

4

SÃO MAIS FÁCEIS OS LAYOUTS À MONDRIAN?

Hermelindo Fiaminghi

A estrutura do layout e o neoplasticismo de Piet Mondrian

O NEOPLASTICISMO, criado pelo pintor holandês Piet Mondrian e que teve como divulgador o pintor e arquiteto Theo Doesburg, foi cognominado por alguns de arte absoluta de linhas de essência diretiva; por outros de visualização de formas e de cores e ainda composição puramente linear.

Esta nova tendência vem de há muito emprestando as características de sua escola a tudo que depende de um projeto prévio na concepção de novas formas, na indústria, na arquitetura, na decoração, na publicidade moderna.

Trata-se, portanto, de um gênero de arte que já está integrado na vida do homem: o aspecto arquitetônico da cidade, a fachada e o interior da casa, a máquina, o automóvel, os aparelhos domésticos e os objetos de uso pessoal. Destarte poder-se-á concluir que, na Publicidade Moderna, o anúncio também poderá ser imbuído, até certo ponto, de características idênticas. Assim, podem ser criados efeitos novos de atração e, conseqüentemente, cumprir a finalidade precípua da Publicidade, que é atrair para vender.

Não se poderia comparar ou analisar um layout publicitário com arte de conteúdo literário (arte figurativa). Neste item final estaríamos no mesmo caso do texto publicitário prejudicado pelo excesso de literatura, que lembraria melhor a obra de um literato.

A linguagem direta do layout está na sua própria estrutura. E é na estrutura do layout que reside o conteúdo psicológico transmitido pela forma.

Para estabelecer um equilíbrio poderíamos empregar os termos básicos do neoplasticismo – linhas de essência diretiva – visualização de formas e cores – composição linear. A estes princípios poderíamos denominar de cicerones que conduzem o olho humano dentro do anúncio.

Não se trata, portanto, apenas de uma tendência, de um estilo ou de esquematizar um layout, com linhas verticais e horizontais, encaixando nos quadrados e retângulos formados, a mensagem, a ilustração, o produto ou o logotipo.

Deve-se notar que, nesta breve análise, e nos anúncios aqui exemplificados, a influência do neoplasticismo atua no “back-ground”, como disciplina visual, na estrutura do layout. De forma que não transparece como sendo um trabalho de determinado estilo; essa influência atua numa justa medida, inteligentemente dosada pelo “layout-man” para secundar os apelos e temas publicitários.

Espero poder concluir que layouts à Mondrian não são tão fáceis, como quis acreditar um diretor de publicidade, argumentando que “layouts desse estilo (o que não deve predominar é o estilo e sim a função visual) podem ser feitos por um “layout-man” de pouca habilidade, requerendo apenas régua e esquadro”.