacional de Design da Informação*, v. 1, n. 2.
- MCCOY, K. 1993. Countering the tradition of the apolitical designer. In: Bierut, M.; Drenttel, W.; Heller, S. & Holland, D. K (Eds.). *Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press.
- MCMURTRIE, D. C. 1929. A filosofia modernista na tipografia. In: Bierut, M.; Helfand, J.; Heller, S. & Poynor, R. (Eds.). 2010. *Textos clássicos do design gráfico*: 41-43. São Paulo: Martins Fontes.
- MEDEIROS, D. P.; SOUZA, R. P. L. 2013. Design e expressão nos cartazes contemporâneos: uma abordagem semiótica. *Anais do 6º Congresso Internacional de Design da Informação*, v. 1, n. 2.
- MOLES, A. 1986. The Legibility of the World: A Project of Graphic Design. In: Margolin, V. (Ed.). 1989. *Design Discourse: history, theory, criticism*: 91-109. Chicago: The University of Chicago.
- NEURATH, O. 1931. Visual Education and the Social and Economic Museum in Vienna. In: Neurath, O. 1973. *Empiricism and Sociology*: 215-218. Dordrecht: D. Reidel.
- NEURATH, O. 1945. Visual Education: Humanisation versus Popularisation. In: Neurath, O. 1973. *Empiricism and Sociology*: 227-248. Dordrecht: D. Reidel.
- RIBEIRO, B. e GARCEZ, P. 2002. *Sociolinguística Interacional*. São Paulo: Loyola.
- ROCK, M. 1992. Since when did USA Today become the national design ideal? In: Bierut, M.; Drenttel, W.; Heller, S. & Holland, D. K. (Eds.). 1994. *Looking Closer: Critical writings on graphic design*: 146-149. New York: Allworth Press.
- RUDER, E. 1959. A tipografia da ordem. In: Bierut, M.; Helfand, J.; Heller, S. & Poynor, R. (Eds.). 2010. *Textos clássicos do design gráfico*: 142-145. São Paulo: Martins Fontes.
- TSCHICHOLD, J. 1930. Vida nova na tipologia. In: Bierut, M.; Helfand, J.; Heller, S. & Poynor, R. (Eds.). 2010. *Textos clássicos do design gráfico*: 46-50. São Paulo: Martins Fontes.
- TUFTE, E. 1990. *Envisioning Information*. Cheshire: Graphics Press.
- TUFTE, E. R. 1997. *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*. Cheshire: Graphics Press.
- TUFTE, E. R. 2001. *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire: Graphics Press.
- WARDE, B. 1932. A taça de cristal ou a impressão deve ser invisível. In: Bierut, M.; Helfand, J.; Heller, S. & Poynor, R. (Eds.). 2010. *Textos clássicos do design gráfico*: 58-61. São Paulo: Martins Fontes.
- WEINGART, W. 1972. Como alguém pode fazer tipografia suíça? In: Bierut, M.; Helfand, J.; Heller, S. & Poynor, R. (Eds.). 2010. *Textos clássicos do design gráfico*: 236-257. São Paulo: Martins Fontes.

Sobre os autores

Ricardo Artur Pereira Carvalho, Dr., ESDI/UERJ, Brasil <rartur@esdi.uerj.br>

Bárbara Emanuel, M.A., ESDI/UERJ, Brasil <bemanuel@esdi.uerj.br>