

DO ERRO À IDEIA DE ERRO

O Erro como Instrumento

Anabela Gomes
2017

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM DESIGN GRÁFICO

ORIENTADOR JOÃO CARLOS DE JESUS PINTO
CO-ORIENTADOR LUÍSA PIRES BARRETO

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN

CALDAS DA RAINHA
SETEMBRO DE 2017

AGRADECIMENTOS

Não era possível a existência desta dissertação sem os meus orientadores, estou extremamente agradecida à paciência e orientação do professor João Carlos de Jesus Pinto e à professora Luísa Pires Barreto. Aos docentes do mestrado, cujo os diálogos foram enriquecedores, me proporcionaram novas perspectivas e incentivo para elaborar esta dissertação.

RESUMO

Caos, desordem, sujo, torto, incorrecto e acaso são alguns conceitos que ligamos com o universo do erro. Mas será isto o erro?

A presente investigação procura questionar a instrumentalização do erro como ferramenta, evidenciando o seu possível papel no fluxo de trabalho de um designer gráfico. Para o seu desenvolvimento tanto a nível conceptual como prático será necessário observar o erro enquanto parte daquilo que se entendem ser as normas padrão e bases do design gráfico no momento em que estas são momentaneamente colocadas em causa.

PALAVRAS-CHAVE

“Ideia de Erro”; Erro; Normas-Padrão; Regras; Fluxo de Trabalho; Falhar.

ABSTRACT

Chaos, disorder, dirty, crooked, incorrect and random are some concepts that we link with the universe of error. But is this the error?

The present investigation seeks to question the instrumentalization of error as a tool, evidencing its possible role in the workflow of a graphic designer. For its development both conceptual and practical it will be necessary to observe error as part of what is understood to be the standard norms and bases of graphic design at the moment when these are momentarily questioned.

KEY-WORDS

"Idea of error"; Error; Standard; Norms; Rules; Workflow; Fail

ÍNDICE DE FIGURAS

- 12-13 **Figura I** - *Timeline História do Erro*
- 16 **Figura II** - *Erro Esquema.*
- 21 **Figura III** - *Impressão Inadequada Esquema.*
- 24 **Figura IV** - *Equívoco Esquema.*
- 29 **Figura V** - *Lapso Esquema.*
- 41 **Figura VI** - *Bologna Stone (1389)*
- 42 **Figura VII** - *Serie A*
- 47 **Figura VIII** - *Poster para a câmara municipal de Zurique
Josef Müller-Brockmann (1955)*
- 48 **Figura IX** - *Litografia de Ernst Keller (1927)*
- 50 **Figura X** - *Equilíbrio*
- 51 **Figura XI** - *Proximidade*
- 52 **Figura XII** - *Contraste*
- 53 **Figura XIII** - *Espaço*
- 54 **Figura XIV** - *Repetição/ Consistência*
- 55 **Figura XV** - *Alinhamento*
- 56 **Figura XVI** - *Hierarquia*
- 65 **Figura XVII** - *Wolfgang - Round Compositions (1990) I*
- 65 **Figura XVIII** - *Wolfgang - Round Compositions (1990) II*
- 66 **Figura XIX** - *Wolfgang - Round Compositions (1990) III*
- 66 **Figura XX** - *Wolfgang - Round Compositions (1990) IV*
- 73 **Figura XXI** - *Capa do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello
& The Attractions (1979)*

- 74 **Figura XXII** - Interior do álbum “Armed Forces” de Elvis Costello & The Attractions (1979)
- 75 **Figura XXIII** - Interior do álbum “Armed Forces” de Elvis Costello & The Attractions (1979), com sleeve
- 75 **Figura XXIV** - Sleeve do álbum “Armed Forces” de Elvis Costello & The Attractions (1979), frente e verso
- 76 **Figura XXV** - Contracapa do álbum “Armed Forces” de Elvis Costello & The Attractions (1979), variações I
- 77 **Figura XXVI** - Contracapa do álbum “Armed Forces” de Elvis Costello & The Attractions (1979), variações II
- 77 **Figura XXVII** - Vinil frente e verso “Armed Forces” de Elvis Costello & The Attractions (1979)
- 78 **Figura XXVIII** - Cartões offcut do álbum “Armed Forces” de Elvis Costello & The Attractions (1979)
- 81 **Figura XXIX** - Contracapa e capa do álbum “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão do inglesa
- 82 **Figura XXX** - Sleeve “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão do inglesa
- 83 **Figura XXXI** - Autocolante do vinil do álbum “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão inglesa
- 83 **Figura XXXII** - Frente da sleeve do single “Stranger in the House” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão inglesa
- 83 **Figura XXXIII** - Parte de trás da sleeve do single “Stranger in the House” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão inglesa
- 84 **Figura XXXIV** - Capa do álbum “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão Americana
- 84 **Figura XXXV** - Contracapa do álbum “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão Americana
- 84 **Figura XXXVI** - Sleeve do single “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão Americana
- 84 **Figura XXXVII** - Autocolante do vinil do álbum “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão Americana
- 85 **Figura XXXVIII** - Capa do álbum “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão Sueca

- 85 **Figura XXXIX** - Contracapa do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attracions (1978), Versão Sueca
- 85 **Figura XL** - Sleeve do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attracions (1978), Versão Sueca
- 85 **Figura XLI** - Autocolante do vinil do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attracions (1978), Versão Sueca
- 87 **Figura XLII** - Esboço da contracapa do album "Damned Damned Damned" dos "The Damned" (1977)
- 87 **Figura XLIII** - Contracapa do album "Damned Damned Damned" dos "The Damned" (1977), com o "erro"
- 88 **Figura XLIV** - Segunda contracapa do album "Damned Damned Damned" dos "The Damned" (1977), corrigida
- 88 **Figura XLV** - Capa do album "Damned Damned Damned" dos "The Damned" (1977)
- 89 **Figura XLVI** - Capa do album "Damned Damned Damned" dos "The Damned", (1977) Edição Limitada com sticker "food-fight"
- 92 **Figura XLVII** - Capa da revista Ray Gun #24, Mudhoney, March 1995
- 92 **Figura XLVIII** - Capa da revista Ray Gun #57, Garbage, July 1998
- 92 **Figura XLIX** - Capa da revista Ray Gun, #39, Beck, September 1999
- 92 **Figura L** - Capa da revista Ray Gun #32, Sonic Youth, December/January 1996
- 93 **Figura LI** - Capa da revista Ray Gun #50, Oasis, October 1997
- 93 **Figura LII** - Capa da revista Ray Gun #11, Swervedriver, November 1993
- 93 **Figura LIII** - Capa da revista Ray Gun #3, Dinosaur Jr., February 1993
- 93 **Figura LIV** - Capa da revista Ray Gun #19, Jesus and Mary Chain, September 1994
- 94 **Figura LV** - Detalhe da fonte Zapf Dingbats, no artigo para a revista "Ray Gun" (1994), sobre o músico Brian Ferry
- 95 **Figura LVI** - Spread do artigo para a revista "Ray Gun" (1994), sobre o músico Brian Ferry
- 103 **Figura LVII** - Poster 1 "The Dishonest Manifest" I, Royal Studio (2014)

- 104 **Figura LVIII** - Poster 1 *"The Dishonest Manifest" II*, Royal Studio (2014)
- 105 **Figura LIX** - Poster 1, *Experiência I, provocado por Pixel Sort* (2017)
- 105 **Figura LX** - Poster 1, *Experiência II, provocado por Pixel Sort* (2017)
- 106 **Figura LXI** - Poster 1, *Experiência III, provocado por Pixel Sort* (2017)
- 106 **Figura LXII** - Poster 1, *Experiência IV, provocado por Pixel Sort* (2017)
- 107 **Figura LXIII** - Poster 1, *Experiência V, provocado por Pixel Sort* (2017)
- 107 **Figura LXIV** - Poster 1, *Montagem I* (2017)
- 108 **Figura LXV** - Poster 1, *Montagem II* (2017)
- 108 **Figura LXVI** - Poster 1, *Montagem III* (2017)
- 109 **Figura LXVII** - Poster 1, *Resultado Final* (2017)
- 110 **Figura LXVIII** - Poster 1 *"The Dishonest Manifest" II*, Royal Studio (2014)
- 111 **Figura LXIX** - Poster 1, *Resultado Final* (2017)
- 113 **Figura LXX** - Poster 2, *"Birth of the Cool"*, Cornel Windlin (1997)
- 114 **Figura LXXI** - Poster 2, *Experiência I, mancha de tinta* (2017)
- 114 **Figura LXXII** - Poster 2, *Experiência II, mancha de tinta* (2017)
- 115 **Figura LXXIII** - Poster 2, *Experiência III, digitalização a preto e branco* (2017)
- 115 **Figura LXXIV** - Poster 2, *Experiência IV, digitalização a preto e branco* (2017)
- 116 **Figura LXXV** - Poster 2, *Montagem I* (2017)
- 117 **Figura LXXVI** - Poster 2, *Resultado Final* (2017)
- 118 **Figura LXXVII** - Poster 2, *"Birth of the Cool"*, Cornel Windlin (1997)
- 119 **Figura LXXVIII** - Poster 2, *Resultado Final* (2017)
- 121 **Figura LXXIX** - Poster 3, *SCANMANIA*, Rubén Montero (2015)
- 122 **Figura LXXX** - Poster 3, *Experiência I, digitalização com arrastamento* (2017)
- 122 **Figura LXXXI** - Poster 3, *Experiência II, digitalização com arrastamento* (2017)
- 123 **Figura LXXXII** - Poster 3, *Experiência III, digitalização com arrastamento* (2017)
- 123 **Figura LXXXIII** - Poster 3, *Experiência IV, digitalização com arrastamento* (2017)

- 124 **Figura LXXXIV** - Poster 3, *Experiência V, digitalização com arrastamento* (2017)
- 124 **Figura LXXXV** - Poster 3, *Experiência VI, digitalização com arrastamento* (2017)
- 125 **Figura LXXXVI** - Poster 3, *Resultado Final* (2017)
- 126 **Figura LXXXVII** - Poster 3, *SCANMANIA, Rubén Montero* (2015)
- 127 **Figura LXXXVIII** - Poster 3, *Resultado Final* (2017)
- 129 **Figura LXXXIX** - Poster 4, *“Golden Teatre”, Peter Bankov* (s.d)
- 130 **Figura XC** - Poster 4, *Experiência I, recorde de letras* (2017)
- 130 **Figura XCI** - Poster 4, *Experiência II, escrita manual* (2017)
- 131 **Figura XCII** - Poster 4, *Experiência III, mancha de tinta da china* (2017)
- 132 **Figura XCIII** - Poster 4, *Montagem I* (2017)
- 133 **Figura XCIV** - Poster 4, *Resultado Final* (2017)
- 134 **Figura XCV** - Poster 4, *“Golden Teatre”, Peter Bankov* (s.d)
- 135 **Figura XCVI** - Poster 4, *Resultado Final* (2017)
- 137 **Figura XCVII** - Poster 5, *“Miami Ad School: Why Design?”, Andre Fukumoto* (s.d)
- 138 **Figura XCVIII** - Poster 5, *Experiência I, digitalização com arrastamento* (2017)
- 138 **Figura XCIX** - Poster 5, *Experiência II, digitalização com arrastamento* (2017)
- 139 **Figura C** - Poster 5, *Experiência III, digitalização com arrastamento* (2017)
- 139 **Figura CI** - Poster 5, *Experiência IV, digitalização com arrastamento* (2017)
- 140 **Figura CII** - Poster 5, *Experiência V, digitalização com arrastamento* (2017)
- 140 **Figura CIII** - Poster 5, *Experiência VI, digitalização com arrastamento* (2017)
- 141 **Figura CIV** - Poster 5, *Experiência VII, digitalização com arrastamento* (2017)
- 141 **Figura CV** - Poster 5, *Experiência VIII, linhas* (2017)
- 142 **Figura CVI** - Poster 5, *Montagem I* (2017)
- 143 **Figura CVII** - Poster 5, *Resultado Final* (2017)
- 144 **Figura CVIII** - Poster 5, *“Miami Ad School: Why Design?”, Andre Fukumoto* (s.d)
- 145 **Figura CIX** - Poster 5, *Resultado Final* (2017)

ÍNDICE

3 INTRODUÇÃO

CAPÍTULO I

Parte 1 - ERRO

- 9 1.1 À Descoberta do Erro
- 15 1.2 Erro
 - 23 1.2.1 Equívocos
 - 27 1.2.2 Lapsos
- 31 1.3 Valor do Erro
- 33 1.4 Importância da Partilha

Parte 2 - O REINO DAS NORMAS

- 39 2.1 Normas-Padrão
 - 41 2.1.1 A4
 - 45 2.1.2 A Grelha
- 49 2.2 Os Princípios do Design Gráfico

Parte 3 - O DESIGNER COMO ERROPIONEIRO

- 59 3.1 “Ideia de Erro”
- 63 3.2 Acaso
- 67 3.3 Errar no Design Gráfico

CAPÍTULO II - ESTUDOS DE CASO

- 71 1.1 Barney Bubbles
- 91 1.2 *The Father of “Grunge”*

CAPÍTULO III - THE EPIC FAIL!

- 99 1.1 Conceito
- 101 1.2 Processo
- 147 1.3 Resultados

149 CONCLUSÃO

153 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

155 BIBLIOGRAFIA

INTRODUÇÃO

Atualmente há cada vez mais a necessidade do indivíduo requerer socialmente e culturalmente êxito nas suas tarefas, criando como inimigo número um o erro.

Apesar da sua existência ser muitas das vezes ocultada devido à sua conotação negativa na sociedade, esta positiva ou negativa raramente é admitida. Será devido aos ideais da perfeição e da sua tentativa de os alcançar. Tornou-se um estigma perante a sociedade? O que significa o erro?

Sabemos que é inato a todos os indivíduos e que quando acontece, ninguém é responsável. No fim, todos “sabemos” o que é o erro, pelo menos a sua definição quotidiana e de senso comum. Originada do azar e do acaso. Acontece porque sim, sem razão ou explicação.

Surge assim o interesse em estudar e desconstruir a questão do erro e do seu ambiente e interação com o indivíduo. Procurando entender o erro, as normas-padrão e os princípios do design gráfico. E se estes podem unir e originar algo novo.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada assenta no princípio da investigação através da leitura e consequente análise crítica das obras e materiais relacionados à temática do erro e do design gráfico. Iniciando toda a pesquisa com a procura da definição do erro e dos seus envolventes.

Este processo desenvolveu-se num coexistente de desvios, acasos, ordem, desordem e tentativa e erro. Desde à sua origem como tema de dissertação até ao objecto final.

OBJECTIVOS

A análise teórica e o desenvolvimento prático da investigação parte das questões: Pode o erro ser provocado? Se sim, pode ser instrumentalizado como ferramenta no fluxo de trabalho de um designer gráfico? Na tentativa de responder a estas questões a presente investigação procura entender o que é o erro e o seu envolvente.

Neste âmbito, a presente investigação nasce da curiosidade perante o mistério e a complexidade do erro. Curiosidade sobre a (im) possibilidade da sua instrumentalização no fluxo de trabalho, refletindo sobre as características e a razão do porquê da sua importância.

ESTRUTURA

A componente teórica e de reflexão é constituída por dois capítulos, sendo o primeiro o enquadramento para o segundo.

O primeiro capítulo (I), consiste em três partes, essenciais para o todo. Na parte 1, serão abordados autores de referência do erro, como John W. Senders e Neville P. Moray autores da obra "*Human Error: Cause, Prediction and Reduction*" e James Reason autor da obra "*Human Error*" onde abordam a definição de erro, o seu valor e a importância da sua partilha. Na parte 2, serão abordadas as normas-padrão e os princípios de design gráfico de forma generalizada.

Concluindo na parte 3 com uma reflexão cujo intuito será o de solucionar o contexto anterior, desvelando o conceito “ideia de erro”, o acaso e de que modo pode ser integrado no fluxo de trabalho de um designer gráfico.

No segundo capítulo (II) serão analisados dois estudos de caso, nomeadamente o trabalho de Barney Bubbles e David Carson.

Encerraremos com o terceiro capítulo (III) que enquadra o projeto prático desde o seu conceito aos resultados finais.

CAPÍTULO I

Parte I - ERRO

1.1 À Descoberta do Erro

1.2 Erro

1.2.1 Equívocos

1.2.2 Lapsos

1.3 Valor do Erro

1.4 A Importância da Partilha

1.1 À DESCOBERTA DO ERRO

Atualmente, o conhecimento sobre o erro continua a ser escasso perante outras áreas, seja na busca de informação na *internet* ou em obras físicas. Devido ao facto do erro ter pouco tratamento teórico ou crítico sob a forma de bibliografia essencial, foi muito difícil a escolha de autores base. Assentámos portanto em dois critérios: as últimas obras publicadas sobre o erro e as suas referências bibliográficas.

As obras de referência presentes nesta dissertação sobre o erro são “*Human Error: Cause, Prediction, and Reduction*” de John W. Senders & Neville P. Moray e “*Human Error*” de James Reason. Em ambas as obras é abordado o que é o erro, como detectá-lo e classificá-lo, as suas causas e como preveni-las ou eliminá-las.

Mas para estes autores chegarem a estes princípios, houveram outros que os influenciaram. Nomeadamente um dos nomes que surge frequentemente é James Sully. Sully foi um psicólogo inglês, conhecido no século XIX pela sua abordagem à concetualização da mente, aceitando a “introspecção” como uma “percepção interior”. Definindo-a como “(...) *it is the mind's immediate reflective cognition of its own states as such.*” (*Illutions*, Sully, 1881). Na obra “*Illusion*” o autor refere que “*the present volume takes a wide survey of the illusions of sense dealt with no treatises on physiological etc., but also other errors familiarly known as illusions, and resembling the former in their structure and mode of origin*”. Sendo os “*other errors*” baseados em falsas crenças, pensamentos, memórias, percepções e conhecimentos. Definindo a ilusão como uma definição provisória de qualquer tipo de erro, que falsifica a forma de conhecimento imediato, evidente ou intuitivo, seja desde a percepção dos sentidos ou de outra forma¹.

Procurando separar todo o conhecimento em duas grandes categorias, nomeadamente o conhecimento primário ou intuitivo e conhecimento secundário ou inferencial.

Em 1820, William James completou a obra *“The Principles of Psychology”*, onde se destacam três contribuições para a psicologia, designadamente a sua análise perante o “fluxo de pensamento” (*stream of thought*), a “teoria da emoção” (*theory of emotion*) e a sua “caracterização do eu” (*characterization of the self*). Não só ao longo da obra o autor dá algumas descrições de falhas cognitivas do quotidiano, mas igualmente fornece os elementos básicos da teoria do erro humano, tal como o hábito, a memória e a (força) vontade.

Em 1896, Sigmund Freud compreendeu pela primeira vez o significado de alguns lapsos do quotidiano. Sendo um deles o esquecimento de um nome próprio que, logo no início da obra *“Psychopathology of Everyday”* afirma que não só esquece o nome como também recorda falsas memórias e/ou recordações. Levando-o a concluir que as circunstâncias que podem originar ao esquecimento podem ser “(1) a certain disposition to forget the same; (2) a process of suppression which has taken place shortly before; and (3) the possibility of establishing an outer association between the concerned name and the element previously suppressed”. A partir deste exemplo (esquecimento de um nome próprio) o autor começou a colectar vários casos e formas de erros quotidianos. Estas ideias e casos, mais tarde foram colocados na obra *“Introductory Factors on Psychoanalysis”* dando origem à célebre frase “um lapso freudiano” (*a freudian slip*), fruindo um papel na parte da linguagem do erro e como expressão de que, o erro de facto acontece de forma inconsciente.

Paul Meringer foi o primeiro linguista (1880) a se interessar pelo erro, contemplando os mecanismos e pistas “*underlying*” da fala. Recolhendo 8,000 lapsos de fala e escrita que até hoje são usados por investigadores contemporâneos, devido ao seu

rigor na classificação e descrição de informação arquivada. A sua investigação fora baseada no facto de serem os erros de linguagem os mais comuns do quotidiano.

A nova psicologia de *Gestalt* em 1912, demonstrou grande influência no estudo do erro através de Max Wertheimer, Kurt Koffka e Wolfgang Kohler. Estes criaram um argumento baseado no fenómeno psicológico, no qual haveria algo mais na junção de partes num cenário perceptivo, onde as partes não determinavam o todo, mas sim o todo determinava as partes. Na procura da definição dos princípios de percepção, elaboraram um teste onde a sucessão rápida de imagens em sequência (*continuous motion*) desencadeava uma ilusão visual – fenómeno *phi*.

Estes são alguns dos exemplos dos traços da origem da história do erro, criando atualmente o seu universo complexo. Como se pode observar o erro absorve e reflete-se em diversas áreas de diversos modos.

1820
William James
"The Principles of Psychology"

1881
Sully
"Illutions"

1880
Paul Meringer
*"Recolhendo 8,000 lapsos de fala
e escrita"*

1896
Sigmund Freud
"Psychopathology of Everyday"

Figura I - Timeline História do Erro

1912

Max Wertheimer, Kurt Koffka e Wolfgang Kohler
"Psicologia de Gestalt"

1990

James Reason
"Human Error"

1991

John W. Senders & Neville P. Moray
*"Human Error - Cause, Prediction,
and Reduction"*

1.2 ERRO

O erro provém da forma do verbo errar que por sua vez provém do latim *errare* que significa: 1) vaguear, movimentar-se sem destino fixo; 2) enganar-se, cometer erro, incorrecto. Contendo a ideia de continuação, movimento e procura.

Talvez por isso associamos o conceito de erro com o conhecimento, tal como afirma Ernst Mach na obra *“Knowledge and Error”* (1905) o “conhecimento e o erro fluem na mesma origem mental (...)”² (Apud Reason, p.1, 1990). Deduzindo que ambos são faces da mesma moeda, tal como associamos desde crianças os conceitos opostos, tais como a verdade e a mentira, o correcto e o errado ou bonito e o feio.

Apesar dos erros à primeira vista mostrarem diversidade, não o são. Pelo contrário na sua maioria são limitados. Por outro lado as suas causas e motivos, esses sim podem ser diversificados. Uma das maneiras de comparação de erros surge pela identificação, ou seja, pela ação, decisão, resolução de problemas, capacidade de julgar, reconhecimentos, línguas, etc. Devido a serem derivados de aspetos funcionais mentais, torna-se difícil a sua recriação numa experiência artificial.

Erro segundo os autores Senders e Moray na obra *“Human Error – Cause, Prediction, and Reduction”* (Senders e Moray, 1991), “Erro é qualquer desvio significante das expectativas iniciais, dependendo de critérios estatísticos ou de experiências normais (padrão) de desempenho”³. Classificando o erro por si só como um fenómeno e não numa variável ou resultado de algo (como uma explicação), erros não são escolhas.

O erro para ser caracterizado e ocorrer como tal, é imprescindível que corresponda a três premissas:

- not intended by the actor;
- not desired by a set of rules or an external observer;
- or that led the task or system outside its acceptable limits.⁴

Logo, o erro não pode ser provocado ou orientado segundo um conjunto de premissas ou regras, devido ao erro não ser intencional. Assim, não pode ser instrumentalizado, ou seja, provocado e utilizado segundo um conjunto de controlos para atingir um objetivo. Todavia para o erro acontecer é necessário, para além das três premissas, haver três fatores inevitáveis: o actor⁵, a intenção (inicial) e as causas.

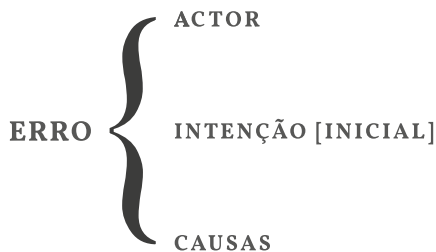


Figura II - Erro Esquema.

ACTOR

Sem o actor, i.e. o indivíduo que executa ou desempenha qualquer tipo de acção, o erro não aconteceria. É importante salientar que todos os actores são diferentes, tal como as suas origens culturais, religiosas, experiências, educação, morais e conhecimento, provocando diversas possibilidades e variantes, tornando o erro

difícil de padronizar e identificar. Idealizemos que o actor A pretende imprimir X posters frente e verso, elaborando todo o processo manualmente, ou seja, imprimindo todos os posters individualmente. O actor B (com firmeza e confiança que está correcto) adverte que é possível imprimir todos os posters de uma vez só, deixando o actor A defensivo e em estado céptico, devido ao actor B afirmar que este está a ser ineficaz e errado. Na verdade ambos estão correctos, simplesmente o actor A e B têm crenças distintas. Cada actor expressa a sua insatisfação apesar de nenhum dos processos estarem incorrectos, por conseguinte quando o actor B afirma que o seu processo é mais eficaz, este acredita que o processo praticado pelo actor A está incorrecto perante a sua realidade (do actor B).

Quando o actor se agarra às crenças falsas ocorre o raciocínio motivado, podendo manifestar-se por defender ou criticar certa opinião, ideia, princípio, etc., da posição adversa. Sendo este julgamento viciado pelas nossas crenças de forma inconsciente. Este processo tem como objetivo minimizar a dissonância cognitiva, ou seja a dissonância ocorre quando existe incoerência entre as cognições (conhecimento, crença e opinião).

É evidente que existem várias perspectivas em relação a um assunto. Mas se existe uma verdade comprovada não podemos descartar ou ignorar, no entanto esta pode ter várias verdades, por exemplo os cortantes (x-acto, tesoura, etc.) e os lápis de cor são ambos materiais escolares, contudo não deixam de ser materiais no geral. Portanto na maioria dos casos tudo depende da perspectiva aplicada no conteúdo em questão. E como é óbvio não é só a parte intrínseca que interessa mas também os factores ou indivíduos que podem estar igualmente envolvidos na questão.

INTENÇÃO

A intenção, segundo o dicionário de língua Portuguesa da Porto Editora, consiste num propósito, intento ou desejo, ou um fim a atingir. Mas no universo do erro o conceito de intenção inclui dois elementos⁶: a) uma expressão da situação final a atingir e b) uma indicação dos meios pelo qual será conseguida. Estas variam devido aos níveis de especificidade, isto é, se existir constantemente uma rotina haverá menos preocupação em controlar o erro, baixando os níveis de atenção, permitindo que este aconteça com maior frequência.

Apesar do erro só acontecer quando o actor não tem intenção, é necessário haver a intenção inicial na tarefa a executar, caso contrário não é erro. Logo necessitamos de compreender os conceitos de intenção prévia, acções intencionais e não intencionais/involuntárias. A intenção é um estado mental que só pode ser deduzido através da observação, logo a noção de intenção leva à partida que o actor pensou em vários procedimentos para a execução da tarefa. Searle (1980) distingue entre intenções prévias de acções intencionais. Segundo o autor “*Todas as acções intencionais têm intenções na acção, mas nem todas as acções intencionais tem intenções prévias*”⁷ (Apud Reason, 1990).

Acções intencionais sem intenção prévia ocorrem como acções espontâneas, onde o corpo reage naturalmente, por outro lado, as acções complementares (exemplo: ligar o computador, abrir o indesign, criar um novo ficheiro, escolher a música para trabalhar, etc.) surgem na maioria dos casos no momento ou na execução de uma tarefa.

Acções não intencionais ou acções involuntárias baseiam-se na ocorrência de um acto inconsciente ou oriundo de circunstâncias

fisiológicas, como afirma Hart (2008) no ensaio "*Punishment and Responsibility: Essay in the Philosophy of Law*":

"[...] the movements of the human body seem more like the movements of an inanimate things than the action of a person. Someone unconscious in a fit of epilepsy, hits out in a spasm and hurts another, or someone, suddenly stung by a bee, in his agony drops and breaks a plate he is holding".

Constata-se então que o erro necessita de dois tipos de insucesso, como afirma Reason na obra "*Human Error*" (1990) "[...]O insucesso das ações ocorrerem como pretendido (lapsos e falhas) e o insucesso das ações intencionais atingirem o objetivo (equivocos)" dividindo o erro em duas grandes e abrangentes classes, Equívocos e Lapsos/Falhas.

CAUSAS

Causa "*[...] is an explanation that is adequate and acceptable in terms of the inquiry being conducted. The purpose of the inquiry, not merely the description of events, is what determines the "cause" of an error*"⁸.

Incontestável será negar que o erro ocorre geralmente a partir da junção de diversas causas, dificultando a sua identificação e prevenção, quando exploradas e investigadas. Uma das razões para a sua difícil identificação é devido às causas internas (disposicional) e externas (situacional).

Examinemos a figura II descrita na página 21 ("*causal chains*"), que originou à impressão incorrecta dos postais – erro de impressão. Contém causas e motivos, sendo necessário lembrar que o erro

não contém motivos, mas sim causas. Relembrando que o erro é constituído por equívocos (“*mistakes*”) e lapsos (“*slips*”), onde os equívocos contêm motivos, devido há sua complexidade maior, com componentes cognitivos. Motivos são escolhas porém os erros não o são.

As causas “engripado” e “distração” são involuntárias, mas fazem parte do erro. Na sua acumulação com os equívocos e lapsos, originam o erro, desde os detalhes mais irrelevantes à “causa principal”, na qual pensamos que incide todo o erro. Ainda assim o erro, provocado por causas e motivos, pode desencadear consequências irreversíveis – acidentes.

As causas podem derivar da falta de atenção, condições ergonómicas, falta de aptidão física e mental, falta de capacidade, falta de informação/formação e falta de motivação. Como ilustra o exemplo ao lado causa como, muito trabalho, pouco tempo e pressão, derivam da ausência de aptidão cognitiva e física do actor. Ou causas como poucos conhecimentos em dados técnicos especializados e falta de termos específicos caracterizam-se por falta de formação/ informação. Podendo um erro ter várias causas internas ou de diversas categorias, mais as causas externas que podem ser infinitas [exemplo: ambiente, temperatura, sons, luz, etc...].

Logo, estas devem ser identificadas para poder compreender, aprender e prevenir futuramente.

1.2.1 - EQUÍVOCOS

Ex 1: Um indivíduo utilizou as unidades de medida erradas, inches em vez de cm. –

E.B.C – Equívocos baseados no conhecimento;

Ex 2: Utilizar toners da marca branca na impressora. – E.B.R - Equívocos baseados na regra [aplicação correta de uma regra má];

Ex 3: O designer gráfico falhou a data de entrega por que se distraiu com tempo. – E.L.M - Equívocos de Lapsos de Memória

Certamente que já elaborámos (como actores) um mau plano ou estabelecemos objetivos errados, independentemente de este ter falhado ou sucedido este fenómeno chama-se equívoco. Caso o plano seja bem executado, será então “inapropriado”⁹, uma vez que o objetivo está desde o início errado conduzindo a um plano incorrecto. A sua origem deriva das más decisões, classificações incorretas ou da apropriação incorreta de fatores inúteis para a resolução do problema ou tarefa. Estas más decisões têm começo nas memórias e nos pensamentos do indivíduo. Apesar da capacidade da memória humana medíocre, as comparações de experiências que por norma são feitas para aplicar em casos recentes, não são as mais apropriadas ou até exatas. As memórias na sua maioria são organizadas e memorizadas devido ao sentido vivido no momento, e raramente através de análises sistemáticas e pormenorizadas, logo são inevitáveis várias direções oblíquas e sem bases fundamentadas corretamente.

Segundo Rasmussen¹⁰ equívoco divide-se em três classes, nomeadamente equívocos de lapsos de memória, equívoco baseado no conhecimento e equívoco baseado nas regras.

Como indivíduos na sociedade ao elaborar um trabalho (i.e, construção, condutor, engenheiro, etc.), na sua maioria temos de utilizar as unidades de medida (centímetro, inches, milímetros, metro, etc.).

A probabilidade de um indivíduo não ter verificado as unidades de medida no início da tarefa, nem ter dado o devido valor ao erro, é alta. Esta má utilização e identificação da unidade de medição correcta é caracterizada por um equívoco baseado no conhecimento.

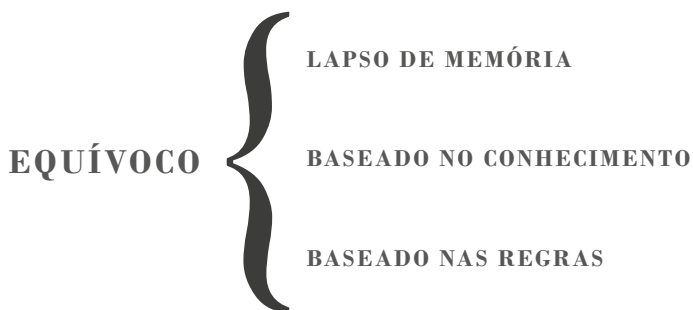


Figura IV - Equívoco Esquema.

Quando a situação demonstra uma ocorrência imprevisível ou improvável, o actor depara-se sem qualquer auxílio de habilidades ou regras para a encobrir. Sendo a melhor solução para o equívoco baseado no conhecimento, encontrar uma boa explicação da situação e aplicar um processo adequado. Sendo uma das funções que um designer deve usufruir, nomeadamente entender o problema, procurar métodos ou processos de resolução para resolver eficazmente a situação ou projeto. Neste exemplo a solução adequada seria a aplicação das unidades de medida correcta (cm) e voltar a trabalhar novamente.

Equívocos baseados em regras podem ocorrer de três modos tal como afirma Don Norman (2013,):

- *The situation is mistakenly interpreted, thereby invoking the wrong goal or plan, leading to following an inappropriate rule.*
- *The correct rule is invoked, but the rule itself is faulty, either because*

it was formulated improperly or because conditions are different than assumed by the rule or through incomplete knowledge used to determine the rule. All of these lead to knowledge-based mistake.

- The correct rule is invoked, but the outcome is incorrectly evaluated. This error is evaluation, usually rule- or knowledge-based itself, can lead to further problems as the action cycle continues.

O exemplo dois demonstra um caso de uma aplicação válida, ou seja, a aplicação de um toner correcto na impressora correcta. Mas de uma regra inapropriada, onde a origem do toner (marca branca) leva a este poder danificar a impressora, sendo uma das advertências impressas no manual do equipamento. Frequentemente estas regras podem originar de experiências, manuais ou guias. Mas a sua boa utilização depende da identificação correcta da situação e a seleção apropriada da regra a aplicar.

Na sua maioria os equívocos baseados nas regras são os mais difíceis de evitar e detectar. Dependendo da situação e da quantidade de informação existente esta pode ser ou não em demasia para a sua resolução. Se ambos os lados estão bem argumentados, a possibilidade da escolha final ser devidamente correcta é possível, todavia depende do ponto de vista do actor. A decisão final pode ser dificultada caso o actor seja pressionado a responder/solucionar num curto espaço de tempo (factor temporal), tornando a decisão numa acção rápida proibindo a prolongação de tempo e o pensamento em excesso, para uma resposta simples e imediata (na maioria dos casos).

“If every decision had to be questioned, nothing would ever get done. But if decisions are not questioned, there will be major mistake – rarely, but often of substantial penalty.”

Don Norman na obra “*The Design of Everyday Things*” (2013)

E por fim um equívoco de lapso de memória, onde o esquecimento de etapas, objetivos, planos, avaliações, etc., levará a um equívoco. Como ilustra o exemplo três, onde o designer falhou a data de entrega, devido à distração no tempo. A simples troca ou desordem das datas de entrega pode levar ao esquecimento do prazo correcto, originando um equívoco de lapso de memória. Ao contrário dos lapsos de memória (erro –lapsos – lapsos de memória), onde os planos ou objetivos estão errados. Nos equívocos de lapsos de memória há por exemplo um esquecimento total da data, originando a falta de resultados.

Uma solução para os equívocos de lapso de memória é a necessidade da existência da informação essencial e haver sistemas de avaliação de objetivos e planos. Logo os equívocos ocorrem quando os objetivos errados ou um mau plano existam, independentemente do resultado final.

1.2.2 LAPSOS

Ex 1: Aparar o papel e colocar o trabalho final no lixo em vez das bordas.

– *L.B.A – Lapsos baseados na acção*

Ex 2: Esquecer de verificar o pdf final antes da impressão. – L.M – Lapsos de memória

Um lapso é quando uma acção ocorre em desacordo com as intenções do actor. Bom plano mas má execução. Segundo Don Norman, lapso divide-se em duas classes, nomeadamente lapsos baseados na acção e lapsos de memória. Examinemos o exemplo um, onde apesar de elaborar a primeira acção corretamente (apurar o papel), aplicou a segunda acção (colocar [...] no lixo) ao objecto errado, designadamente o trabalho final substituindo-o pelas bordas de papel. Logo, lapsos baseados na acção ocorrem quando a acção errada é executada no objecto incorrecto, podendo originar uma má interpretação graças a um sinal mal compreendido ou da incompatibilidade entre a motivação e os controlos disponíveis na ocasião.

No segundo exemplo devido ao lapso de memória do actor, nomeadamente a falta de verificação do ficheiro final (“pdf”) antes da impressão, poderá originar futuros erros, como o ficheiro seleccionado ser o errado, conter erros ortográficos, paginação errada, legendas trocadas, etc. Provando que quando a memória falha pode originar lapsos, que por sua vez mais tarde podem originar erros incontáveis.

Freud afirma que o estudo dos lapsos é “*the psychopathology of everyday life*” (em português: a psicopatologia da vida quotidiana), devido à sua existência ser na sua maioria, comum e benigna a todos os indivíduos no quotidiano. Particularmente naqueles com maior número de aptidões e de habilidades, devido à sua

familiaridade e “programação automatizada” para determinada tarefa, permitindo o seu subconsciente diminuir os níveis de atenção, levando à elaboração da tarefa inconscientemente pelo indivíduo.

Alguns lapsos podem originar pelo efeito de similaridade de acções, em que uma acção produz uma memória de outra acção associada a uma terceira acção e assim consequentemente, enquanto é executada uma só.

Existem variadas acções de similaridade presentes nos lapsos baseados na acção, mas as quatro relevantes para o design são os lapsos de captura (“*capture slips*”), lapsos de descrição de similaridade (“*description-similarity slips*”), lapsos de falha de memória (“*memory-lapses slips*”) e erros de modo (“*mode erros*”).

A captura de lapsos ocorre na substituição de actividades, ou seja, em vez de elaborar a actividade pretendida, iniciamos uma actividade que aconteceu recentemente. Por exemplo, no fim-de-semana foi elaborado o inventário da livraria [contar livros] e na segunda-feira em vez do actor contar as canetas para embalar começou a contar livros. Logo estes acontecem devido à sua origem nos erros parciais de lapsos de memória, sucedendo com maior frequência em indivíduos experientes em vez de iniciantes.

Lapsos de descrição de similaridade acontecem quando o erro é executado num item em que os alvos são semelhantes. No quotidiano poucos factores sabemos em detalhe, devido à inutilidade e irrelevância de os determos com precisão. No momento em que memorizamos algo, fixamos somente os traços necessários para a sua distinção rápida e eficaz, deixando apenas a informação parcial (vaga), conduzindo-a à probabilidade de ocorrer erros de lapsos de descrição de similaridade, entre dois ou mais objectos que exibam os mesmos traços identificadores, contendo só uma ideia do todo. Significa assim que a descrição usada frequentemente pode falhar, quando a quantidade de itens similares apresentam a mesma descrição.

Os erros mais comuns que praticamos diariamente são os lapsos de memória, podendo estes levar a vários tipos de erro, como por exemplo repetir o processo elaborado, esquecer de elaborar etapas, objetivos, etc. A experiência de imprimir X cópias de um documento original na impressora e ir embora com as cópias mas sem o original não é raro. Para evitar este cenário de acontecer a elaboração de etapas ou de lembretes é essencial para recordar a memória de não falhar.

E por fim o erro de modo, que ocorre sempre que existe um só controlo para diversas interpretações, por exemplo ter um comando que controla diversos aparelhos (televisão, rádio, aparelhagem, DVD, etc.). À primeira vista aparenta ser eficiente, mas se o objecto estiver mal projetado, a sua eficiência deixa de existir e leva à probabilidade de originar erros. Sendo caracterizado por Don Norman um erro de design, que deve ser evitado por designers.

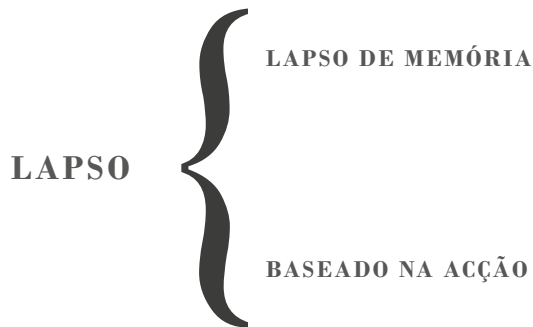


Figura V - Lapsos Esquema.

1.3 - VALOR DO ERRO

O valor assenta na relação entre as necessidades do indivíduo, tais como, comer, prazer, posse, viver, etc., e a capacidade de satisfazer o pensamento racional através de objectos, serviços ou derivados. Presentemente são conhecidos vários géneros de valores, como estéticos, morais, culturais, sociais, políticos e de religião. No entanto outra definição de valor defendida pela semiótica, afirma que dependendo da sua posição e relações num sistema de significação e dos códigos envolvidos, o seu valor alterar-se dependendo do todo e não de uma característica, descrição ou uma interpretação só.

Segundo o psicólogo Gordon Allport, um valor é uma crença em que o Homem se baseia para actuar por referência (Apud Viana, 2007), ao contrário do sociólogo Henri Mendras (1975) que afirma que os valores se criam num ideal perante a sua sociedade e “uma sociedade não pode constituir-se sem criar o ideal” (Apud Viana, 2007).

Existem de facto variadas opiniões sobre o assunto, mas um facto é que o valor não é algo natural dos objectos, ideias, pessoas, etc., mas sim algo que atribuímos a estes, dependendo dos valores sociais, autênticos, históricos, culturais, éticos, etc.

Ocasionalmente elaboramos acções que desencadeiam consequências desagradáveis ou opostas ao perfeito. Por exemplo já elaboramos acções que levaram a erros, equívocos ou/e lapsos, dos quais certamente não aprendemos nada... Porquê? Porque o estatuto social, a vergonha, o embaraço, a tristeza, o insucesso, etc., falaram mais alto e nos colocaram num estado de medo de cair no ridículo e na humilhação, principalmente hoje-em-dia com as redes sociais.

O erro não é nenhum pecado, é humano. Conforme o filósofo e teólogo Augustine, “*Fallor Ergo Sum*”¹¹, logo se eu existo também cometo erros e esses erros que cometo, representam-me a mim, e só a mim. Aparenta ser o *slogan* de uma propaganda, mas não o é. Como indivíduos somos diferentes e essas diferenças distinguem-nos de outros indivíduos e assim consequentemente. Algumas dessas diferenças provêm da cultura, de níveis sociais, de acções cometidas e observadas, da educação e dos erros. Erros ajudam a desenvolver habilidades, claro que primeiro devemos aceitá-los como são. Quantas vezes ficamos à frente de um problema matemático até resolvê-lo? Errando corrige-se o erro¹². Ler o manual de instruções não é “*cool*”. É “*cool*”, entrar em modo de jogo e tentar descobrir como funciona, se constrói, etc., valorizando e explorando de forma lúdica e divertida uma experiência comum, para no fim o sentido de concretização pessoal seja saboreado (valor que atribuímos à experiência da acção elaborada).

Consequentemente para este processo acontecer, é necessário dar valor ao erro, detectá-lo, entendê-lo e percebe-lo, para poder aprender com ele.

1.4 IMPORTÂNCIA DO ERRO

A mentalidade adestrada quotidianamente para suceder na vida profissional e pessoal é não cometer erros. Caso aconteça ficamos mal vistos, envergonhados, dando um aspecto de incompetência, que nem o trabalho designado sabemos fazer. Um dos motivos é a pressão social, que torna a partilha e aceitação do erro difícil. Mas errar é necessário para a evolução humana e ajuda na empatia interpessoal.

Não se deveria ter medo de errar, errar como já foi referido é inato ao indivíduo, claro que andar à procura dos erros propositadamente não é uma opção. Realizar o melhor possível e mesmo assim errar não significa que somos ineficientes, simplesmente devido à acumulação das mais variadas causas o erro aconteceu. Logo devemos estar sempre preparados para o erro. Se acontecer aconteceu, se não fica para a próxima! Nem todos os erros são agradáveis, construtivos, positivos, apelativos ou inofensivos. Deveríamos pensar mais como as crianças, onde se erramos uma vez, tentamos mais uma vez e assim consequentemente. Como se tivéssemos a jogar um jogo, e à medida que este avança vamos aprendendo, evoluindo e inovando. Como afirma Ken Robinson, numa Ted Talk em 2006 sobre “*Do schools kill creativity?*” (As escolas matam a criatividade?), refere que “(...) *if you're not prepared to be wrong, you'll never come up with anything original* [(...) se não estamos preparados para errar, nunca iremos ter uma ideia original]” (18-09-2016)

Para acontecer uma boa partilha e aprendizagem do erro, precisamos que ocorram no mínimo estas seis fases – Cometer; detectar; admitir; perceber/entender; aprender; partilhar.

Cometer

Na primeira fase o erro precisa de acontecer. Claro que a expressão cometer não equivale à acção do erro acontecer intencionalmente pelo actor, mas sim do erro acontecer involuntariamente.

Detectar

É fácil apontar os erro dos outros, difícil é apontar os nossos. Frequentemente a causa destes é devido às nossas crenças, onde acreditamos em algo que não queremos desacreditar. Outra causa igualmente frequente é a negação, no qual tornou-se negativo ou até mesmo um tabu. Sem detectar o erro, ou simplesmente ignorá-lo não irá contribuir beneficemente para o actor em nenhuma circunstância. Para o detectar é necessário estarmos bem atentos.

Admitir

Se é difícil detectar os erros que cometemos, admiti-los é a parte mais difícil de todas as fases. Dizer a frase “o erro é meu” ou “eu errei, lamento” é considerado uma fraqueza, vergonha ou até uma falha. Porém esta fase deveria ser um atributo a valorizar, pois se admitirmos o que fizemos de errado a resposta estará a meio caminho da sua solução.

Perceber/ Entender

Depois das duas fases mais complicadas de ultrapassar (detectar e admitir), entender o erro pode ser considerado como um desafio. Como foi referido anteriormente o erro origina de um conjunto de causas, em diversos espaços e tempos. Entender e procurar as causas pode ser considerado um jogo ou uma introspecção e circunspeção do ambiente em redor. Sem descobrirmos a maioria das causas, devido a ser difícil a descoberta de todas, não saberemos o porquê do erro ter acontecido. Logo é imprescindível elaborar esta fase de forma detalhada, para conseguirmos perceber e aprender o porquê do erro ter ocorrido.

Aprender

No fim de entender as causas, uma luz ilumina a nossa sabedoria, permitindo ou não a aprendizagem de novo conhecimento. Este novo conhecimento dependerá do actor fazer bom uso dele, podendo mais tarde aplicar esta experiência, possivelmente para prevenir futuros erros.

Partilhar

A partilha influencia não só a liberdade de expressão do actor de forma banal (a encarar) perante o erro, assim como uma forma de prevenção de futuros erros. Não só incentiva a discussão e resolução de problemas que sem a informação cedida não providenciariam uma conclusão plausível, mas também pensamento aberto perante o erro e as suas consequências.

O seu valor e a sua utilidade é atribuído pela experiência que cada um lhe dá. Como afirma Erik Kessels *"If you don't feel like an idiot at least once a day, you need to work less and play more. Dumb errors force us to learn, progress and innovate. Feel humiliated? Get used to it."*¹³

CAPÍTULO I

Parte 2 - O REINO DAS NORMAS

2.1 Normas-Padrão

2.1.1 A4

2.1.2 A Grelha

2.2 Os Princípios do Design Gráfico

2.1 - NORMAS-PADRÃO

Experience guides us in this choice of standards which it does not impose on us. (...) These rules are not imposed on us, we might have some fun inventing others (...) we choose them not because they are true, but because they are the most convenient."¹⁴ Henri Poincaré

No mundo do design gráfico as normas-padrão têm um lugar especial. Estas podem ser vistas em textos, sinalética, formatos, tipografia, interfaces, pictogramas, gráficos, apresentações, no tamanho do papel, sistemas operativos, sistema de cor (i.e. Pantone), etc. Devido à diversidade de recursos e novas ferramentas, o papel das normas-padrão têm vindo a aumentar. Em 1980 iniciou-se a sua comercialização (compra e venda), que até à data não passara de um assunto de engenheiros e técnicos.

Normas são noções, ideias e regras que unem os seres humanos. Uma norma é um papel onde estão escritas específicas definições técnicas para serviços, produtos e/ou processos. Atualmente existe inúmeras agências, tais como ISO, DIN, IEEE, NST, etc., cujo papel é regulamentar esses processos. Estas apresentam referências para nos guiarmos no quotidiano, desde às áreas da saúde, materiais, engenharia, energia, desporto, etc.

São regras, mas sem o compromisso de obrigatoriedade, que influenciam todos os indivíduos. Quantas vezes questionamos o tamanho do papel A4? Ou o porquê de se ter de apresentar um trabalho em papel branco universal de 80 gramas?

2.1.1 - A4

“The paper is mine” “Paper is a self or ego” “Paper is me” Jacques Derrida

Foi em meados de 1917, na Alemanha, que se iniciou a tentativa de padronizar a “serie A”¹⁵ na indústria. Estabelecida como norma de padrão internacional em 1975, como ISO 216. Desde a sua criação, a grande diferença da arte de fazer papel atualmente é a mecanização do processo. Anteriormente as medidas máximas eram aproximadamente setenta e quatro centímetros por cinquenta centímetros, devido aos limites de manuseamento. Na Ásia ao contrário do Ocidente, o molde chegava (aproximadamente) a cento e setenta e cinco centímetros por setenta e dois centímetros, mas o seu manuseamento requeria duas pessoas, tornando o processo moroso. Logo, o molde em si definiu um limite na criação da padronização dos tamanhos de papel.

15 - A série A é a base de todas as outras séries (B, C e D);



Figura VI - Bologna Stone (1389)

Robin Kinross afirma que a pedra de Bolonha (*Bologna stone*) é a prova documental da origem dos tamanhos de papel, originando em Itália (1389). A pedra de Bolonha, como se pode ver na figura V (pág. 41), representa quatro tamanhos - *Imperialle, Realle, Meçane, and Reçute*. Até agora as medidas de Bolonha têm acompanhado os anos, principalmente a *Reçute* devido à sua aproximação ao tamanho intitulado hoje em dia como A4.

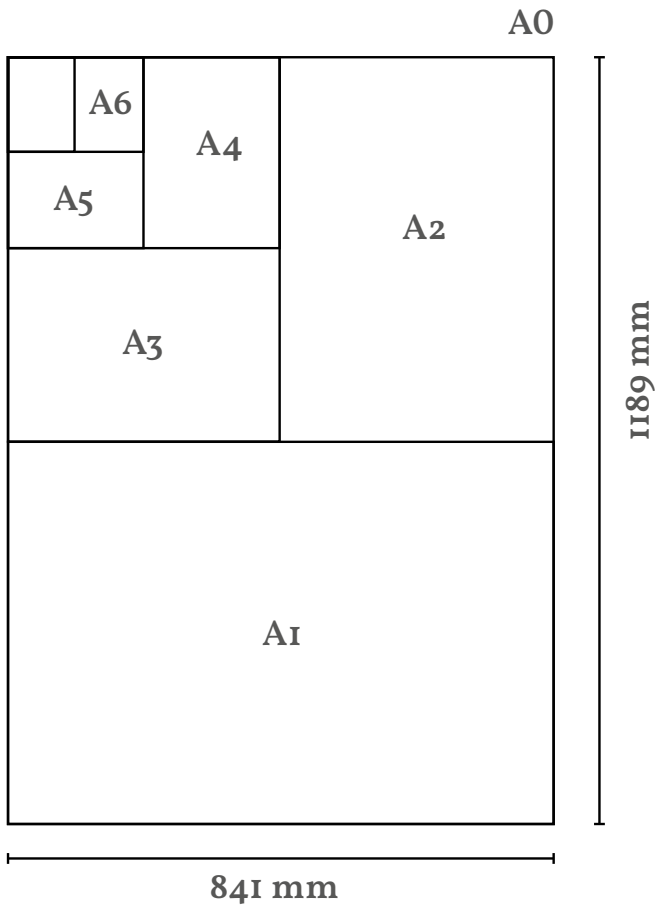


Figura VII - Serie A

Na obra “*Les Filigranes*” (1907), o autor Charles Moise Briquet¹⁶, reproduz a série de Bolonha e argumenta a evidência da continuação da utilização desses mesmos tamanhos em outros países. Tal como, Paul Needham afirma na sua obra “*The study of paper from an archival point of view*” que esses tamanhos de facto se aproximavam dos tamanhos descritos na pedra de Bolonha “*In the first several centuries if European paper-making, there seem with few exceptions to have been only four sizes, whose approximate dimensions may be given as follows: Chancery: ca. 32 x 45 cm; Median: ca. 35 x 52 cm; Royal: ca. 43 x 62 cm; and Imperial: ca. 49 x 74 cm.*”

Mas com a evolução de ferramentas e da impressão (produção em massa), do mesmo modo se pode afirmar que não só a produção de papel (molde) limitou a sua padronização, como a impressão ajudou a estabilizar. Atualmente qualquer produção amadora (gráficas com impressoras de porte baixo) a impressão máxima é um A3. Impressoras domésticas na sua maioria a capacidade máxima é um A4, limitando e simplificando a compra, a troca e o arquivo de documentos. Josef Müller-Brockmann garante que o designer fará bem aderir a estes tamanhos padronizados, devido às suas vantagens serem maiores do que as suas desvantagens. Mas será mesmo uma vantagem? A sua unicidade e falta de cunho artístico compensam?

2.1.2 - A GRELHA

A organização, disposição e transformação dos variados elementos entre si afetará a mensagem que se pretende transmitir. A sua clareza e simplicidade é bem sucedida através, por exemplo, do uso da grelha o que se traduz no esforço simultâneo de procurar controlar e entender a composição. Grelhas são as guias invisíveis que unem o todo. São o esforço de um design conter unicidade na sua estrutura. Estabelecem o ritmo a partir de linhas condutoras, para ajudar a organizar os elementos necessários de forma coerente e equilibrada, sendo (por norma) uma regra que tende a prevalecer na prática do design. Uma das suas consequências é a manutenção da proporção, do tamanho e da orientação, criando assim a estrutura base – *layout*.

Em design gráfico a grelha faz parte do processo, mas devido às necessidades envolvidas esta pode não ser adequada pois não é uma regra absoluta, devendo ser utilizada com flexibilidade. A popularidade e o uso extensivo de grelhas remota à Escola Suíça (1950-1980), com o intuito de estabelecer padrões de qualidade, transparência na relação entre os elementos, flexibilização da prática de composição, e melhorias de ordem estética. Originada no pensamento matemático e geométrico. Reforçando que a atitude do uso de grelhas para o designer é racional, construtivo e futurista, tanto no pensamento como na elaboração.

Na obra “Sistemas de Grelhas – Um manual para designers gráficos” Josef Müller-Brockmann afirma que:

*“(..) trabalhar com sistemas de grelhas significa submeter-se a leis de validade universal.
A aplicação de sistema de grelhas significa vontade de integrar ordem e clareza;*

significa vontade de chegar ao essencial, de condensar;
significa preferir a objetividade à subjetividade;
significa querer racionalizar os processos criativos e técnico-produtivos;
significa vontade de integrar os elementos formais, cromáticos e materiais;
significa vontade de dominar a superfície e o espaço;
significa adotar uma atitude positiva, orientada para o futuro;
significa a implicação pedagógica e a influência do próprio trabalho no trabalho de outros.”

Junto com o suíço Josef Müller-Brockmann, Adrian Frutiger, Max Bill e Emil Ruder foram igualmente protagonistas da essência deste corrente. Que mais tarde chegou ao resto do mundo como o “estilo internacional”, propagando as suas normas-padrão, criando monotonia no design gráfico, na arquitetura, na sinalética, na tipografia, etc.

Nestes dois exemplo observamos ordem, estrutura minimalista, clareza, ritmo, lógica, hierarquia e legibilidade. O poster apresenta à direita, realizado por Josef Müller-Brockmann para a Câmara Municipal de Zurique, ilustra as influências do construtivismo, de *stijl*, do suprematismo e da Bauhaus. Pertencendo a um dos exemplos da época onde é aparente o uso padronizado e abusado do tipo de letra Akzidenz-Grotesk. Tal como, na litografia de Ernst Keller é transparente o uso da grelha de forma rigorosa, com estrutura rígida e texto injustificado. Utilizando simples tons de cor.

Apesar de Josef Müller-Brockmann ser um do fundadores da escola suíça, este afirma que *“The grid system is an aid, not a guarantee. It permits a number of possible uses, and each designer can look for a solution appropriate to their own personal style. But one must learn how to use a grid: It is an art that requires practice”*¹⁷.



beethoven

tonhalle grosser saal
dienstag, den 22. februar 1955,
20.15 uhr
4. extrakonzert
der tonhalle-gesellschaft

leitung carl schuricht
solist wolfgang schneiderhan

beethoven ouverture zu «coriolan», op. 62
violinkonzert in d-dur, op. 61
siebente sinfonie in a-dur, op. 92

vorverkauf tonhalle-kasse, hug, jecklin,
kuoni
karten zu fr. 3.50 bis 9.50

Figura VIII - Poster para a câmara municipal de Zurique - Josef Müller-Brockmann (1955)



Figura IX - Litografia de Ernst Keller (1927)

2.2 OS PRINCÍPIOS DO DESIGN GRÁFICO

*"If you don't know the rules, you don't know not to break them."*¹⁸

Em design gráfico existem determinados princípios que "se devem" seguir. São bases estruturais que ajudam a transmitir a mensagem com clareza e intenção. Estes princípios, designadamente o espaço, equilíbrio, contraste, alinhamento, repetição, proximidade e hierarquia configuram a moldura conceptual que conecta todos os elementos. Tais como, a linha, a cor, a textura, a forma, a expressão, a simetria, entre outros. Dependendo do seu uso, correcto ou incorrecto, a legibilidade será afetada, tal como a mensagem que se pretende transmitir visualmente.

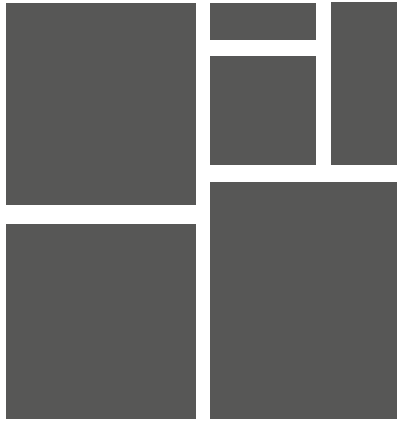


Figura X - Equilibrio

EQUILÍBRIO

O equilíbrio permite criar estabilidade na estrutura do design, através da distribuição do peso dos elementos. Permitindo uma composição visual agradável e harmoniosa através do arranjo de elementos dissimilares.

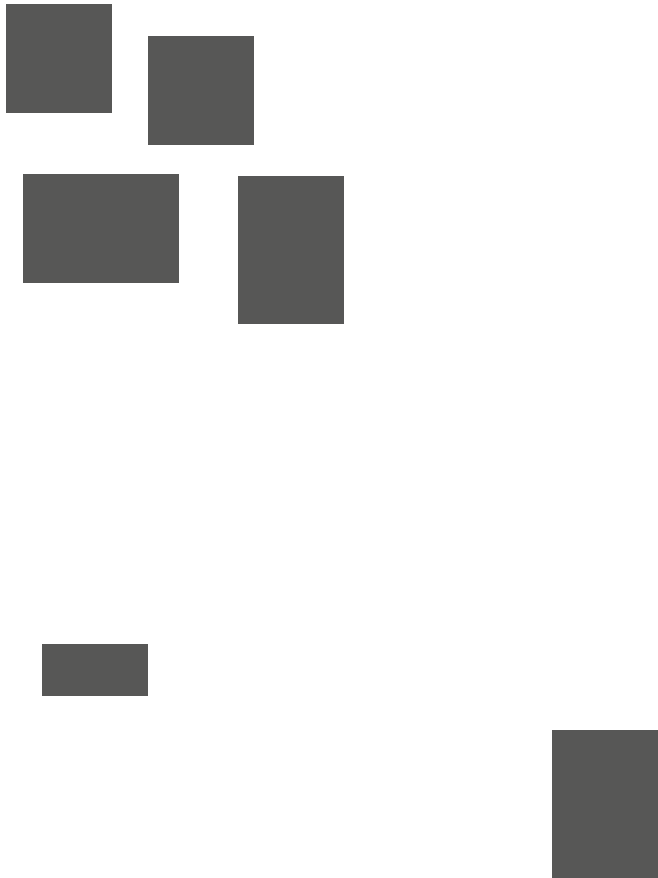


Figura XI - Proximidade

PROXIMIDADE

A proximidade cria a ligação entre os elementos. Dependendo da sua distância, define a sua relação ou falta dela. A sua unicidade igualmente liga as partes num todo.

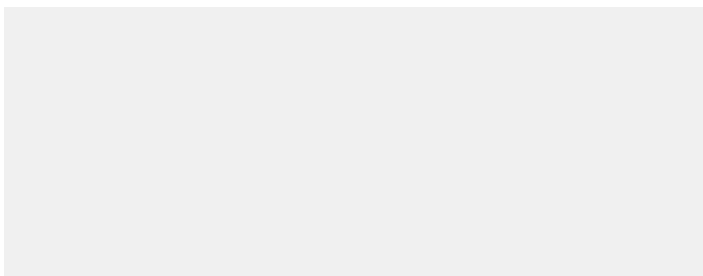
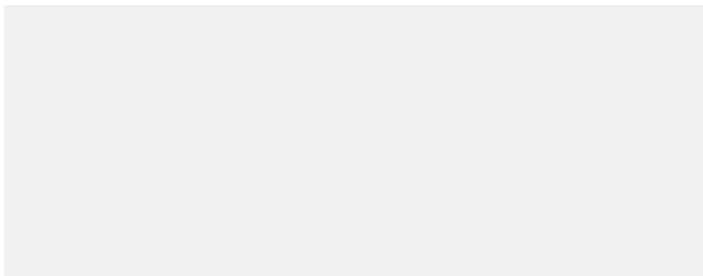


Figura XII - *Contraste*

CONTRASTE

A alteração dos elementos através do seu tamanho, cor, textura e forma cria contraste entre si. Ajudando a diferenciar os elementos de forma a sobressair ou a minimizar o seu valor.

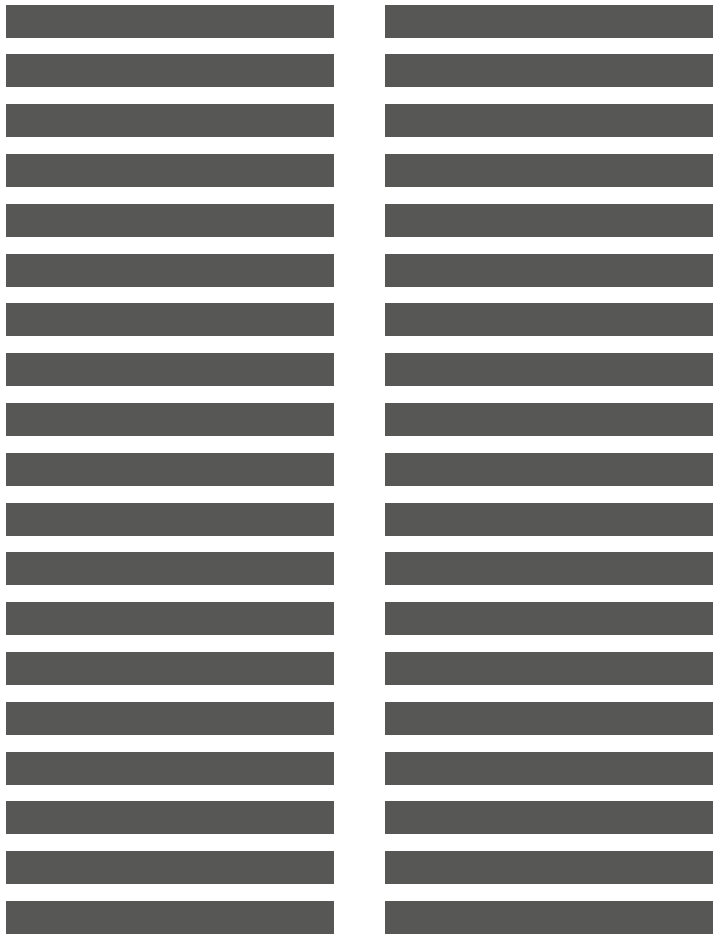


Figura XIII - *Espaço*

ESPAÇO

O espaço é a distância entre a envolvente dos elementos. O espaço negativo ou o espaço positivo são fundamentais para a visualização e leitura do texto (por exemplo).

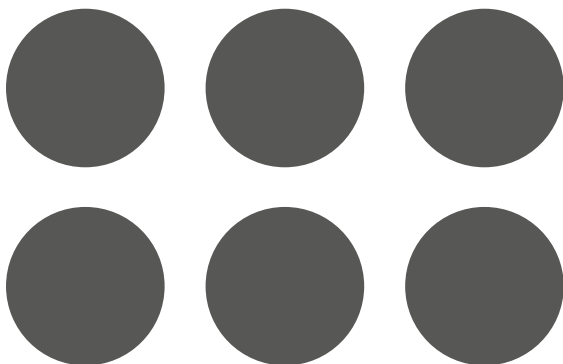


Figura XIV - *Repetição/ Consistência*

REPETIÇÃO / CONSISTÊNCIA

A repetição dá vida e dinâmica à composição. Através do ritmo da repetição, facilita a associação e consistência entre os elementos.



Figura XV - Alinhamento

ALINHAMENTO

O alinhamento guia a ordem no caos. Ao topo, ao centro, a baixo, à esquerda ou à direita. Organiza e interliga visualmente os elementos.

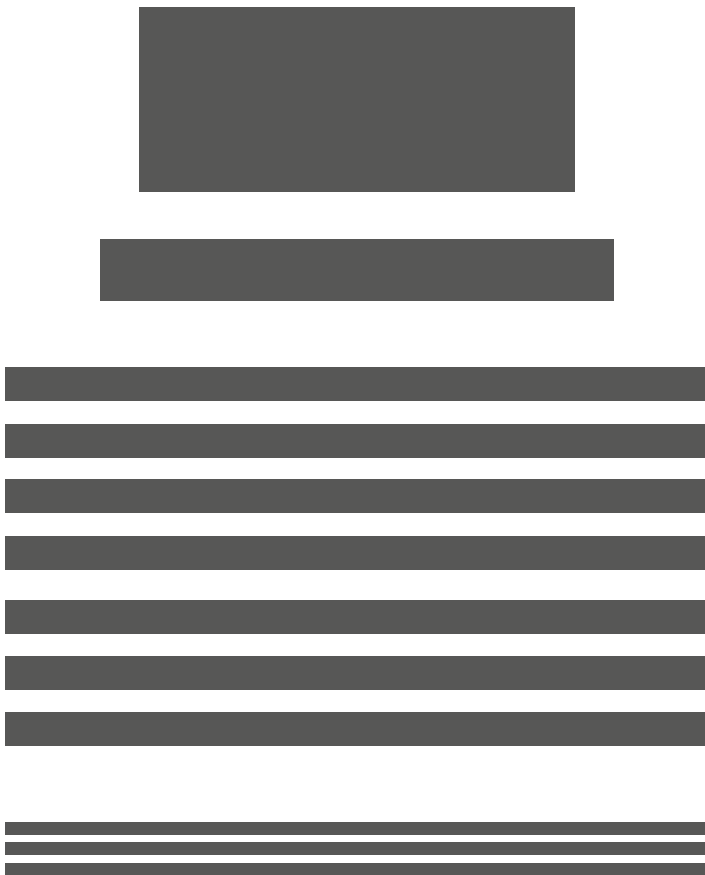


Figura XVI - Hierarquia

HIERARQUIA

A hierarquia consiste na lógica e organização visual de elementos expressando níveis de leitura através do seu tamanho (exemplo o tamanho do tipo de letra).

CAPÍTULO I

Parte 3 - O DESIGNER COMO ERROPIONEIRO

3.1 “Ideia de Erro”

3.2 Acaso

3.3 Errar no Design Gráfico

3.1 - IDEIA DE ERRO

“Ideas come from everything” - Alfred Hitchcock

Todos nós sabemos de quem é a culpa do erro acontecer! É devido ao acaso, ao carma¹⁹ ou ao indivíduo mais próximo. Quando erramos a temperatura começa a subir, a paciência a dissipar-se pelas horas que passamos a elaborar a tarefa, para no fim, talvez repetir tudo outra vez.

A ideia, como representação intelectual, abstrata e generalizada que temos do erro, é como uma história ou acontecimento que é imprevisível. Simplesmente acontece. Contudo, após a sua ocorrência e dependendo do actor, poderão ser exploradas e instrumentalizadas, ou então esquecidas e ignoradas as condições que conduziram a essa mesma ocorrência (como aconteceu, de quem é a culpa, etc.), conduzindo eventualmente ao preconceito ou convenção do erro como um azar ou uma praga, ignorando os benefícios que podem ser retirados da experiência.

Quando pensamos na “ideia de erro”, associamos de imediato palavras como, caos, desordem, ruído, experimentação, arrastamento, repetição, acaso, carma, artes plásticas, etc., correlacionando com a arte, com a vida caótica e confusa que temos de um “artista”, encurralando-nos num universo de senso comum e do mecanismo de tomar a parte como um todo.

A palavra “ideia” neste contexto é de conceito, de definição e entendimento, uma espécie de modelo que irá servir de base para se constituir no mundo físico. Imaginemos a ideia de mesa, quando idealizamos uma mesa esta por norma é constituída por uma

superfície lisa e com quatro pernas. Mas esta ideia de mesa é um conceito, isto é uma referência padronizada tendencialmente óbvia de uso quotidiano.

Consequentemente a “ideia de ...” representa um modelo que pode ser posto em prática no mundo físico. A inevitabilidade de formular uma definição para este erro falso, vem com a necessidade de explicitar e separar o erro usado no senso comum, ou seja, o falso erro do verdadeiro erro. Surgiu assim de forma rude a definição de “ideia de erro”.

A “ideia de erro” é utilizada e aplicada na descrição de algo que gerou o oposto ao perfeito e correcto; ao intencional, ao previsto, à ordem, à objetividade, etc., tendo predominantemente uma intenção inicial e final.

Esta é concebida a partir do senso comum quotidiano ao contrário do erro que, segundo Senders e Moray (1991) na obra "*Human Error: Cause, Prediction, and Reduction*" é qualquer desvio significativa das expectativas iniciais do actor, dependendo de critérios estatísticos ou de experiências normais (padrão) de desempenho. Existindo entre estes dois conceitos uma vasta diferença na intenção inicial do actor, ou seja, no erro é necessário de facto haver uma intenção inicial de uma tarefa ou acção, sem que esta origine intencionalmente um erro. Ao contrário da “ideia de erro” onde a intenção passa pela instrumentalização do processo ou/e do resultado final de forma a explorar resultados aleatórios ou erráticos.

A utilização da “ideia de erro” parte da própria ideia ser uma projecção do saber acumulado, que na sua maioria é absorvida pelo ver. Isto é, formulado na mente para explicar visualmente o que vemos. Assim, este pode ser aplicado na fase conceptual, ou seja, no processo em si ou na fase visual onde o resultado final expressará a “ideia de erro”. Estes podem ser aplicados separadamente ou em conjunto, dependendo do objetivo do indivíduo.

Atualmente a linha é ténue entre o erro e a “ideia de erro”, devido na sua maioria à falta de difusão da sua distinção e definição. Na área das artes essa linha desvanece, ao ponto de ser aplicada de modo geral na imagem e na expressão visual que esta ilustra para o público, revelando estados de humor, sentimentos, momentos, etc., sendo estas experiências individuais, tanto na sua concepção como na sua contemplação.

3.2 - O ACASO

O conceito de acaso não é algo novo, pelo contrário este é por exemplo a causa de diversas invenções ao longo dos tempos. Como por exemplo o *pacemaker*, micro-ondas, o raio-X, o velcro, as notas aderentes (*post-it*), a super cola, etc.

O acaso é caracterizado pela sua espontaneidade, onde a capacidade de selecção é retirada da equação. Atualmente sabemos que o aleatório envolve a não repetição, a espontaneidade e que as causas, as hipóteses e os efeitos estejam em conflito com os factos.

Apesar das ocorrências aleatórias serem facilmente encontradas na natureza, num sistema fechado (i.e o sistema de um computador), a sua probabilidade é ilusória, graças a todas as forças²⁰ serem conhecidas e quantificadas. Logo, na linguagem computacional, os resultados dos geradores de números aleatórios são definidos como "*pseudo-random*" em vez de "*true-random*". Um "*pseudo-random*" é um aleatório falso, este é criado a partir de um algoritmo e uma "*seed*"²¹, tornando a sua aleatoriedade previsível e replicável. Ao contrário de um "*true-random*" onde a sua natureza é totalmente imprevisível e ilimitada, gerada sem qualquer traço de um "*generator process*". Como por exemplo rodar o dado ou atirar a moeda ao ar.

Por vezes, no processo de design entre a intenção e o resultado final ocorrem erros ou acasos, sendo muitas das vezes um ponto de viragem no trabalho que se está a elaborar. Tomemos o exemplo do artista plástico sobejamente conhecido Jackson Pollock, para quem estas inquietações terão sido motivo de constante reflexão. Para muitos observadores as suas obras não passam de um banal regime de aleatoriedade, quando este aplica a técnica de salpicos de tinta (que ele próprio designou como "*dripping*"). Porém, quanto

mais vezes a técnica é aplicada mais controlo se ganha, logo menos aleatória é. Igualmente numa entrevista de rádio, Jackson Pollock (1950) afirmou que “(...) *With experience, it seems possible to control the flow of paint to a great extent – and I don’t use the accident–’cause I deny the accident.*” (Apud. Carl Lostritto, 2015)

Usando a aleatoriedade há a probabilidade de perceber a natureza dos instintos criativos, a importância dos resultados negativos, a intuição, as tentativas de erro e os processos que foram retirados da experimentação, permitindo a sua utilização ou recriação mais tarde.

Observemos agora por exemplo o caso dos trabalhos de Wolfgang Weingart. Nos seus trabalhos é evidente a sua audácia na quebra das regras da tipografia e do sistema de grelhas. As composições intituladas como “*Round Compositions*” de 1990, originadas por mero “acaso” ao apanhar os caracteres móveis que por acidente tinham caído no chão (seis pontos da Berthold Akzidenz-grotesk), lembrou-se de os organizar (aleatoriamente) em forma circular e imprimi-los. Observando que a face oposta à que é por norma utilizada para impressão, poderia ser impressa. Esta experimentação permitiu a Weingart observar que ao imprimir os caracteres móveis, estes começavam a tombar e a mexer deixando um rasto quando impressos. Após a sua impressão, decidiu aplicar um *stencil* em forma redonda (as máscaras), para tapar partes da circunferência criando efeito de luz e sombra nas múltiplas impressões sobrepostas.

Uma experiência que originou de um erro e de um acaso, com um final feliz. Tal como o erro o acaso é uma fenómeno. Simplesmente acontece. Como uma colisão inesperada de múltiplas ligações e memórias *a priori* no cérebro. Fervilhando ideias e possibilidades que dependerá do indivíduo saber explorar.



Figura XVII - Wolfgang - Round Compositions (1990) I



Figura XVIII - Wolfgang - Round Compositions (1990) II



Figura XIX - Wolfgang - Round Compositions (1990) III

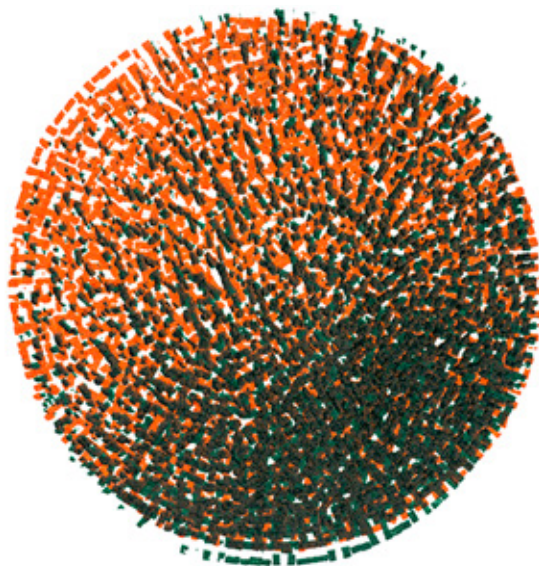


Figura XX - Wolfgang - Round Compositions (1990) IV

22 - Ellen Lupton - "Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming" ——— 23 - Bruce Mau, no "An incomplete manifesto for growth" ——— 24 - "Lateral thinking" é um termo inventado por Edward de Bono, que descreve uma forma de trabalhar em torno de um problema onde que rejeita as rotas normais.

3.3 ERRAR NO DESIGN GRÁFICO

*"The design process, at its best, integrates the aspirations of art, science, and culture"*²² Jeff Smith

Em circunstâncias normais, o fluxo de trabalho consiste na execução do ponto A ao ponto B, ou seja, na elaboração dos passos necessário para que um trabalho específico seja concluído. O fluxo de trabalho em design gráfico pode ser bem estruturado e metódico ou intuitivo e aleatório. Independentemente do projeto, há certas etapas que ajudam na eficácia da sua elaboração, como por exemplo: definição do problema; recolha de informação; elaboração de ideias; criação de soluções, departamentos ou secções, apresentação, etc.

O planeamento/programação, a monitorização, o controlo de fluxo e o processo são conceitos relativos ao fluxo de trabalho. O mais popular e aplicado é o processo, mas devido ao seu uso frequente, este por vezes pode ser ignorado ou descartado, independentemente do resultado final. Porém, é uma parte importante mesmo que não se perceba que exista, porque por vezes o *"process is more important that outcome. When the outcome drives the process we will only ever go where we've already been. If process drives outcome we may not know where we're going, but we will know we want to be there"*²³.

No processo é recorrente o uso de estratégias e métodos como a associação de palavras, conceitos aleatórios, a tentativa e erro, o acaso, pensamento lateral²⁴, *brainstorming*, etc. Sendo o acaso a escolha mais peculiar como método devido à sua imprevisibilidade e infinita diversidade (caso seja um *"true-random"*).

A “ideia de erro” já referida anteriormente pode ter duas partes de conceção: ser aleatória ou planeada. No caso da aleatoriedade esta será um “*pseudo-random*” onde podemos criar um algoritmo ou utilizar um programa (que por sua vez usa um algoritmo); ou “*true-random*” onde podemos criar premissas, mas retirando a probabilidade de selecção (i.e a opção de imprimir um trabalho com diferentes papeis, sem a escolha da sua disposição).

Mas como se pode incorporar a “ideia de erro” no fluxo de design gráfico?

Como foi referido anteriormente a “ideia de erro” pode ocorrer na fase conceptual ou na fase visual. Na fase conceptual esta pode depender da “aleatoriedade” ou da implementação de regras que provoquem “erros” na sua execução. Nesta fase não há a obrigatoriedade ou a evidência do uso do “erro”, devido ao produto final por vezes não refletir as normas-padrão normais de “ideia de erro”. Ao invés da fase visual, onde há de facto a evidência da “ideia de erro”, relacionada com os seus conceitos e associação de palavras. Este pode ser provocado através de técnicas, métodos (digitais ou de impressão), processos experimentais ou aleatórios, etc.

A expressão visual é a chave da fase visual, sendo extremamente alusiva ao olhar. Independentemente da fase a usar (ou ambas), há sempre uma intenção no plano inicial para o resultado do objecto final, independentemente se o resultado for ou não esperado.

CAPÍTULO II - ESTUDOS DE CASO

1.1 Barney Bubbles

1.2 *The Father of "Grunge"*

1.1 BARNEY BUBBLES

Quando se fala de design gráfico, especialmente capas de álbuns, muitos nomes surgem de imediato, tais como: Peter Saville ou Malcolm Garrett. Talvez por causa do seu ecletismo, há um nome que não surge de forma tão imediata mas que no entanto serviu de referência para muitos dos que foram imediatamente referidos anteriormente. Falamos de Barney Bubbles.

Barney Bubbles foi uma das maiores influências na criação de capas de álbuns durante os anos setenta e oitenta. Antes de assumir como seu alter ego Barney Bubbles, Colin Fulcher estudou na Twickenham College of Art, um misto de ilustração, tipografia, design gráfico e fotografia. Após a conclusão dos estudos, Bubbles começou a trabalhar no Conran Design Group em 1965. Deixando o design comercial para trás, começou a colaborar com a revista Oz e Friends, que levou a conhecer as bandas Hawkwind, Elvis Costello, Ian Dury and The Blockheads, entre outros.

Barney Bubbles ficou conhecido devido à sua abordagem peculiar e estilo de design pouco comuns para a época. Retirando inspirações das mais diversas fontes de arte, colando-as entre si através de citações e bricolage. Estava sempre à frente do seu tempo, como afirma Paul Gorman, sendo um dos primeiros designers pós-modernos a trabalhar na indústria musical.

ARMED FORCES SLEEVE

A capa do álbum “*Armed Forces*” de Elvis Costello & The Attractions de 1979, é um dos trabalhos mais reconhecidos de Bubbles. Esta capa não só se destaca pela sua peculiaridade visual, mas de igual modo pelo funcionamento do objecto em si. Até à data as capas de álbuns eram tipicamente funcionais, ou seja, o vinil estava dentro de uma bolsa que tinha a função de armazenar, informar e ilustrar (capa e contracapa).

Bubbles projetou a capa do álbum com quatro abas, para abrir como uma caixa. À medida que se aproxima do interior, exhibe mais da arte existente nela, revelando no seu centro a *sleeve* com o *LP* e mais quatro cartões *offcut* (15x15cms) com retratos do músico. Como se pode observar nas imagens seguintes, esta capa sobressai pela sua diversidade visual, técnicas usadas, matérias, inspirações artísticas (*Art Pop* e abstracionismo) e pelo formato.

Desde o início, Bubbles teve como ideia implementar os conceitos de militarismo global e *foreboding*, devido naquele ano acontecer a crise de reféns no Iraque, a Margaret Thatcher subir ao poder como primeira ministra do Reino Unido e à invasão soviética no Afeganistão.

O formato da capa consiste num quadrado com 24,5 inches (62,23 cm). O centro exterior consistia na pintura do Pogson, mais um autocolante (típico de Bubbles) em forma de granada para publicitar que o álbum continha um *EP* grátis no interior. Os painéis laterais com 6 inches (15,24 cm) eram cortados no meio, permitindo intercalá-los uns entre outros criando a possibilidade de modificar e formar diversas alternativas.

ELVIS COSTELLO AND THE ATTRACTIVEONS



Figura XXI - Capa do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello & The Attractions (1979)



Figura XXII - Interior do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello & The Attractions (1979)



Figura XXIII - Interior do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello & The Attractions(1979), com sleeve



Figura XXIV - Sleeve do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello & The Attractions (1979), frente e verso

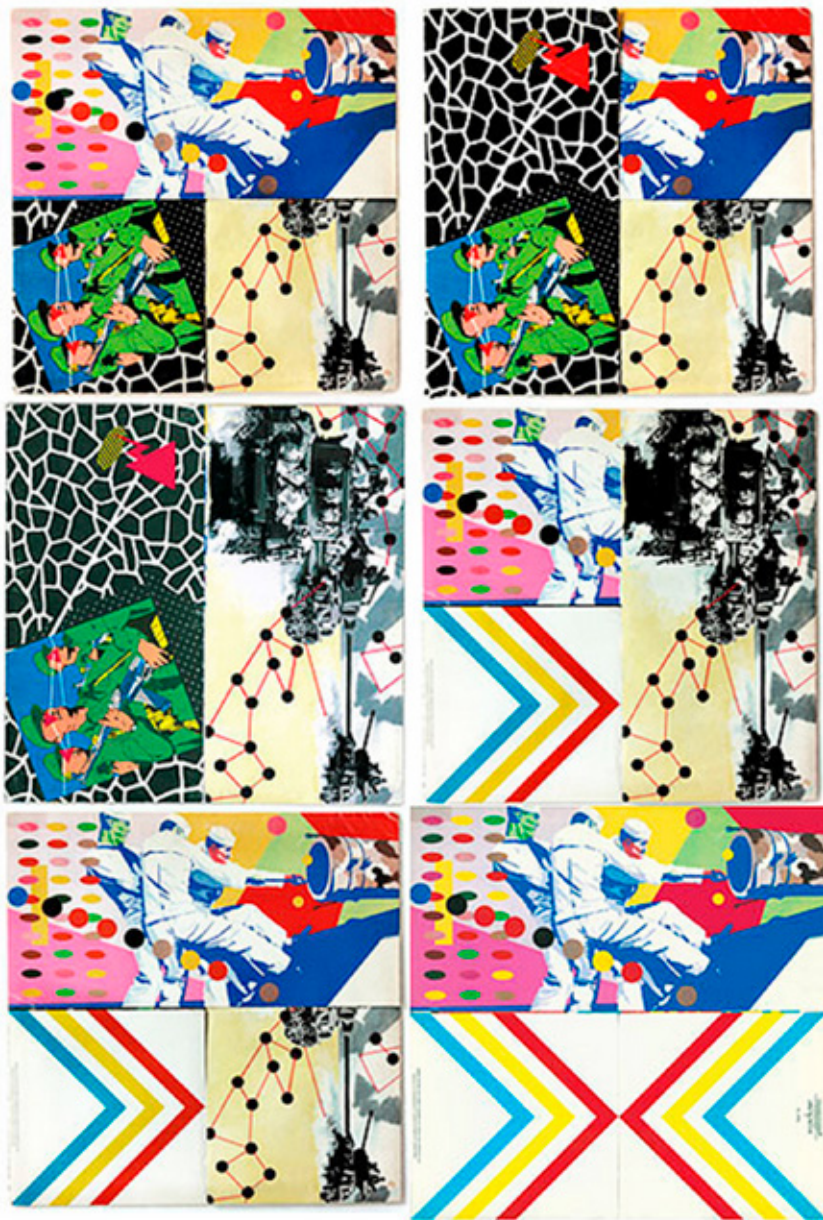


Figura XXV - Contracapa do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello & The Attractions (1979), variações I



Figura XXVI - Contracapa do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello & The Attractions (1979), variações II



Figura XXVII - Vinil frente e verso do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello & The Attractions (1979)



Figura XXVIII - Cartões offcut do álbum "Armed Forces" de Elvis Costello & The Attractions (1979)

As abas da contracapa consistem nas ilustrações *pop* de tanques, campos de guerra e dos fuzileiros navais americanos, encomendadas à coletiva de design francesa Bazooka²⁵.

O seu interior relembra Mondrian e Jackson Pollock, com a “*kinetic and abstract art, geometric patterns and gaudy textile designs (one of the animal prints derives from a pair of Bubbles’ assistant Diana Fawcett’s knickers)*”²⁶.

A *sleeve* de cor amarela e azul, reveste o vinil com uma foto em cada lado da banda, com molduradas de cor. Assim, mal se abre a capa vê-se a *sleeve* do vinil em contraste com fundo caótico e desordenado. Que segundo Paul Gorman autor da obra “*Reasons to Be Cheerful: The Life and Work of Barney Bubbles*” (2010) afirma que o álbum “(...) *Armed Forces unleashes a maelstrom of kaleidoscopic images set within the interlocking flaps on the back of the sleeve*”.

Embora até à data muito já tivesse sido feito neste âmbito que procurasse fugir a um padrão estabelecido sobretudo pela indústria, este trabalho marcou a sua época pela insurgência contra as normas usuais estabelecidas. Bubbles comprometeu o público como parte da capa à medida que este interagia (e ainda interage) com ela. O seu manuseamento é versátil, personalizável e lúdico. A sua junção aleatória de imagens, aparenta um trabalho de bricolage e de “ideia de erro” devido à variedade, ao caos e à aleatoriedade das peças.

"HIS YEAR'S MODEL" DE "LVIS COSTELLO"

Previamente ao álbum *Armed Forces*, Elvis Costello & The Attractions lançaram o álbum "*This Year's Model*" em 1978. Durante a sessão fotográfica para a capa do álbum Bubbles afirmou, que Elvis não deveria estar à frente da câmara, mas sim atrás desta.

Bubbles instruiu, insistentemente, que o álbum fosse impresso "*off-kilter*"²⁷, permitindo a prova de cor²⁸ aparecer no lado direito da capa, empurrando a fotografia, o nome do artista e o título do álbum para a esquerda, revertendo o título para "*His Year's Model*" e o nome do artista para "Lvis Costello". Na contracapa, aparece a foto da banda numa aparente sala de estar com um *mood* místico e singular. Completando com um *sticker* na capa a dizer "*free album with this single*" (álbum grátis com este *single*), referindo-se ao *single* "*Stranger in the House*" numa *sleeve* preta e branca com a fonética "*bzz*" repetida.

A *sleeve* interior tem duas interpretações contraditórias do título do álbum. Um dos lados tem uma mão de borracha a segurar uma micro TV; e o outro lado, tem quatro troncos e pés humanos alinhados com diferentes cores (preto, vermelho, amarelo e azul), numa lavandaria.

Demonstrando mais uma vez uma intervenção ousada, perspicaz e incomum pela aplicação de um erro propositado (prova de cor) como parte da capa. Contrastando com a fotografia de tons escuros ilustra uma parte do processo de design gráfico.

Curiosidade: Existe pelo menos três versões da capa, contracapa e da *sleeve* do álbum "*This Year's Model*" -Versão americana, inglesa e sueca. A capa da versão inglesa é a única que contem o "erro" e a sua peculiaridade. Nas três versões as contracapas são diferentes, criando a ideia de *stopmotion* onde as personagens vão mexendo do sítio. As *sleeves* contêm uma pequena diferença na textura e posicionamento da luva. E por fim, as diferenças de cor, tipografia e posicionamento dos elementos nos autocolantes do vinil.

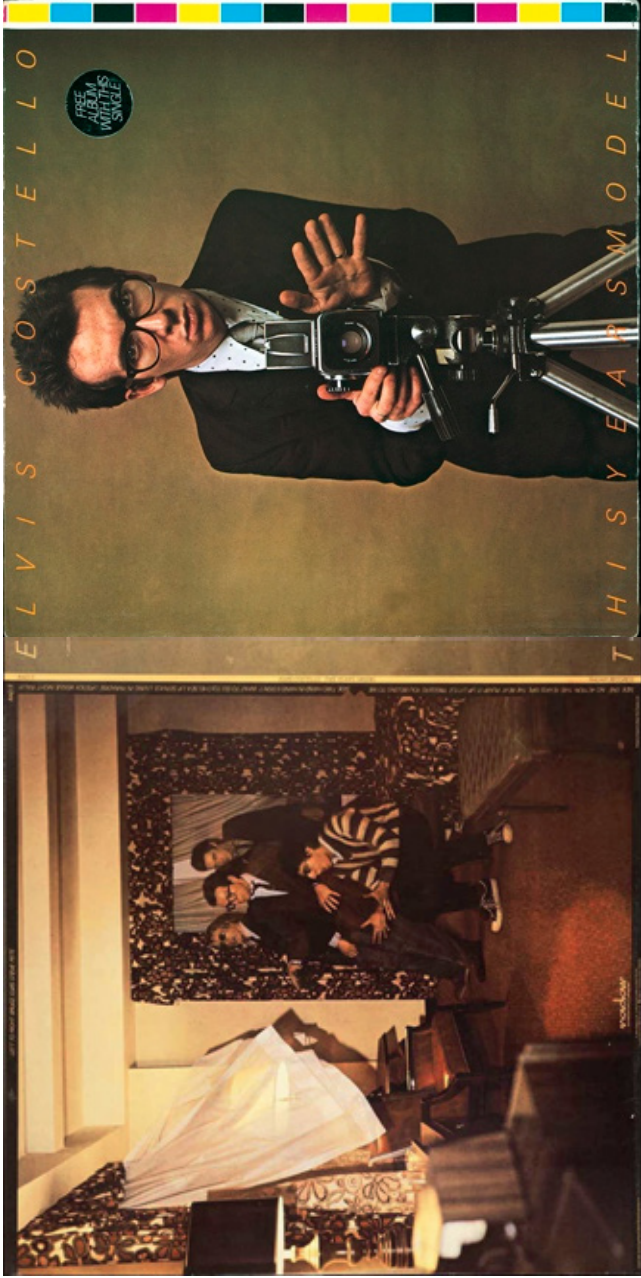


Figura XXIX - Contracapa e capa do álbum "This Year's Model", de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão do inglesa,



Figura XXX - Sleeve "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão do inglesa



Figura XXXI - Autocolante do vinil do álbum “This Year’s Model” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão inglesa



Figura XXXII - Frente da sleeve do single “Stranger in the House” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão inglesa



Figura XXXIII - Parte de trás da sleeve do single “Stranger in the House” de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão inglesa

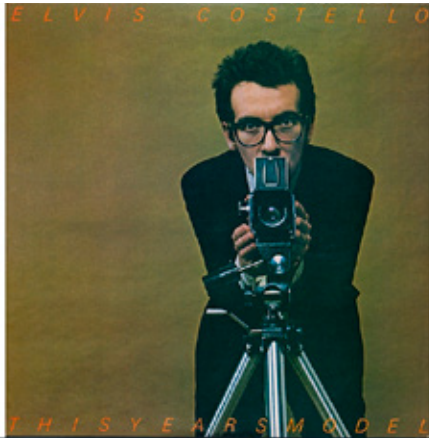


Figura XXXIV - Capa do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978)
Versão Americana



Figura XXXV - Contracapa do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978)
Versão Americana



Figura XXXVI - Sleeve do single do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978)
Versão Americana



Figura XXXVII - Autocolante do vinil do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978), Versão Americana

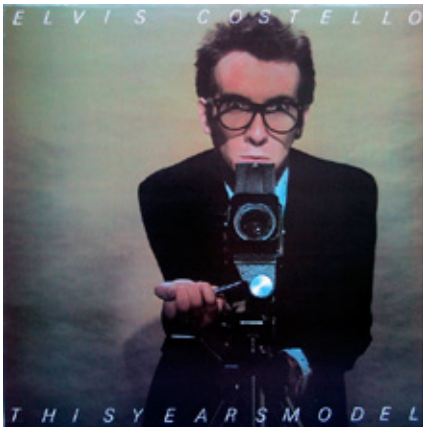


Figura XXXVIII - Capa do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978)
Versão Sueca



Figura XXXIX - Contracapa do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978)
Versão Sueca

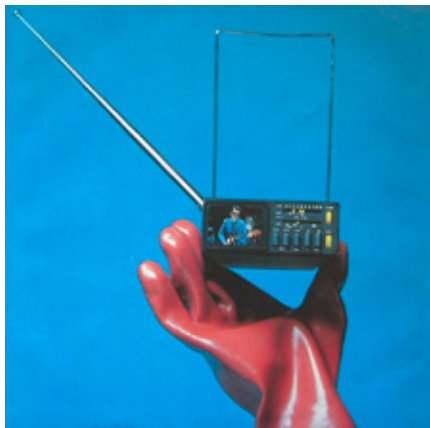


Figura XL - Sleeve do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978)
Versão Sueca



Figura XLI - Autocolante do vinil do álbum "This Year's Model" de Elvis Costello & The Attractions (1978)
Versão Sueca

A IDEIA DE ERRO NA IMPRESSÃO DO ÁLBUM DOS THE DAMNED

Como novo director criativo da Stiff Barney Bubbles teve como um dos primeiros trabalhos o primeiro álbum “*Damned, Damned, Damned*” (1977) da banda The Damned. Mas devido ao facto de serem novos na indústria e à populariedade das bandas The Clash e Sex Pistols, não tornava a integração no mercado fácil e para cobrir os custos de produção e distribuição do álbum era necessário a venda de 2,000 cópias.

No lançamento do álbum em Fevereiro de 1977, começaram a circular rumores que a distribuidora *Island Records*, no álbum “*Damned, Damned, Damned*” trocou “acidentalmente” a foto da contracapa pela banda errada (*Eddie & The Hot Rods* em vez dos *The Damned*).

Para solucionar o “erro” Jack Riviera²⁹ e Bubbles (como recente director criativo da Stiff), decidiram aplicar um autocolante titulado como “*erratum*” onde explicam “*Due to Record Company error, a picture of Island recording artists Eddie & The Hot Rods has been printed instead of The Damned. We apologise for any inconvenience caused and the correct picture will be substituted on future copies.*”

Mas este “erro” não passava de uma brilhante propaganda, onde as notícias ajudaram impulsionar a venda dos álbuns. Mais tarde foi também elaborada um edição limitada onde continha um *sticker* “*food-fight*” completando o álbum e inflamando o preço a quinhentos *pounds* cada. Logo, foram elaboradas três edições para o primeiro álbum dos *The Damned*: a primeira com a aplicação do erro, a segunda normal e a terceira limitada.



Figura XLII - Esboço da contracapa do álbum "Damned Damned Damned" dos "The Damned" (1977)



Figura XLIII - Contracapa do álbum "Damned Damned Damned" dos "The Damned" (1977), com o "erro"



Figura XLIV - Segunda contracapa do album "Damned Damned Damned" dos "The Damned"(1977), corrigido



Figura XLV - Capa do album "Damned Damned Damned" dos "The Damned" (1977)



Figura XLVI - *Capa do álbum "Damned Damned Damned" dos "The Damned" (1977), Edição Limitada com sticker "food-fight"*

1.2 - THE FATHER OF GRUNGE

Uma das características que define um designer gráfico é o seu estilo único. Ao longo da história do design gráfico vários nomes se destacaram por essas mesmas razões como Ikko Tanaka, April Greiman, El Lissitzky, Saul Bass, Wolfgang Weingart, John Maeda, etc. Como tal, podemos referir David Carson como um designer gráfico cujo trabalho se destacou sobretudo pela sua singularidade e importância sobretudo junto do movimento "*grunge*". David Carson constrói composições únicas, quebrando as regras e os princípios do design gráfico, experimentando, arriscando e errando. Ele desafiou o convencional sobre o que era a legibilidade, a estrutura da página e da revista.

Foi um dos principais protagonistas do estilo "*grunge*" onde o caos, a desordem e a experimentação dominam o design gráfico, através da combinação da tipografia experimental e da mistura de texturas. Carson afirma numa entrevista para a *B-Change*, que no seu processo de design "*there's nothing automatic, there's no formula, there's no grid and a pre-arranged way of approaching*". Depende dos materiais disponíveis e cedidos, quem é o público alvo, a concorrência e qual é a mensagem que se pretende transmitir.

Na revista *Ray Gun* dos anos noventa, David Carson abordou o *layout* sem grelha, sem sistema e com tipografia experimental, permitindo ao conteúdo orientar o processo. As cores retro, as colagens, a ilegibilidade e o design caótico são características referenciais da revista. Como afirma Carson, "(...) *the point of this magazine was to read the articles, listen to the music, and try to interpret it. There's no grid, there's no system, there's nothing set up in advance*"³⁰ (2003).

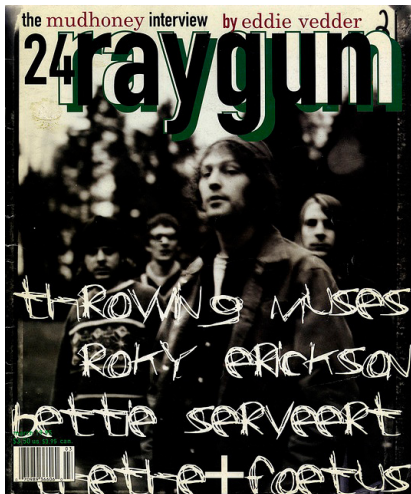


Figura XLVII - Capa da revista Ray Gun #24, Mudhoney, March 1995

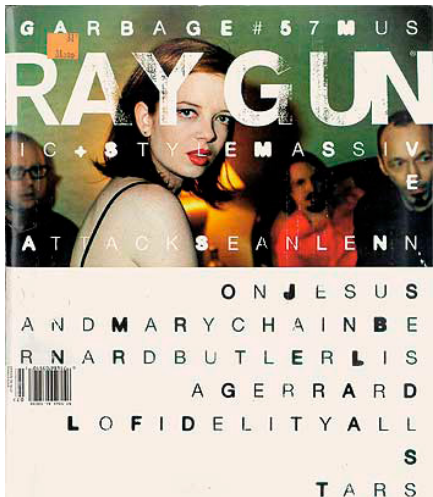


Figura XLVIII - Capa da revista Ray Gun #57, Garbage, July 1998

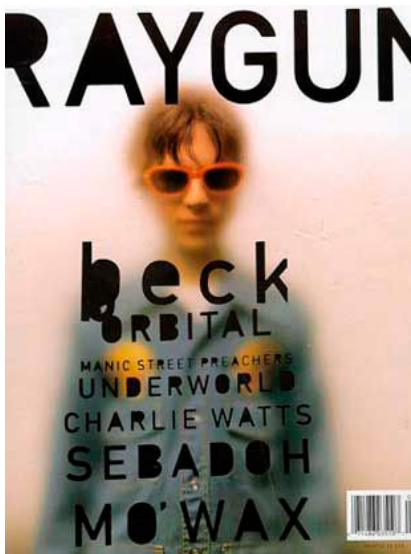


Figura XLIX - Capa da revista Ray Gun #39, Beck, September 1999

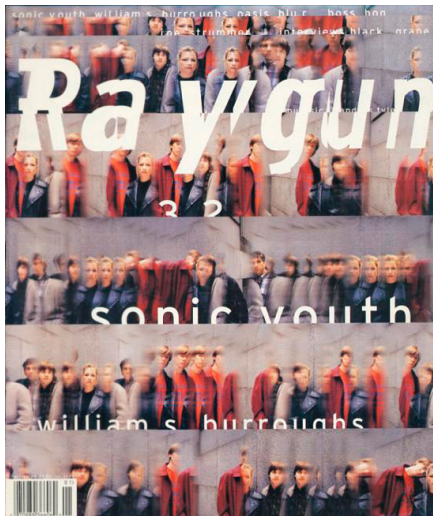


Figura L - Capa da revista Ray Gun #32, Sonic Youth, December/January 1996



Figura LI -Capa da revista Ray Gun #50, Oasis, October 1997



Figura LII - Capa da revista Ray Gun #11, Swervedriver, November 1993



Figura LIII - Capa da revista Ray Gun #3, Dinosaur Jr, February 1993

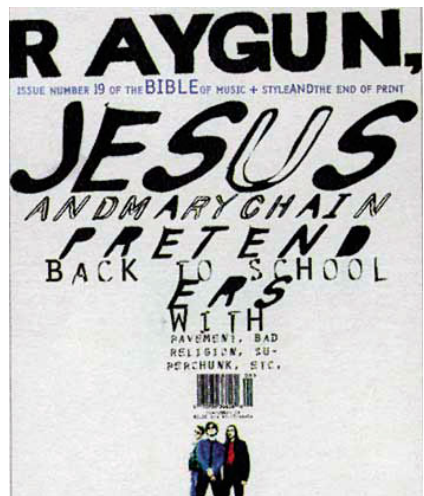


Figura LIV - Capa da revista Ray Gun #19, Jesus and Mary Chain, September 1994

Nos exemplos anteriores podemos observar a falta de espaço branco. A instabilidade e falta de regras no *lettering* da revista, faz cada exemplar individual e diferente adaptando a abordagem gráfica ao conceito de cada edição.

Num artigo para a revista *Ray Gun* (1994), sobre o músico Brian Ferry, Carson como diretor de arte decidiu aplicar a fonte *Zapf Dingbats*³¹. Criando a “ideia de erro” através da ausência de leitura, criando erro de interpretação e visual. Como se pode observar nas imagens seguintes a “ideia de erro” está aplicada no conceito em si, na mensagem a transmitir em vez da proposta final.

No fim, podemos observar que David Carson se preocupa com cinco princípios ao elaborar os seus trabalhos. Conhecer o público alvo que se está a direccionar, aplicar tipografia emocional e com carácter, comunicar visualmente com todos os elementos, retirar elementos de inspiração da natureza, desafiar e quebrar as regras, respeitando-as de igual modo.

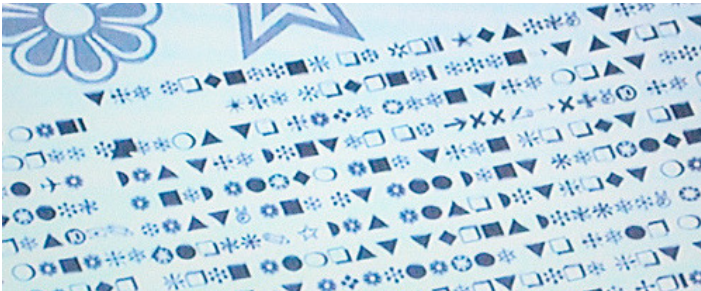


Figura LV - Detalhe da fonte *Zapf Dingbats*, no artigo para a revista “*Ray Gun*”(1994), sobre o músico Brian Ferry

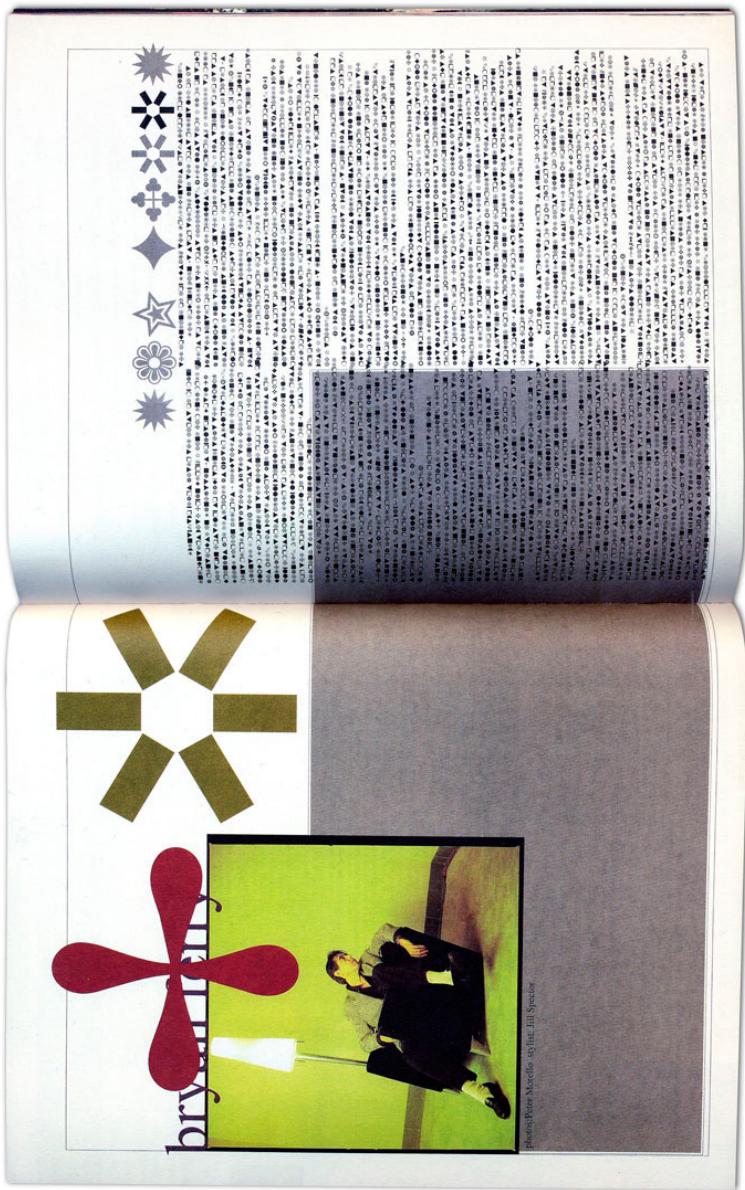


Figura LVI - Spread do artigo para a revista "Ray Gun" (1994), sobre o músico Brian Ferry

CAPÍTULO III - THE EPIC FAIL!

1.1 Conceito

1.2 Processo

1.3 Resultados

1.1 CONCEITO

*"Redesign your imagination"*³². Ocasionalmente a resposta não está na produção de novos conceitos e processos, mas sim na desconstrução de exemplos existentes. Tal como, na procura e análise das causas que conduziram ao erro acontecer, questionando a sua ocorrência.

Assim, no âmbito de (re) criar o erro, estamos perante a exploração, reinterpretção e desconstrução do erro. Onde o processo vive da apropriação do resultado final dos posters escolhidos, como objectivo a atingir. Recriando o processo e/ou métodos de novo, para refazer os posters e o(s) erro(s) utilizado(s) e/ou adotado(s).

1.2 PROCESSO

Todo o envolvente deste projecto prático consistiu na experimentação, tentativa e erro, metodologias instáveis e na ocorrência de regimes de aleatoriedade, que podemos caracterizar como erro se aceitarmos como resultado natural do processo.

O desenvolvimento e estrutura do projeto prático baseia-se em quatro fases:

A primeira fase assenta na recolha de posters, cujo o seu processo ou resultado final coincidiu com os conceitos de “ideia de erro” e/ou erro.

Na segunda fase a análise dos elementos presentes no poster, como por exemplo a tipografia, o alinhamento, a hierarquia, etc., de modo a termos um suficiente manancial de referências para podermos ensaiar a experiência de recriar os posters acima referidos.

Na terceira fase, explorámos os métodos e/ou processos utilizados de modo a tentar recriar o erro. Foram então necessárias a utilização de diversas técnicas manuais e digitais, como exemplo o arrastamento no *scanner*, as *layers* e pincéis do photoshop, sobreposição da tipografia, utilização da mancha de tinta com grafismo, o uso de aplicações *online* para desconstruir as imagens (i.e: “pixlshift.owlmoth.net” e “larixk.nl/experiments/sort/”), o corta e cola, etc. Como conclusão deste processo, apresentámos os posters elaborados.

A apresentação do projecto prático, consiste no dispor do poster original, colocado lado a lado do resultado da experiência por nós encetada, como resultado do processo proposto.

POSTER 1
THE DISHONEST MANIFEST
ROYAL STUDIO



Figura LVII - Poster 1 "The Dishonest Manifest" I, Royal Studio (2014)

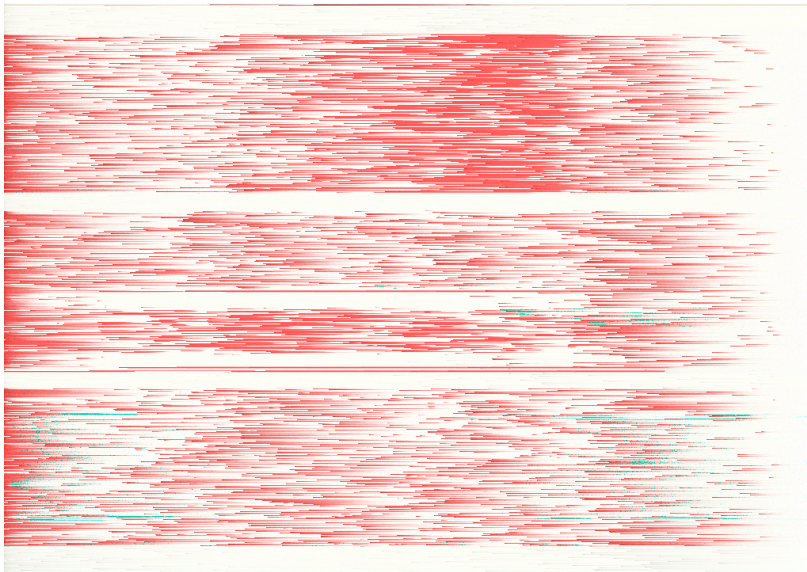


Figura LX - Poster I, *Experiência II*,
provocado por *Pixel Sort* (2017)

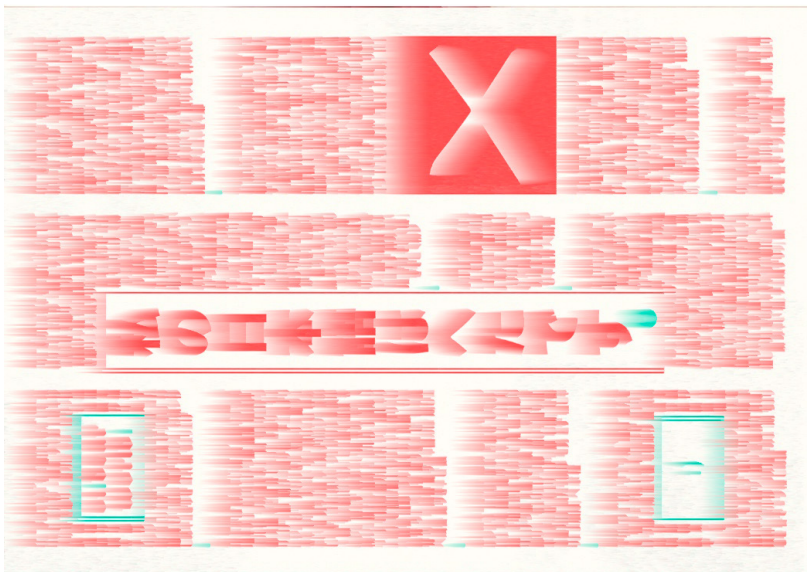


Figura LIX - Poster I, *Experiência I*,
provocado por *Pixel Sort* (2017)

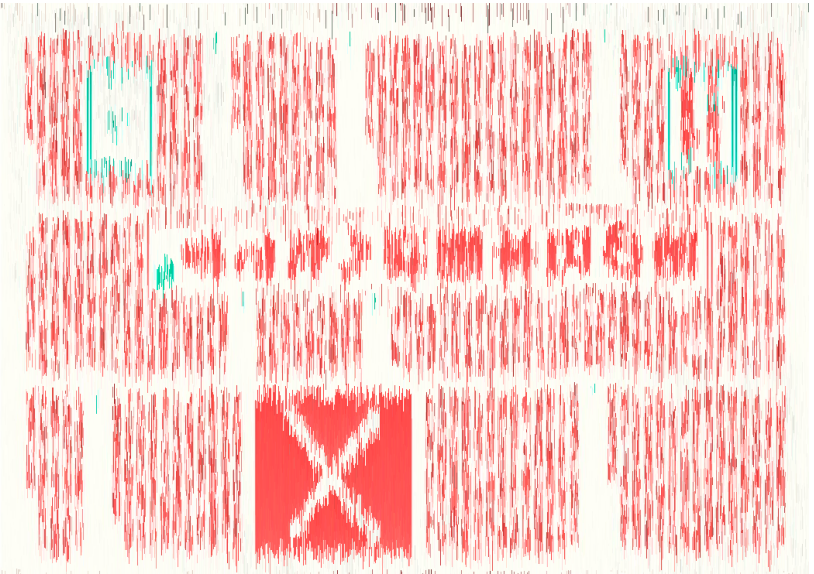


Figura LXI - Poster I, Experiência III,
provocado por Pixel Sort (2017)

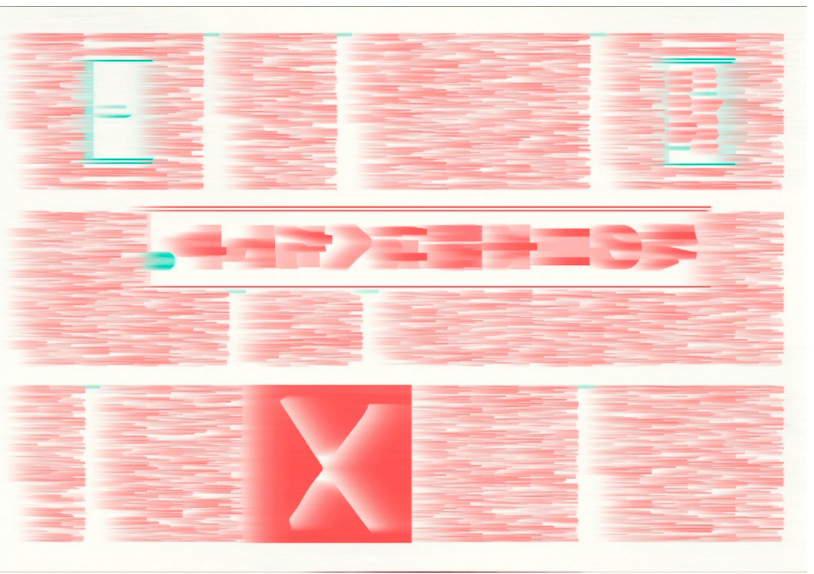


Figura LXII - Poster I, Experiência IV,
provocado por Pixel Sort (2017)

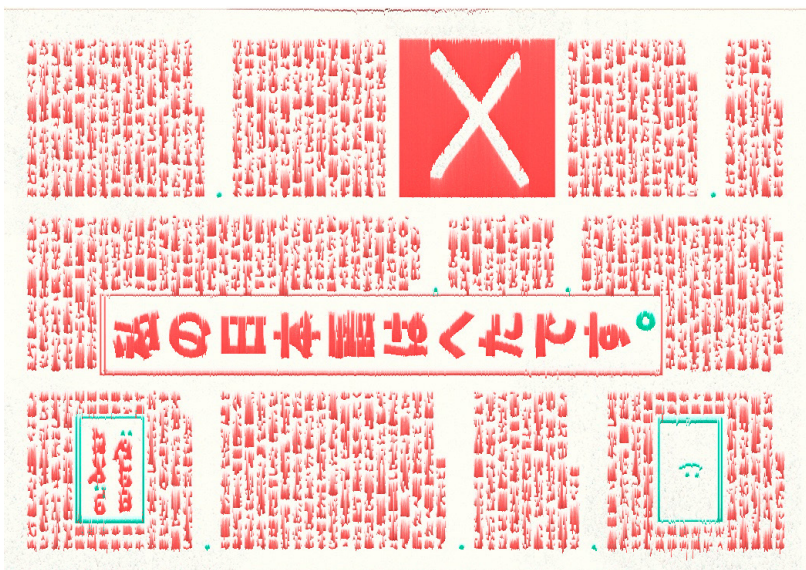


Figura LXIII - Poster I, Experiência V,
provocado por Pixel Sort (2017)

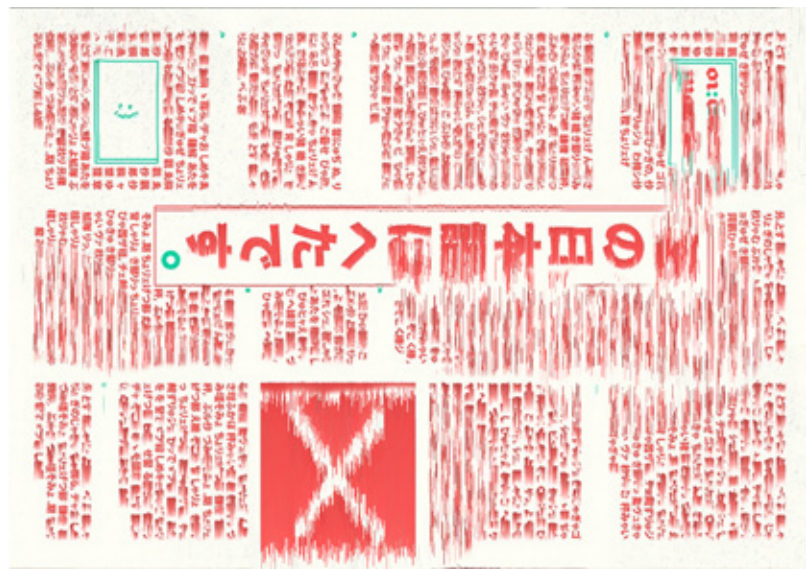


Figura LXIV - Poster I, Montagem I (2017)

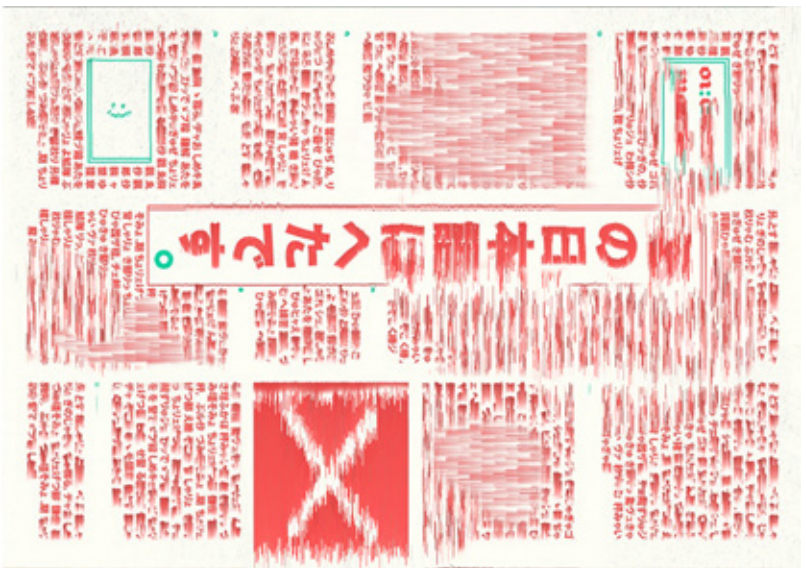


Figura LXV - Poster I, Montagem II (2017)

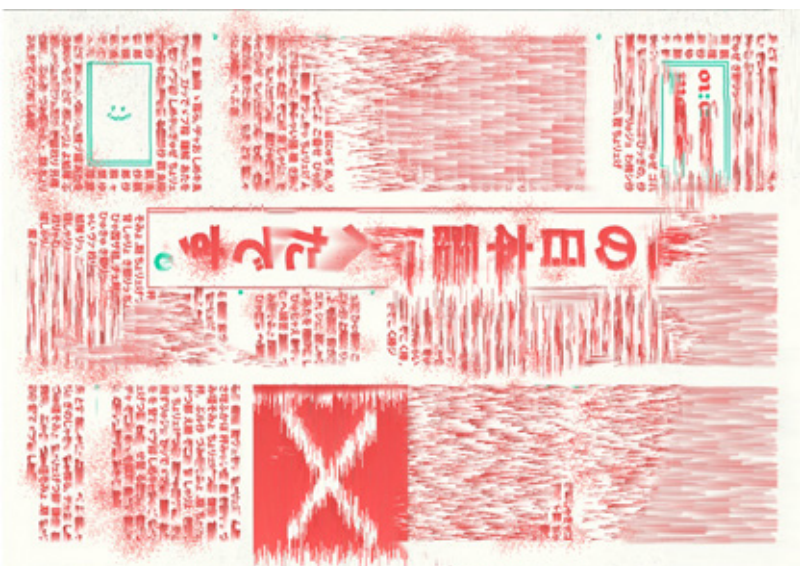


Figura LXVI - Poster I, Montagem III (2017)

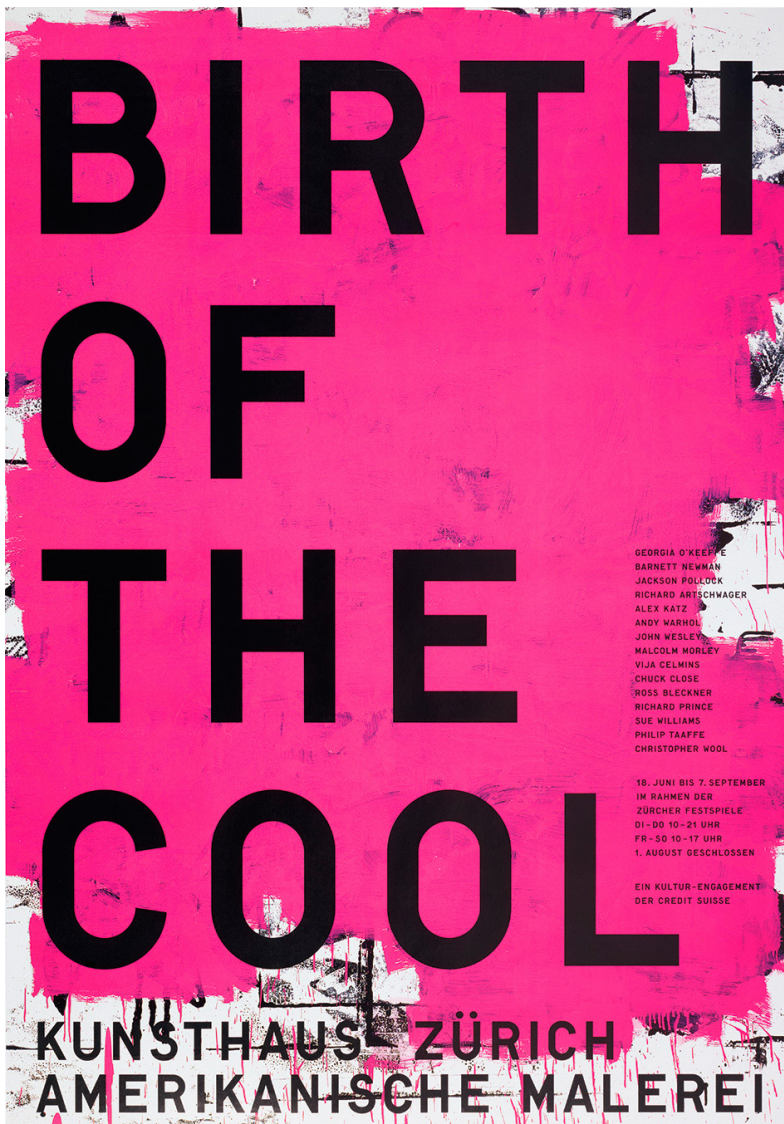
THE DISHONEST MANIFEST

ROYAL STUDIO



Figura LXVIII - Poster 1 "The Dishonest Manifest" I, Royal Studio (2014)

POSTER 2
THE BIRTH OF COOL
CORNEL WINDLIN



GEORGIA O'KEEFE
BARNETT NEWMAN
JACKSON POLLOCK
RICHARD ARTSCHWAGER
ALEX KATZ
ANDY WARHOL
JOHN WESLEY
MALCOLM MORLEY
VIJA CELMINS
CHUCK CLOSE
ROSS BLECKNER
RICHARD PRINCE
SUE WILLIAMS
PHILIP TAAFFE
CHRISTOPHER WOOL

18. JUNI BIS 7. SEPTEMBER
IM RAHMEN DER
ZÜRCHER FESTSPIELE
DI - DO 10 - 21 UHR
FR - SO 10 - 17 UHR
1. AUGUST GESCHLOSSEN

EIN KULTUR-ENGAGEMENT
DER CREDIT SUISSE

Figura LXX - Poster 2, "Birth of the Cool", Cornel Windlin (1997)



Figura LXXI - Poster 2, *Experiência I*,
mancha de tinta (2017)



Figura LXXII - Poster 2, *Experiência II*,
mancha de tinta (2017)

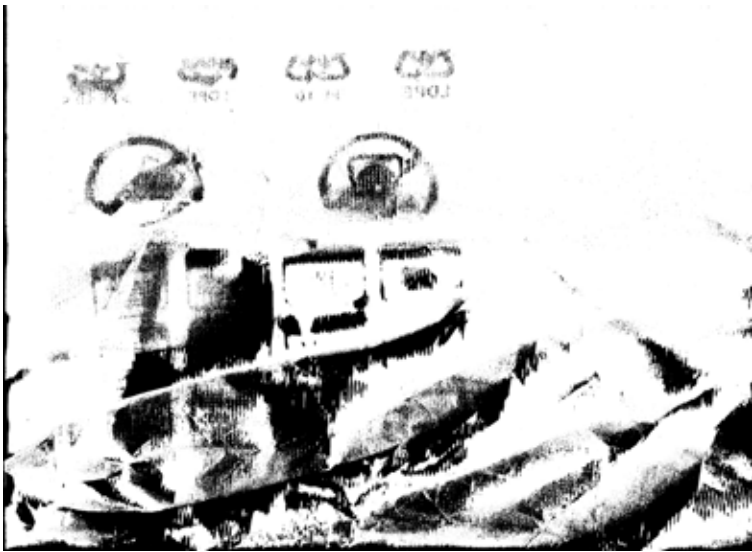


Figura LXXIII - Poster 2, Experiência III,
digitalização a preto e branco (2017)

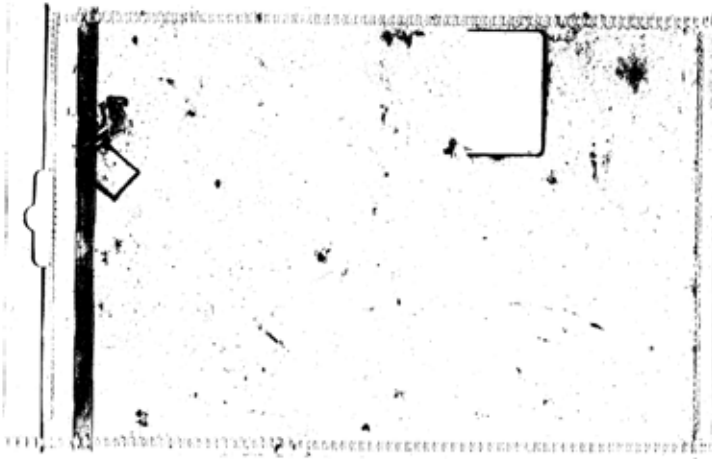


Figura LXXIV - Poster 2, Experiência IV,
digitalização a preto e branco (2017)



Figura LXXV - Poster 2, *Montagem I* (2017)

BIRTH OF THE COOL

GEORGIA O'KEEFE
BARNETT NEWMAN
JACKSON POLLOCK
RICHARD ARTSCHWAGER
ALEX KATZ
ANDY WARHOL
JOHN WESLEY
MALCOLM MORLEY
VIJA CELMINS
CHUCK CLOSE
ROSS BLECKNER
RICHARD PRINCE
SUE WILLIAMS
PHILIP TAAFFE
CHRISTOPHER WOOL

18. JUNI BIS 7. SEPTEMBER
IM RAHMEN DER
ZÜRCHER FESTSPIELE
DI-DO 10-21 UHR
FR-SO 10-17 UHR
1. AUGUST GESCHLOSSEN

EIN KULTUR-ENGAGEMENT
DER CREDIT SUISSE

KUNSTHAUS ZÜRICH
AMERIKANISCHE MALEREI

Figura LXXVI - Poster 2, Resultado Final (2017)

THE BIRTH OF COOL

CORNEL WINDLIN

**BIRTH
OF
THE
COOL**

GEORGIA O'KEEFE
BARNETT NEWMAN
JACKSON POLLOCK
RICHARD ARTSCHWAGER
ALEX KATZ
ANDY WARHOL
JOHN WESLEY
MALCOLM MORLEY
VIJA CELMINS
CHUCK CLOSE
ROSS BLECKNER
RICHARD PRINCE
SUE WILLIAMS
PHILIP TAAFFE
CHRISTOPHER WOOL

18. JUNI BIS 7. SEPTEMBER
IM RAHMEN DER
ZÜRCHER FESTSPIELE
DI - DO 10 - 21 UHR
FR - SO 10 - 17 UHR
1. AUGUST GESCHLOSSEN

Ein Kultur-Engagement
der Credit Suisse

**KUNSTHAUS ZÜRICH
AMERIKANISCHE MALEREI**

Figura LXXVII - Poster 2, "Birth of the Cool", Cornel Windlin (1997)

RESULTADO FINAL

ANABELA GOMES

**BIRTH
OF
THE
COOL**

GEORGIA O'KEEPE
BARNETT NEWMAN
JACKSON POLLOCK
RICHARD ARTSCHWAGER
ALEX KATZ
ANDY WARHOL
JOHN WESLEY
MALCOLM MORLEY
VIJA CELMINS
CHUCK CLOSE
ROSS BLECKNER
RICHARD PRINCE
SUE WILLIAMS
PHILIP TAAFFE
CHRISTOPHER WOOL

18. JUNI BIS 7. SEPTEMBER
IM RAHMEN DER
ZÜRCHER FESTSPIELE
DI-DO 10-21 UHR
FR-SO 10-17 UHR
1. AUGUST GESCHLOSSEN

EIN KULTUR-ENGAGEMENT
DER CREDIT SUISSE

**KUNSTHAUS ZÜRICH
AMERIKANISCHE MALEREI**

Figura LXXVIII - Poster 2, Resultado Final (2017)

POSTER 3
SCANMANIA
RUBÉN MONTERO



Figura LXXIX - Poster 3, SCANMANIA, Rubén Montero (2015)



Figura LXXX - Poster 3, Experiência I,
digitalização com arrastamento (2017)

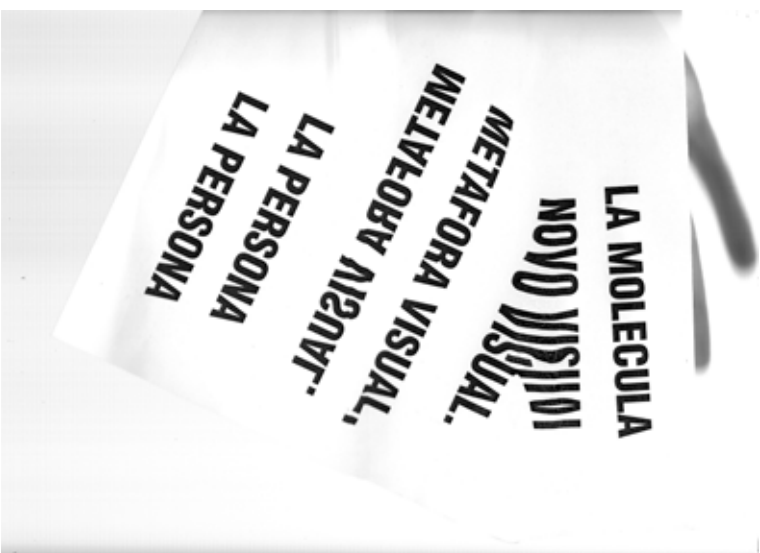


Figura LXXXI - Poster 3, Experiência II,
digitalização com arrastamento (2017)



Figura LXXXII - Poster 3, Experiência III,
digitalização com arrastamento (2017)



Figura LXXXIII - Poster 3, Experiência IV,
digitalização com arrastamento (2017)



Figura LXXXIV - Poster 3, Experiência V,
digitalização com arrastamento (2017)



Figura LXXXV - Poster 3, Experiência VI,
digitalização com arrastamento (2017)



Figura LXXXVI - Poster 3, Resultado Final (2017)

SCANMANIA

RUBÉN MONTERO

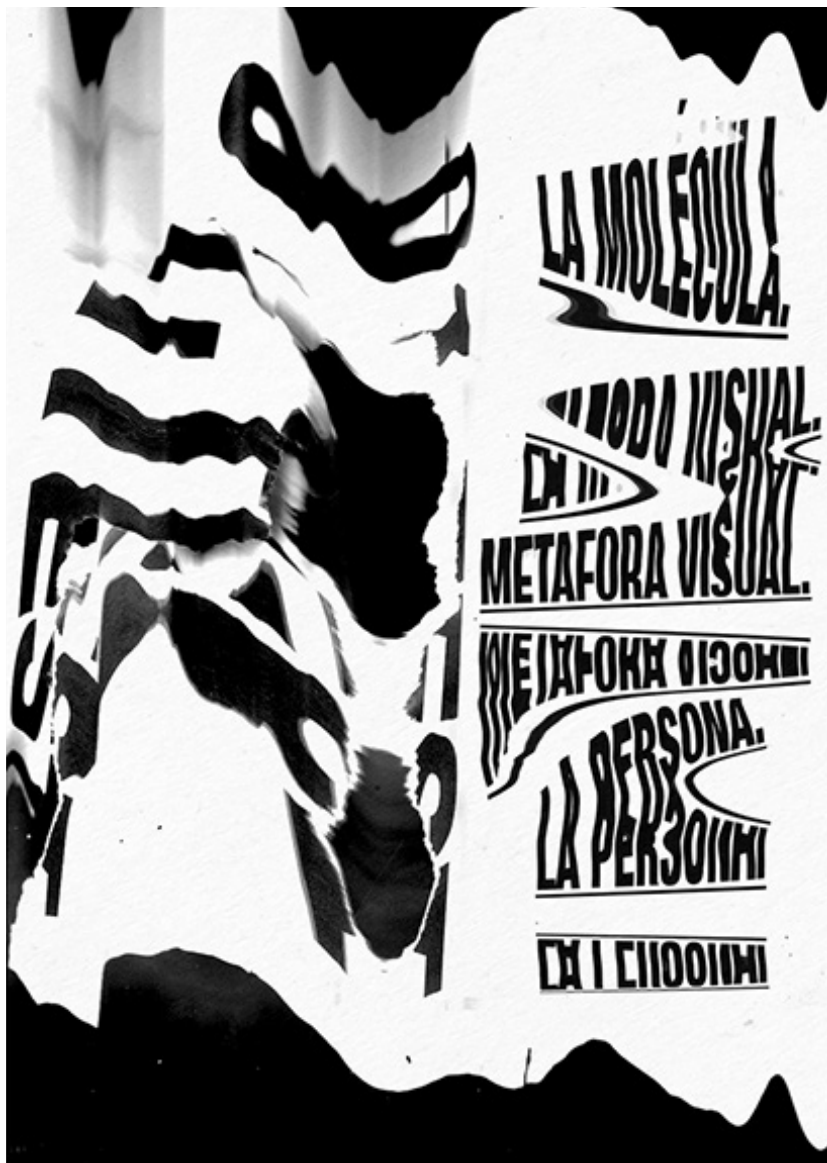


Figura LXXXVII - Poster 3, SCANMANIA, Rubén Montero (2015)

RESULTADO FINAL

ANABELA GOMES



Figura LXXXVIII - Poster 3, Resultado Final (2017)

POSTER 4
GOLDEN TEATRE
PETER BANKOV



Figura LXXXIX - Poster 4, "Golden Theatre", Peter Bankov (s.d)

EXPERIÊNCIA

Figura XC - Poster 4, Experiência I,
recorde de letras (2017)

PARPY
MVA
LIVE
GATE
BRD
NIG
GOLDEN
THEPA
TRE
MY DO
252WPS3
T5
JUNE21
955T

Figura XCI - Poster 4, Experiência II,
escrita manual (2017)



Figura XCII - Poster 4, *Experiência III*, mancha de tinta da china (2017)



Figura XCIII - Poster 4, Montagem I (2017)



Figura XCIV - Poster 4, Resultado Final (2017)

GOLDEN TEATRE

PETER BANKOV



Figura XCV - Poster 4, "Golden Teatre", Peter Bankov (s.d)

RESULTADO FINAL

ANABELA GOMES



Figura XCVI - Poster 4, Resultado Final (2017)

POSTER 5

MIAMI AD SCHOOL: WHY DESIGN?

ANDRE FUKUMOTO



Figura XCVII - Poster 5, "Miami Ad School: Why Design?", Andre Fukumoto (s.d)

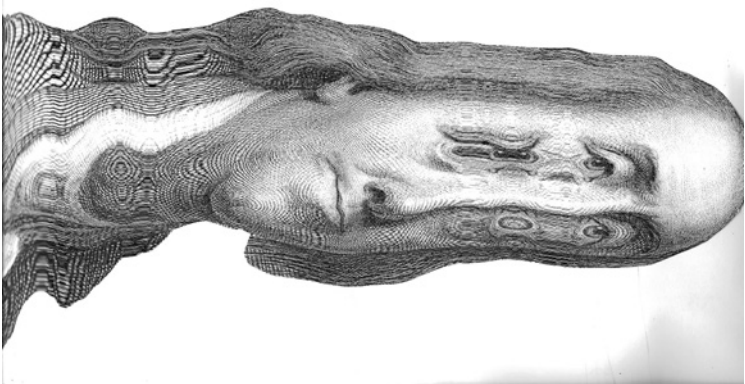


Figura XCVIII - Poster 5, Experiência I,
digitalização com arrastamento (2017)



Figura XCIX - Poster 5, Experiência II,
digitalização com arrastamento (2017)



Figura C - Poster 5, Experiência III, digitalização com arrastamento (2017)

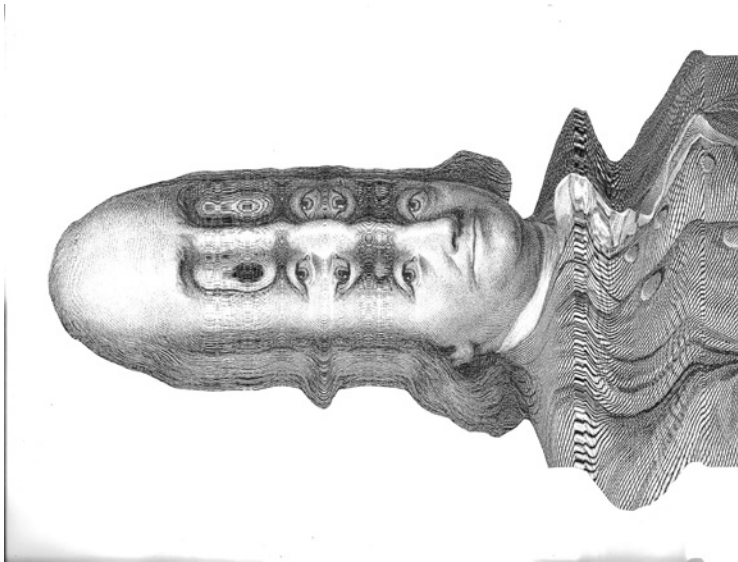


Figura CI - Poster 5, Experiência IV, digitalização com arrastamento (2017)



Figura CII - Poster 5, Experiência V,
digitalização com arrastamento (2017)

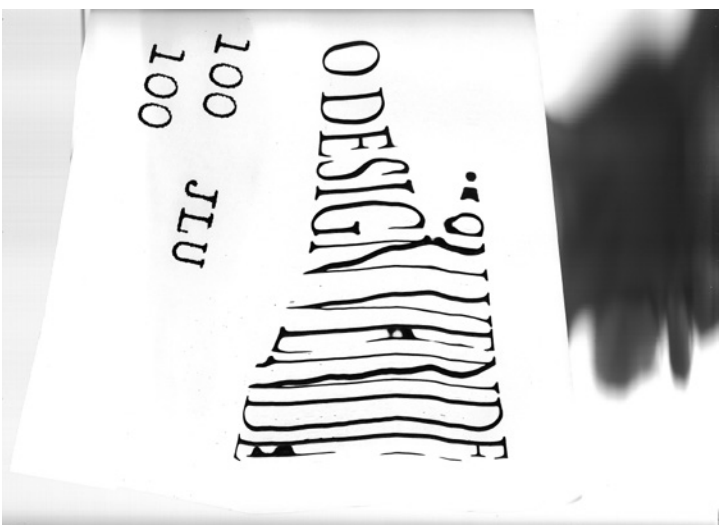


Figura CIII - Poster 5, Experiência VI,
digitalização com arrastamento (2017)



Figura CIV - Poster 5, Experiência VII, digitalização com arrastamento (2017)

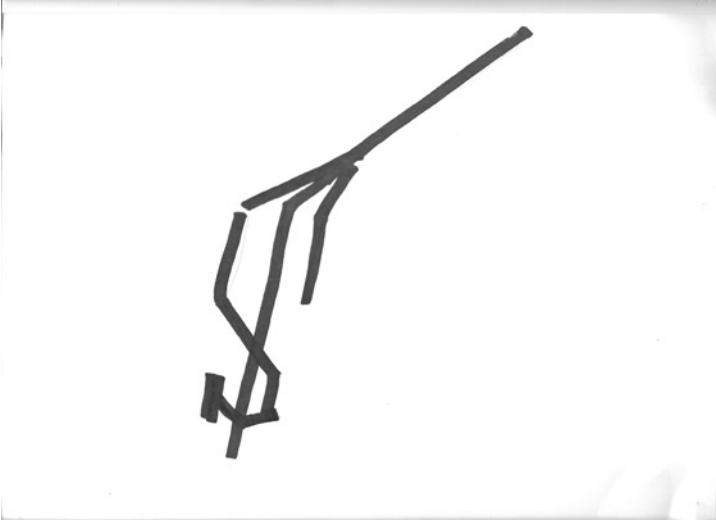


Figura CV - Poster 5, Experiência VIII, linhas (2017)



Figura CVI - Poster 5, Montagem I (2017)

MADE
JLU

O DESIGN



~~POR
QUE
DES
IGN~~

Design is not what
you draw. It's how
you solve problems.
It's how you make
things work.
It's how you make
things better.
It's how you make
things beautiful.

GRAMMAD SCHOOL 100

100 100

100

100

100

100

Figura CVII - Poster 5, Resultado Final (2017)

MIAMI AD SCHOOL: WHY DESIGN?

ANDRE FUKUMOTO



Figura CVIII - Poster 5, "Miami Ad School: Why Design?", Andre Fukumoto (s.d)

RESULTADO FINAL

ANABELA GOMES

MADE
JLU

O DESIGN FAZ DIFERENÇA

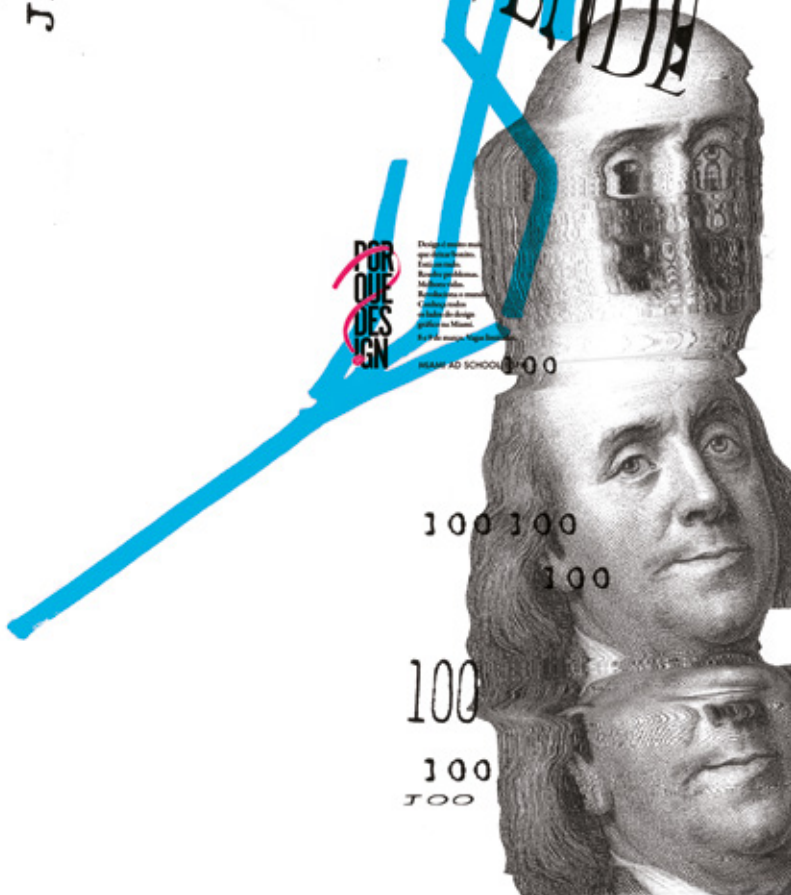


Figura CIX - Poster 5, Resultado Final (2017)

1.3 RESULTADOS

Uma vez concluída a parte prática do projeto, é impossível não conhecer alguma frustração nos resultados apesar do ânimo colocado numa experiência de carácter improvável. Os métodos que tivemos que seguir são instáveis e tornam sobretudo notáveis as múltiplas variáveis existentes (protagonistas, conceitos, tecnologia, espaço-tempo, etc). Tudo isto apesar de tudo previsível num contexto em que a existência ou não-existência do erro orientam os resultados.

Mais do que em outra ocasião no decurso da tentativa de compreender uma complexidade na fronteira do impossível, nunca a consideração "Ever tried. Ever failed. No matter. Try again. Fail again. Fail better."³³ (Apud Samuel Beckett), foi tão notoriamente demonstrada.

A reprodução do erro é improvável, instável, inglória e impossível. O resultado final ilustra o regime da opção processual e aceitação do regime do erro que não é senão aquelas que são as condições essenciais do humor e da ironia que normalmente se situam na fronteira do indizível do design gráfico e provavelmente as instâncias seguintes sobre as quais nos debruçaríamos na continuação deste trabalho. O plano inicial "(...) was never a plan. There was just a series of mistakes"³⁴. (Apud Robert Caro), remeteu-nos para aquilo que em jeito de conclusão não é senão um novo erro.

35- Paradoxo do avô que consiste no indivíduo X que ao viajar ao passado irá matar o seu avô antes de este conhecer a sua futura esposa. Deste modo a sua avó deixará de ser e os seus pais deixaram de existir. Nasceu assim o paradoxo temporal, um fenómeno que resulta das viagens do tempo ao passado e que irá alterar o futuro de forma inexplicável logicamente. ——— 56 - Tradução pelo autor: "Wrongologist" – Kathryn Schulz - *Beign Wrong: Adventures in the margin of error*" (2010, p.17)

CONCLUSÃO

Todo o envolvente desta dissertação, análise de conteúdos e o projeto prático, foram inevitavelmente uma descoberta exploratória. A curiosidade deste tema está no processo embora vago, seja facilmente identificável como motivador e não de natureza obscura. Assim, a presente investigação propõe contrariar o pensamento atual quotidiano sobre o erro. Desafiando a criação de um novo conceito que reflete o erro propositado. E de forma equivalente, evidenciar uma natureza rebelde do design gráfico.

Viajar ao passado e redesenhá-lo é algo que todos nós, como indivíduos já pensámos pelo menos uma vez. Alterar um acontecimento para que este não aconteça é um sonho de muitos e um complicado paradoxo³⁵. As quantidades de erros que seriam extintos caso existisse a viagem no tempo seriam abundantes! Como esta não existe, o evitar, o desprezar e o rejeitar são a solução eleita por muitos em face do erro. Mas se ignorarmos a sociedade e as seus ideais e regras "perfeitas", podemos olhar para o erro com outros olhos, descobrindo o valor que este poderá ter para nós como erropioneiros³⁶ e para a sociedade. O principal passo é o indivíduo e a sua abordagem perante o erro.

Erro divide-se em duas principais categorias: os lapsos e os equívocos. Independentemente da sua classificação para este acontecer é necessário haver a interação entre três fatores: o actor, a intenção e as causas. Concluindo que cada erro é único, negando a possibilidade de uma solução universal, devido às suas inúmeras causas e consequências, infligindo a difícil identificação e classificação da sua origem.

Para prevenir o erro existem variados métodos, metodologias e técnicas. Mas devido ao erro conter como principal característica a espontaneidade, este não pode ser provocado. Por conseguinte, não pode ser instrumentalizado e recriado para o benefício do indivíduo.

Atualmente as normas-padrão fazem parte do quotidiano em todas as áreas. Desde às grandes indústrias às mais simples peculiaridades do quotidiano, como por exemplo a padronização do papel. A sua banalização é tão trivial que não nos apercebemos da sua dependência, principalmente do tamanho A4. O A4 é o mais comercializado e utilizado, devido à sua facilitação tanto a nível de *stock*, como de impressão e arquivo.

Este é um dos muitos exemplos, da existência e das razões de haver normas-padrão. Isto posto, por vezes é necessário quebrar e contornar as regras para sobressair na sociedade. Como por exemplo, a revista *Ray Gun* que para a época era visualmente arrojada e única, onde predominava a desordem, o caos, as texturas, a tipografia experimental, etc. A sua influência na quebra dos princípios do design gráfico foi importante, do modo que, David Carson ficou conhecido como um dos protagonista do estilo "*grunge*".

Após o apanhado geral da investigação sobre o erro e as normas-padrão, existiu a necessidade da elaboração de um conceito, onde a instrumentalização do erro não fosse caracterizada como tal, mas sim, como um erro falso. Um erro que se pode provocar, planejar e controlar.

A "ideia de" consiste num conceito simples e padronizado que necessita de conceitos *a priori*. Contendo essa noção surgiu a "ideia de erro", como conceito utilizado para caraterizar algo que gerou o oposto ao perfeito, ao correcto, à ordem, à objetividade, etc. Sobretudo é necessário haver intenção inicial e final, devido ao processo e/ou conceito ou ao resultado final invocar a "ideia de erro".

A “ideia de erro” pode ser dividida em duas fases, designadamente a fase visual, onde a imagem traduz os conceitos associados à “ideia de erro” no resultado final (caos, sujo, sobreposição, arrastamento, experimentação, desordem, etc.); E a fase conceptual, que consiste no conceito e/ou processo. Porém, não têm como obrigatoriedade a aplicação visual dos conceitos. Consequentemente o processo ou técnica aplicado refletirá “a ideia de erro” podendo, por exemplo originar do uso da aleatoriedade.

Concluindo, a instrumentalização da “ideia de erro” passa pela aplicação de resultados que geraram o oposto ao perfeito, correcto, limpo, à ordem, ao previsto, à objetividade, etc. Estes podem originar através de diversos métodos, técnicas, como a aleatoriedade, tentativa e erro, pensamento lateral, etc. Dependendo da utilização das fases, individualmente ou em conjunto, advém da iniciativa do indivíduo aplicá-las. Podendo ser uma ferramenta guia para desconstruir ou mudar o ponto de vista de um trabalho.

“Love your experiments (as you would an ugly child). Joy is the engine of growth. Exploit the liberty in casting your work as beautiful experiments, iterations, attempts, trials, and errors. Take the long view and allow yourself the fun of failure every day.”³⁷ Bruce Mau

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- B-CHANGE** (2015), *I Do Not Get Creative Blocks - Interview With David Carson*. [Online] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EUtKxA1Obxc> [Data de Acesso: 29/08/2017]
- CARSON, D.** (2003), *Design and Discoveries*. [Online] Disponível em: https://www.ted.com/talks/david_carson_on_design [Data de Acesso: 03/07/2017]
- DERRIDA, J.** (2005), *Paper Machine*. California: Stanford University Press
- ELLIS, M.H.** (2014), *Historical Perspectives in the Conservation of Works of Art on Paper*. China: Getty Conservation Institute
- FALGUIÈRES, P.** (s.d), *The realm of norms*. [Online] Disponível em: http://www.rosab.net/format-standard/pdf_download/uk-The_realm_of_norms.pdf [Data de Acesso: 20/06/2017]
- FREUD, S.** (1914), *Psychopathology of everyday life*. Nova Iorque: The Macmillan Company
- GORMAN, P.** (2010), *Found! Big Jobs Inc artwork for The Damned's "printing error" sleeve*. [Online] Disponível em: <http://www.barneybubbles.com/blog/archives/2956> [Data de Acesso: 29/08/2017]
- GORMAN, P.** (2010), *Reasons to be Cheerful: The Life and Work of Barney Bubbles*. China: Adelita Ltd
- HART, H.L.A.** (2008), *Punishment and Responsibility: Essays in the Philosophy of Law*. 2ª Edição. Estados Unidos da América: Oxford University Press
- KESSELS, E.** (2014), *Failed It! - How to turn mistakes into ideas and other advice for successfully screwing up*. Itália: Phaidon Press Limited
- KINROSS, R.** (2009), *A4 and before Towards a long history of paper sizes*. Wassenaar: NIAS

- LOSTRITTO, C.** (2015), *The Value of Randomness in Art and Design*. [Online] Disponível em: <https://www.fastcodesign.com/3052333/the-value-of-randomness-in-art-and-design> [Data de Acesso: 20/06/2017]
- LUPTON, E.** (2011), *Graphic design thinking: beyond brainstorming*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press
- MAU, B.** (s.d), *An incomplete manifesto for growth*. [Online] Disponível em: <http://www.manifestoproject.it/bruce-mau/> [Data de Acesso: 12/05/2017]
- MÜLLER-BROCKMANN, J.** (2014), *Sistema de grelhas – Um manual para designers gráficos*. 3º Edição. Espanha: Gráficas 92, SA, Rubí
- NORMAN, D.** (2013), *Psychology of everyday things*. Estados Unidos da América: Basic Books, A Member of the Perseus Books Group
- PORTO EDITORA.** (2006), *Dicionário de Língua Portuguesa*. Porto: Bloco Gráfico, Lda
- REASON, J.** (1990), *Human Error*. Estados Unidos da América: Cambridge University Press
- ROBINSON, K.** (2006), *Como as escolas matam a criatividade*. [Online] Disponível em: https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity?language=pt [Data de Acesso: 18/09/2016]
- SENDERS, J.W & MORAY, N.P.** (1991), *Human Error: Cause, Prediction, and Reduction*. Estados Unidos da América: LEA Publishers
- VIANA, N.** (2007), *Os valores na sociedade moderna*. Brasil: Thesaurus Editora

BIBLIOGRAFIA

AMBROSE, G. & HARRIS, P. (2005), *Basics Graphic Design 02: Layout*. Singapore: AVA Publishing SA

BEAR, J.H. (2017), *Principles of Design: Check Your Documents for Balance, Alignment and Other Principles of Design*. [Online] 4 de Março. Disponível em: <https://www.thoughtco.com/principles-of-graphic-design-1077541> [Data de acesso: 16/03/2016].

CERQUEIRA, B. (2010), *Tipos de Ideias - Descartes*. [Online] 9 de Fevereiro. Disponível em: <http://fil1011.blogs.sapo.pt/3510.html> [Data de acesso: 16/03/2016].

CONEXÃO CIÊNCIA (s.d), *Experimentação*. [Online] Disponível em: <https://sites.google.com/site/conexaocientifica/o-metodo-cientifico/experimentacao> [Data de Acesso: 28/04/2016].

COROI, P. (2016), *5 useful design tips from the “Father of Grunge” – David Carson* [Online]. 19 de Maio. Disponível em: <https://www.flipsnack.com/blog/5-useful-design-tips-from-the-father-of-grunge-david-carson/> [Data de Acesso: 04/08/2017].

CUEVAS ROMERO, S. (2013), *Creativity in Education, Its Development from a Pedagogical Prespective. Journal of Sport and Health Research*. [Online] 5(2): pg.221-228. Disponível em: http://www.journalshr.com/papers/Vol%205_N%202/Vo5_2_9.pdf [Data de Acesso: 18/06/2016]

FREUD, S. (1914), *Psychopathology of everyday life*. Nova Iorque: The Macmillan Company.

GORMAN, P. (2010), *Found! Big Jobs Inc artwork for The Damned’s “printing error” sleeve*. [Online] Disponível em: <http://www.barneybubbles.com/blog/archives/2956> [Data de Acesso: 29/08/2017]

GORMAN, P. (2010), *Reasons to be Cheerful: The Life and Work of Barney Bubbles*.

China: Adelita Ltd

GRIFFIN, J. (2016), *Dingbats in Communication* [Online].

8 de Fevereiro. Disponível em: [https://medium.com/@](https://medium.com/@JordanGriffinTypography/dingbats-in-communication-9fo44f206254)

[JordanGriffinTypography/dingbats-in-communication-](https://medium.com/@JordanGriffinTypography/dingbats-in-communication-9fo44f206254)

[9fo44f206254](https://medium.com/@JordanGriffinTypography/dingbats-in-communication-9fo44f206254) [Data de Acesso: 04/08/2017].

LEONARD, N. & AMBROSE, G. (2012), *Basics Graphic Design 03: Idea Generation*. Singapore: AVA Publishing SA

MANUEL, J. & GOMES D'ALMEIDA, M.F (s.d), *Teoria das Ideias*.

[Online] Disponível em: [http://www.prof2000.pt/users/cfppa/a6/](http://www.prof2000.pt/users/cfppa/a6/platao/INDEX.HTML)

[platao/INDEX.HTML](http://www.prof2000.pt/users/cfppa/a6/platao/INDEX.HTML) [12/03/2016].

MEGGS P,B. & PURVIS, A.W. (2012), *Meggs' History of Graphic Design*. Estados Unidos da América: John Wiley & Sons, Inc.

NORMAN, D. (2013), *Psychology of everyday things*. Estados Unidos da América: Basic Books, A Member of the Perseus Books Group.

NUNES, V. & MCKERNAN, B. (s.d), *Barney Bubbles* [Online].

Disponível em: <http://www.tunicastudio.com/magazine/>

[issue-no-3/article/barney-bubbles](http://www.tunicastudio.com/magazine/) [Data de Acesso: 10/07/2017].

ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA (2010), *Capacidades Humanas*.

[Online] 10 de Junho de 2010. Disponível em: [http://blogs.](http://blogs.scientificamerican.com/extinction-countdown/ring-tailed-lemurs-pet-trade)

[scientificamerican.com/extinction-countdown/ring-tailed-lemurs-](http://blogs.scientificamerican.com/extinction-countdown/ring-tailed-lemurs-pet-trade)

[pet-trade](http://blogs.scientificamerican.com/extinction-countdown/ring-tailed-lemurs-pet-trade). [Data de Acesso: 18/06/2016].

POULIN, R. (2011), *The Language of Graphic Design: An Illustrated*

Handbook for Understanding Fundamental Design Principles. China:

Rockport Publishers, Inc.

RAWSTHORN, A. (2009), *Judging an Elusive Artist by His Distinctive*

Covers [Online]. 6 de Janeiro. Disponível em: [http://www.nytimes.](http://www.nytimes.com/2009/01/07/arts/design/07album.html)

[com/2009/01/07/arts/design/07album.html](http://www.nytimes.com/2009/01/07/arts/design/07album.html) [Data de Acesso:

[10/07/2017](http://www.nytimes.com/2009/01/07/arts/design/07album.html)].

- REASON, J.** (1990), *Human Error*. Estados Unidos da América: Cambridge University Press.
- SCHULZ, K.** (2010), *Being Wrong: Adventures in the Margin of Error*. United States of America: HarperCollins Publishers.
- SENDERS, J.W & MORAY, N.P.** (1991), *Human Error: Cause, Prediction, and Reduction*. Estados Unidos da América: LEA Publishers.
- SHETTY, S.** (2012), *The Rise And Fall Of Grunge Typography* [Online]. 21 de Agosto. Disponível em: <https://www.theawl.com/2012/08/the-rise-and-fall-of-grunge-typography/> [Data de Acesso: 04/08/2017].
- SISTEMA DE ENSINO POLIEDRO.** (2014), *Aula 06 – Filosofia – A Teoria das Ideias* [Video Online]. 6 de Junho. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BYDuLFNfrJM> [Data de Acesso: 10/03/2016].
- WARD, A** (2015), *24 Unintended Scientific Discoveries* [Online]. 2 de Maio. Disponível em: <http://mentalfloss.com/article/53646/24-important-scientific-discoveries-happened-accident> [Data de Acesso: 08/07/2017].
- WORDS FOR DESIGNERS.** (s.d), *David Carson on design + discovery* [Online]. Disponível em: <https://wordsfordesigners.com/2012/05/david-carson-on-design-discovery/> [Data de Acesso: 04/08/2017].

