

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Victor de Almeida Costa

**A NOVA IDENTIDADE VISUAL DA
ESCOLA DE BELAS ARTES/UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
(2014.1)**

entre as tradições visuais acadêmicas e o design gráfico moderno

RIO DE JANEIRO

2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Victor de Almeida Costa

**A NOVA IDENTIDADE VISUAL DA
ESCOLA DE BELAS ARTES/UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
(2014.1)**

entre as tradições visuais acadêmicas e o design gráfico moderno

Trabalho Científico apresentado à
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito final para obtenção do
Diploma de Graduação em História da
Arte.

Prof. Orientador: Marcus Vinicius de Paula

RIO DE JANEIRO

2021

RESUMO

O presente trabalho terá, inicialmente, o escopo de demonstrar como as primeiras academias de arte se identificavam visualmente, com o intuito de observar algumas características institucionais para contrapor aos novos conceitos de identidade visual corporativa, desenvolvidos pela tradição do design gráfico modernista nas escolas de design. O principal objetivo é detectar indícios desses dois modelos de representação institucional – símbolo e logotipia – na atual assinatura visual da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, elaborada por um projeto desenvolvido em 2014.1, pela ex-aluna da EBA, Mayara Lista. Dessa forma, procura-se entender como a atual identidade visual EBA/UFRJ manteve algum resquício da visualidade gráfica desenvolvida pelas academias de belas artes e, em que medida, absorveu os dogmas gráficos estabelecidos pelo design.

Palavras-chave: Identidade Visual. Símbolo. Logotipo. Academias de Belas Artes.

ABSTRACT

The present work will initially have the scope of demonstrating how the first art academies identified themselves visually, in order to observe some institutional characteristics to counteract the new concepts of corporate visual identity, developed by the tradition of modernist graphic design in design schools. The main objective is to detect evidence of these two models of institutional representation – symbol and logo – in the current visual signature of the School of Fine Arts of the Federal University of Rio de Janeiro, created by a project developed in 2014.1 by former EBA student Mayara Lista. In this way, we seek to understand how the current EBA/UFRJ visual identity has kept some remnants of the graphic visuality developed by the fine arts academies and, to what extent, has absorbed the graphic dogmas established by design.

Keywords: Visual Identity. Symbol. Logo. Fine Arts Academies.

DEDICATÓRIA

Primeiramente, à Deus, por ter me dado inúmeras chances, de estar aqui hoje, realizando esse trabalho.

Ao meu pai, Luiz Carlos, por ter me ensinado que desistir não é uma opção.

A minha mãe, Marise, por me mostrar a cada dia, todas as formas do amor.

Ao meu irmão, Calvin, por me ensinar que a vida, precisa de mais humor e leveza.

Ao meu irmão, Marvin, por me ensinar que nenhum desafio é impossível.

A minha prima, Monalisa, pelo seu sorriso.

A minha Vanessa, por toda a companhia e dedicação.

Ao Bruce, Nala, Diana, Ted, por me mostrarem o que é o amor incondicional.

Aos meus bons amigos, Carlos Eduardo Barão, Erick Rigon, Ricardo Moreira, Vinícius Zahdi, Erick Oliveira, por demonstrarem o que é uma amizade valorosa.

Aos meus bons amigos e companheiros de curso, José Luiz Avellar e Thayanne Araújo, por todo o caminho e desafios trilhados, juntos.

Ao Fluminense Football Clube e ao Futbol Club Barcelona, por me instigarem a pesquisar sobre sua história.

Aos médicos e profissionais de saúde do Hospital Adão Pereira Nunes e do Lourenço Jorge, e ao Doutor Eduardo de Oliveira Carrilho Padula, que tanto cuidaram de mim.

Ao Centro Terapêutico Cubiça, Ulisses Cubiça, Gustavo Saar, Ricardo Dantas, por me trazerem de volta, o poder de andar.

Aos professores de História da Arte, e a Angela Ancora da Luz pelo brilho em seus olhos ao ensinar.

Ao professor Jose Basílio Cubero Allende (in memoriam), por todas as oportunidades e os ensinamentos deixados, com sua simplicidade e sabedoria.

A arte e ao design, por me inspirarem.

A todos do Grupo de Educação Multimídia – UFRJ, por tantos ensinamentos.

A Escola de Belas Artes e a Universidade Federal do Rio de Janeiro, por me fazerem sonhar de olhos abertos.

Ao meu orientador, Marcus Vinicius de Paula, por toda paciência e compreensão, sem isso, não conseguiria finalizar esse trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os amigos e família, que me apoiam e vivenciam todo esse caminho: Antônio Roberto, Artur Leitão, Diego Borges, Marcus Barão, William Barros, Bráulio Villares, Marcelo Ramos, Ítalo Ervilha, Arnaldo Leite, Renato Machado, Anderson Venâncio, Marcelo Almeida, Fabrícia Rodrigues, Joana Pinho, Thais Pereira, Négina Vidal, Mariana Couto, Vanessa Martins, Isabela de Mello, Paulo Maia, Daniel Real, Jayme Junior, Marcos Reis, Thiago Camargo, Maicon Silva, Tatiana Gonçalves, Amanda Louise, Vanessa Moreira, Fernanda Blanc, Julia Grace, Nágilla Christina, Raíde Pacheco, Melina Lobo, Juliana Arantes, Ramon Mauricio, Bruno Gomes, Gabriel Duarte, Shedan Marques, Bruno Melo, Victor Delmonaco, Henrique Matsumoto, Johan Vaz, Erica Felix, Rafaela Rocha, Ingrid Helena, Anahi Costa, Raquel Rasmussen, Rodolfo Carvalhar, Marcos Matos, Christian Bairros, Gustavo Breno, Dervelin Tone, Mariana Queiroz, Larissa Queiroz, Daniel Queiroz, Joana Queiroz, Artur Queiroz, Amora, Canela, Donnye, Mayara Lista, Emmanuel Schwartz, Lionel Messi ... e ao CSGO.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 A VISUALIDADE INSTITUCIONAL DAS ACADEMIAS DE BELAS ARTES.....	7
2.1 <i>Sobre o conceito de academia</i>	7
2.2 <i>Academias de belas artes e a visualidade da emblemática</i>	15
2.3 <i>Academia de belas artes francesa</i>	26
2.3.1 <i>Imagens e Comentários</i>	35
2.4 <i>A missão francesa no Brasil – em busca de uma visualidade institucional</i>	42
3 HISTÓRIA DA IDENTIDADE VISUAL INSTITUCIONAL.....	56
3.1 <i>A comunicação visual antes do design</i>	56
3.2 <i>O design gráfico na virada do século XIX para o XX e o surgimento da noção de identidade visual</i>	61
3.3 <i>A identidade visual nas escolas de design</i>	69
4 A ESTRUTURA DA IDENTIDADE VISUAL CORPORATIVA.....	86
Fonte: https://www.nike.com.br/	86
4.1 <i>Parâmetros para análise de uma identidade visual</i>	87
4.1.1 <i>Marca</i>	87
4.1.2 <i>Logotipo</i>	88
4.1.3 <i>Símbolo institucional</i>	90
4.1.4 <i>Cores institucionais</i>	92
4.1.5 <i>Slogan</i>	95
4.1.6 <i>Funcionalidade e funcionalismo</i>	96
5 A IDENTIDADE VISUAL INSTITUCIONAL DA EBA/UFRJ 2014.1.....	97
CONCLUSÃO.....	107
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	109

1 INTRODUÇÃO

Neste trabalho busca-se levantar algumas experiências gráficas que possam auxiliar o entendimento do modo como algumas instituições de ensino, associadas às artes plásticas e ao design, se representavam visualmente. Grande parte das imagens apresentadas foram produzidas numa época em que o conceito de identidade visual corporativa ainda não havia sido desenvolvido, tratando-se, principalmente, das primeiras academias de arte. No entanto, é esse o conceito que move essa busca. Assim, através de um olhar crítico sobre a questão, procura-se compreender em que momento o design passou a definir a importância e a estrutura da identidade visual empresarial e mesmo acadêmica, através da observação da representação visual das academias de belas artes.

Esse ponto de vista anacrônico não tem como objetivo identificar indícios rudimentares de identidades visuais, mas mostrar de que modo as instituições se representavam visualmente em outras épocas.

Para tanto, foi empregada uma metodologia de cunho essencialmente bibliográfico, baseando-se na pesquisa em livros, periódicos, e artigos consultados na Internet, desenvolvida através do método analítico-descritivo.

1) Objeto de pesquisa: análise da assinatura visual da ESCOLA DE BELAS ARTES/UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (EBA/UFRJ) utilizando-se como parâmetro a tradição da representação visual das academias de belas artes e os dogmas para desenvolvimento de identidade visual corporativa promovidos pelas escolas de design.

2) Problema: no início do meu curso de graduação, fiz um trabalho, tendo como objeto de pesquisa o brasão dos cinco times de futebol mais ricos e analisei a evolução de cada um com o passar do tempo e de como o entorno local, regional, político, histórico, alteraram e alteravam cada um deles. Essa pesquisa me fez perceber que muitos símbolos institucionais não podem ser totalmente adequados às rígidas normas gráficas estabelecidas pelo design modernista (que privilegia formas simples, geométricas e abstratas), pois estão comprometidas com visualidades tradicionais que necessitam ser expressas.

3) Hipótese: como no meu trabalho anterior, fui descobrindo o que gerava um novo símbolo para substituir o anterior e fiquei intrigado sobre como o símbolo de nossa escola foi gerado e transformado. Acreditando que a atual identidade visual corporativa da EBA/UFRJ sofreu tanto influências das normas gráficas desenvolvidas pelo design modernista, quanto da visualidade tradicional das academias de belas

artes.

4) Justificativa: a importância de se conhecer a história, os motivos e o porquê dos símbolos serem criados e porque sofrem transformações e evoluções. De maneira específica é importante que a EBA/UFRJ tenha consciência das referências visuais que utiliza ao se representar graficamente.

5) Objetivos específicos: levantar e entender os símbolos institucionais acadêmicos (dentro de uma tradição que remonta o renascimento até o século XIX), tentando conhecer e também listar as normas gráficas definidas pelas escolas de design para o desenvolvimento de projetos de identidade visual corporativa.

2 A VISUALIDADE INSTITUCIONAL DAS ACADEMIAS DE BELAS ARTES

O vocábulo símbolo, cuja origem remonta do grego symbolon (σύμβολον), pode ser entendido como algo, uma representação visual que possui um significado, tratando-se de um elemento essencial no processo de comunicação ao refletir o objeto simbolizado.

O signo gráfico possui enorme importância como identidade visual corporativa, pois tende a se constituir no elemento norteador das ações de planejamento, além de dar aparência e identidade a um conteúdo, nesse caso, a própria organização.

Com esse conceito apresentado, a pesquisa realizada neste trabalho seguiu à procura de representações visuais que pudessem trazer significado e simbolizasse as diversas manifestações das academias.

2.1 Sobre o conceito de academia

Segundo Lilia Moritz Schwarcz¹, hoje quando pensamos na palavra academia geralmente a interpretamos como uma instituição oficial que promove o estudo da ciência ou da arte ou pensamos em escolas de arte. Na Grécia Antiga, a palavra academia chegou a se referir à comunidade de discípulos de Platão e aos seus locais de reunião. Não há informações suficientes sobre algum tipo de imagem que os participantes dessas academias gregas pudessem utilizar como símbolo visual para se identificarem, pois, provavelmente, não era necessário. Talvez a necessidade de uma representação visual institucional tenha se tornado mais evidente em sociedades secretas, como ocorreria com o uso da figura do peixe entre os primeiros cristãos. O termo “academia” viajaria no tempo e espaço, até ressurgir na Itália, por volta de 1460, quando renasceria o platonismo e a própria palavra “academia”, tendo sido utilizada por humanistas italianos do *Quattrocento*², para designar um lugar onde haviam reuniões e, posteriormente, passando a se referir a um grupo de filósofos e anos depois, servindo para designar um sistema filosófico (PEVSNER, 2005, p.09-11).

Durante o Renascimento italiano, a erudição e o espírito clássico das

¹ Lilia Katri Moritz Schwarcz (1957) – historiadora e antropóloga brasileira.

² *Quattrocento* refere-se aos eventos culturais e artísticos do século XV na Itália, analisados em conjunto. Engloba tanto o final da Idade Média – arte gótica e Gótico Internacional – quanto o começo do Renascimento. Os artistas voltaram-se mais às formas clássicas da Grécia e Roma. Fonte: Wikipédia. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Quattrocento>. Acesso em 12jun.2021.

academias foram revividos. Essas academias modernas tinham, inicialmente, um caráter muito informal e costumavam ser reuniões descontraídas e sem muitas regras. Mas com as novas ideias e com o período maneirista, as academias perderiam essa característica informal, passando a possuir regras institucionais complexas, assim como regulamentos esquemáticos, se tornando um modelo mais rígido. O primeiro exemplo encontrado de um regulamento fixo, foi o da *Accademia dei Rozzi* de Siena, em 1531 (PEVSNER, 2005, p.11,76). Nos regulamentos da metade do século XVI, era comum encontrar normas e regras precisas sobre a eleição dos dirigentes, o formato, a frequência e a duração de reuniões e até sobre como os participantes deveriam se comportar dentro do espaço físico. Também foram encontrados alguns regulamentos que definiam o nome da sociedade, o que ela buscava estudar, assim como a definição de um emblema e uma divisa para identificar essas academias.

Um exemplo de emblema é o da *Accademia dei Rozzi* (Figuras 01-02), que possui uma definição em sua língua natal italiana: *INSEGNA – L'Accademia ha per Impresa una suvera secca con quattro rami principali elevati e due cascanti e con al fusto avvolto un breve, nel quale sta il motto: "CHI QUI SOGGIORNA ACQUISTA QUEL CHE PERDE"; dalle radici sorge un polloncello verde e viviente*. Traduzida com o apoio do serviço google tradutor, como: *INSÍGNIA – A Academia tem como símbolo, uma silveira seca com quatro ramos principais elevados e dois caídos e com uma faixa envolvendo o caule, no qual se destaca o lema: "QUEM AQUI PERMANECE CONQUISTA O QUE SE PERDEU"; das raízes floresce um broto verde e vivo*.

Figura 01 – Identidade visual da Accademia dei Rozzi



Fonte: <https://www.yumpu.com/it/document/read/15790594/rivista-accademica-n-30-accademia-dei-rozzi>

Figura 02 – Emblema da *Accademia dei Rozzi*, localizado no piso do Teatro *dei Rozzi*



Fonte: foto enviada por turistas ao site www.tripadvisor.it

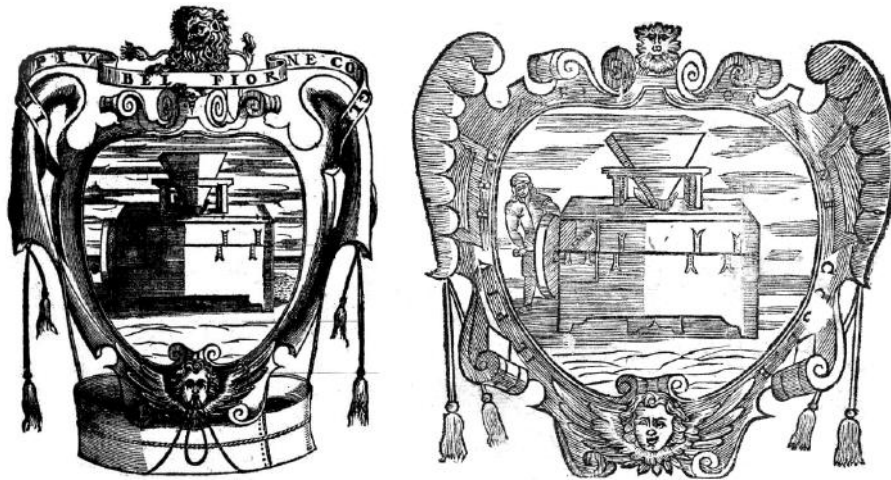
Em 1540, a *Accademia Fiorentina*, passou a se dedicar e ter a obrigação de cultivar a língua italiana em oposição ao latim. Possuía a missão, e o almejo de dar regras à língua italiana e impor uma estrutura codificada a ela. Mas foi só em 1582, com o surgimento de uma nova academia, A *Accademia della Crusca* que esses objetivos foram de fato alcançados com objetos concretos. A *Accademia della Crusca* tinha entre seus fundadores, cinco ex-participantes da *Accademia Fiorentina*. E, em 1612, publicaria o Dicionário *della Crusca*. Uma Façanha que passou a ter ecos em diversas regiões europeias.

Figura 03 – Emblema da *Accademia della Crusca* encontrado no documento *Vocabolario degli Accademici della Crusca*



Fonte: <https://accademiadellacrusca.it/>

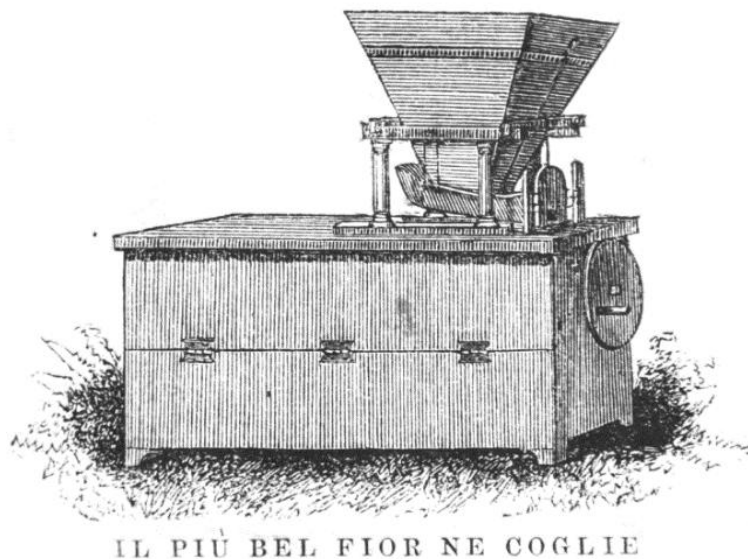
Figura 04 – Imagens contendo o Emblema da *Accademia della Crusca*



Fonte: <https://accademiadellacrusca.it/>

O símbolo da *Accademia della Crusca* é o *frullone* (Figuras 05-06), uma máquina que peneirava e separava a farinha do farelo e a flor. Escolhido e usado pela primeira vez pela academia, na primeira página e no fim de uma obra de Leonardo Salviati³, em 1585. Já o lema da *Accademia della Crusca* surgiria em 1590, com o uso de um verso de Petrarca – *il più bel fiór ne còglie* – traduzindo “a mais bela flor se aproveita”, no sentido de colher a mais bela e fina flor da língua, separando e distinguindo a boa da má língua, com o uso metafórico do próprio *frullone*.

Figura 05 – *Frullone*: máquina que peneirava e separava a farinha do farelo e a flor



IL PIU BEL FIOR NE COGLIE

Fonte: <https://accademiadellacrusca.it/>

³ Leonardo Salviati (1540-1589) – humanista, filólogo e escritor italiano.

Figura 06 – Emblema da *Accademia della Crusca*. Arte utilizada no Frontispício da quarta edição do *Vocabolario della Crusca* (1729-1738)



Fonte: <https://accademiadellacrusca.it/>

Em 1635, na França, Richelieu⁴ convenceu seu governo a assumir o controle de um círculo literário particular e transformá-lo em um centro dedicado a desenvolver e a cultivar a língua francesa com critérios. Missão bem parecida com a ideia original da *Accademia Fiorentina*. Com isso, Richelieu, passaria a ser considerado o fundador da nova Academia Francesa. No século XVII, a França já havia assumido a dianteira em muitos domínios da civilização europeia e passava a desbancar a Itália também como líder na literatura, na arquitetura e na pintura. O principal objetivo da Academia Francesa estava descrito no decreto de sua fundação: “A principal função da academia será a de trabalhar com todo zelo e diligência possíveis para dotar nossa língua de regras precisas, torná-la pura, eloquente e apta a desenvolver as artes e as ciências”. Portanto, para cumprir essa missão fizeram planos de se criar um dicionário, uma gramática, e um compêndio de poética e retórica. Curioso, que só a publicação do dicionário demoraria trezentos anos, para chegar a uma primeira edição em 1694 e a gramática só seria publicada em 1932.

⁴ Armand Jean du Plessis, Cardeal de Richelieu, Duque de Richelieu e de Fronsac (1585-1642) – político francês, primeiro-ministro de Luís XIII de 1628 a 1642, foi arquiteto do absolutismo na França e da liderança francesa na Europa.

Os ideais civilizatórios concebidos na Florença absolutista da era do maneirismo, passaram de fato a se tornar realidade na França absolutista da era de Descartes e Richelieu. Desse modo, a França de Luís XIV proclamou-se como herdeira cultural da Florença dos Médici e a academia se tornou um dos símbolos institucionais dessa herança, a qual não se tratava de uma herança puramente ideológica, implicou também numa assimilação – ou confisco – de uma cultura visual.

Esse fenômeno fica evidente se compararmos o *Salone dei Cinquecento* (Figura 07), no qual Giorgio Vasari (1511-1574) pintou a história dos Médici revestida por um imaginário fabuloso que remete à antiguidade clássica, e o teto da Galeria dos Espelhos do Palácio de Versalhes (Figura 08), onde Charles Le Brun (1619-1690) pintou a biografia bélica de Luís XIV imersa numa iconografia mitológica que remete a esse mesmo paradigma.

Figura 07 – *Salone dei Cinquecento*, Giorgio Vasari – Palácio Vecchio, Florença, Itália



Fonte: https://live.staticflickr.com/2871/10446155583_e9938469d6_k.jpg

Figura 08 – Galeria dos Espelhos, Charles Le Brun – Palácio de Versalhes, Versalhes, França



Fonte: <https://images5.alphacoders.com/493/thumb-1920-493004.jpg>

Essa transposição cultural da Itália do século XVI para a França do século XVII,

resultou em uma paixão pelo cultivo do método, da ordem e da razão. O espírito francês absolutista da época se tornando realidade em objetos cada vez mais concretos. Com essas conquistas alcançadas na França e identificando seu real potencial, outras áreas do conhecimento passaram a utilizar da ideia da academia francesa, tornando Colbert, o fundador pioneiro de um vasto sistema de academias, como a *Academie des Inscriptions et Belles Lettres*, inaugurada em 1663.

Figura 09 – Medalha comemorativa da fundação da *Academie des Inscriptions et Belles Lettres*, 1663



Fonte: <https://www.aibl.fr/presentation/histoire-de-l-academie/1663-1793/?lang=fr>

Como também, a *Académie Royale des Sciences* fundada em 1666, uma academia dedicada ao desenvolvimento da ciência. Colbert ainda seria o responsável pela escolha dos cientistas, matemáticos, físicos, anatomistas, botânicos, químicos e todo o corpo docente que a precederia. Em 22 de dezembro de 1666, ocorreria a primeira reunião na Biblioteca do Rei, em Paris e, em 26 de janeiro de 1699, Luís XIV daria à academia seu primeiro regulamento, além de colocá-la sob sua proteção.

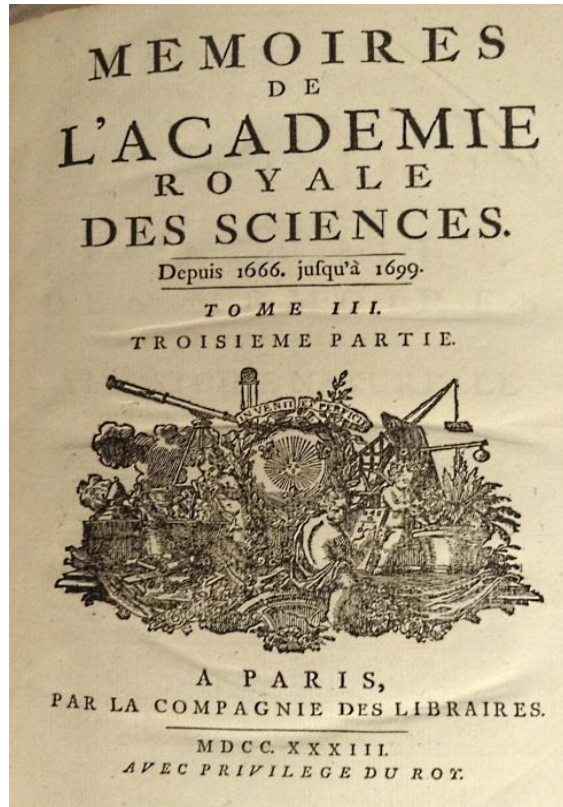
Figura 10 – Pintura de Henri Testelin: Colbert apresentando ao Rei Luís XIV os membros da *Académie Royale des Sciences* em 1667



Fonte: <https://www.meisterdrucke.pt/kunstwerke/1200w/Henri%20Testelin%20-%20Jean-Baptiste%20Colbert%20%281619->

1683%29%20Presenting%20the%20Members%20of%20the%20Royal%20Academy%20of%20Scien
ce%20to%20Louis%20XIV%20%281638-1715%29%20c1667%20%20-%20%28MeisterDrucke-
103984%29.jpg

Figura 11 – Memórias da Real Academia das Ciências (1666 a 1699), publicada em 1733, de Claude Perrault⁵, irmão do famoso escritor de contos de fadas Charles Perrault⁶



Fonte:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/ab/M%C3%A9moires_Acad%C3%A9mie_des_Sciences_1733.jpg/440px-M%C3%A9moires_Acad%C3%A9mie_des_Sciences_1733.jpg

Por influência dessa instituição denominada como academia, nomes como Copérnico e Leonardo da Vinci na ciência, Maquiavel na política, Valla e Erasmo na teologia e na filologia, criaram e difundiram uma nova visão de mundo. No século XVIII, com uma forte influência do Iluminismo, o sistema acadêmico francês difundiu-se para outras regiões da Europa. Logo, as Academias passaram a ser uma expressão apropriada do espírito da época. Os estados nacionais que surgiram no século XIX, logo se convenceram da importância fundamental dessa instituição.

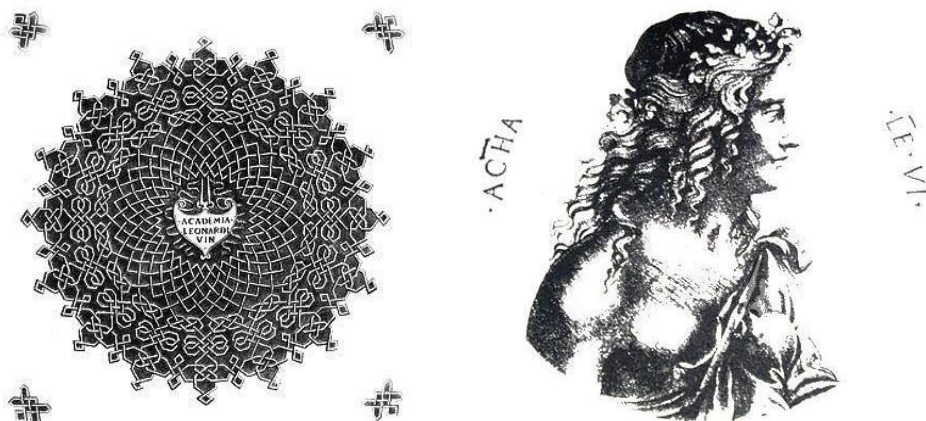
⁵ Claude Perrault (1613-1688) – naturalista, médico e arquiteto francês na corte de Luís XIV e irmão do famoso escritor de contos de fadas Charles Perrault.

⁶ Charles Perrault (1628-1703) – escritor e poeta francês, conhecido por seus contos de fadas, como: Chapeuzinho Vermelho, A Bela Adormecida, Cinderela, Gato de Botas, entre outros.

2.2 Academias de belas artes e a visualidade da emblemática

Em seu livro *Academias de Arte: passado e presente*, Nikolaus Pevsner procura entender e analisar a origem das academias de arte, através de registros visuais. O primeiro registro comentado e investigado pelo autor são gravuras creditadas a Leonardo Da Vinci⁷ ou a de um de seus alunos. (Figuras 12-13).

Figuras 12 e 13 – Duas gravuras de Leonardo da Vinci ou de um de seus alunos, com a inscrição Academia Leonardi Vin(c)i e Ach(ademi) a Le(onardi) Vi(nci)



Fonte: PEVSNER, 2005, p. 91-92

Apesar das gravuras conterem a inscrição “academia” – *Academia Leonardi Vin(c)i* e *Ach(ademi) a Le(onardi) Vi(nci)* – é muito difícil, por falta de registros e relatos, precisar se houve de fato uma academia de Leonardo da Vinci, ainda mais, como uma instituição regularizada e regulamentada. Mas, com a existência dessas gravuras, a hipótese da existência de uma academia com patrocínio ou com aulas presenciais de Leonardo da Vinci não pode ser completamente descartada. Por tudo que se conhece sobre as academias renascentistas, provavelmente poderia ser apenas um grupo que realizava reuniões informais de artistas amadores. Como era a *Accademia Pontaniana* de Nápoles (Figura 14), fundada em 1458, que tinha em sua nomenclatura, o nome de seu membro mais famoso, Giovanni Pontano⁸. Grupos na época, descritos por Müntz⁹, como “reunião livre de homens unidos por estudos e gostos comuns” (PEVSNER, 2005, p. 91-92).

⁷ Leonardo Da Vinci (1452-1519) – uma das figuras mais importantes do Alto Renascimento, um polímata italiano que se destacou como cientista, matemático, engenheiro, inventor, anatomista, pintor, escultor, arquiteto, botânico, poeta e músico.

⁸ Giovanni Pontano (1426-1503) – humanista e poeta do Renascimento italiano.

⁹ Eugène Müntz (1845-1902) – historiador da arte francês e especialista em Renascimento Italiano.

Logo, esses grupos, como as academias, não eram voltadas exclusivamente para o estudo ou discussão sobre as belas artes, mas, inicialmente e principalmente, para o estudo da literatura e outros assuntos que incluíam filosofia, história, ciências naturais e matemática, ou seja, eram uma das principais formas de difusão do espírito da erudição na Itália do *Quattrocento*.

Figura 14 – Emblema da *Accademia Pontaniana* com o lema em latim: *Avdet Redire Virtus* (“se atreve a voltar ao poder”)



Fonte: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c5/Accademia_Pontaniana_stemma.jpeg

A grande inspiração de Leonardo Da Vinci, por sua vez, era o desejo de elevar a pintura ao *status* de ciência, já que esta era considerada por muitos, “apenas” como um exercício de habilidade manual e simples técnica mecânica (PEVSNER, 2005, p.93). Em seu *Tratado Sobre a Pintura*, uma coleção de inscitos sobre assuntos técnicos e fundamentos sobre o desenho e a pintura. Da Vinci exaltava a arte da pintura, sendo a arte do *disegno*, que envolvia conhecimentos sobre a natureza, a perspectiva e anatomia, não envolvia apenas uma técnica mecânica, mas o intelecto e a reflexão. Em sua compreensão, sem o *disegno*, nenhum conhecimento poderia ser chamado de ciência e somente a partir dele que se podia chegar a uma expressão concreta de demonstração das experiências e as certezas encontradas através de muito estudo e métodos. Reivindicando um lugar para a pintura entre as artes liberais e não como um trabalho braçal de artesão, que estava associado ao rígido sistema das guildas¹⁰ e das oficinas que outrora, permitiu a pintura florescer no final da Idade

¹⁰ Guilda é uma associação de artesãos e mercadores que supervisionam a prática de seu artesanato/comércio em uma determinada área. Os primeiros tipos de corporações formados como organizações de comerciantes, pertencentes a uma associação profissional, um sindicato, um cartel e/ou uma sociedade secreta. Fonte: Wikipedia. Disponível em <https://en.wikipedia.org/wiki/Guild>. Acesso em 30jun.21.

Média. Apesar de parecer uma definição contraditória afirmar que a pintura não é um trabalho manual, essa teoria foi fundamental para a elevação do *status* social dos artistas plásticos e das belas artes.

Desde a Idade Média já existia questões como essa, como o *Paragone*, termo italiano usado para comparações entre quais artes deveriam ser consideradas superiores, já que muitos afirmavam que as artes visuais deveriam ser consideradas como “simples” técnicas mecânicas e as artes intelectuais, como a poesia e a música, deveriam ser associadas ao mundo da razão. Um exemplo usado para distinguir essa importância, vinha da prestigiada tradição grega, onde essas eram contempladas como musas protetoras (Figura 15). Na mitologia grega, as musas eram consideradas entidades com a capacidade de inspirar a criação artística ou científica e nenhuma das artes visuais eram contempladas por uma deidade. Tradicionalmente, haviam nove musas e estas representavam uma arte ou ciência, sendo Eloquência, História, Poesia Lírica, Música, Tragédia, Música Cerimonial (Sacra), Comédia, Dança e Astronomia – Astrologia.

Figura 15 – Musas dançando com Apolo, Pintura de Baldassare Peruzzi¹¹



Fonte: <https://files.aredacao.com.br/upload/baldassare-peruzzi-dance-of-apollo-and-the-muses.jpg>

Michelangelo Buonarroti¹² considerava a pintura como uma expressão espiritual, tal como a poesia, não sendo apenas uma habilidade manual. Em uma de suas cartas, Michelangelo chegou a escrever: “pinta-se com o cérebro, não com a mão”. Alcançando *status* sociais e de reputação, raramente vistos anteriormente, sendo chamado de “*il Divino*”, possuindo laços até com o Papa, e sendo muitas vezes,

¹¹ Baldassare Tommaso Peruzzi (1481-1536) – pintor e arquiteto italiano.

¹² Michelangelo di Lodovico Buonarroti Simoni (1475-1564) – pintor, escultor, poeta e arquiteto italiano, considerado um dos grandes nomes na história da arte.

o artista preferido de diversos governantes de Estados poderosos, que ostentavam e se orgulhavam de possuir suas obras.

Toda essa discussão sobre a nova concepção da posição do artista na sociedade levaria necessariamente a uma nova concepção de formação e ensino da arte.

Acreditamos que a visualidade institucional dessas academias surgidas durante o *Quattrocento*, de certo modo, acabou sendo associada às características pictóricas e escultóricas que foram tão valorizadas. As obras primas produzidas naquela época se tornariam de tal modo emblemáticas que passariam também a significar as instituições que as produziam.

Por outro lado, ao mesmo tempo em que surgiam as academias na Itália do século XV, existia um outro tipo de instituição que havia dominado o sistema de produção artesanal no final da Idade Média: as guildas ou oficinas.

Esses centros de ensino possuíam um modo característico de se representar e tinham regras rígidas para formação dos seus aprendizes. Pelos métodos medievais, a formação, basicamente, funcionava em um sistema em que um menino por volta de seus 12 anos poderia ser admitido como aprendiz no ateliê de um pintor por um período de dois a seis anos, devendo aprender sobre a trituração de pigmentos, a preparação de fundos e até sobre o desenho e a pintura. Em contrapartida, seu mestre esperava dele uma prestação de serviços do que fosse necessário, até concluir seu aprendizado. Depois desses anos de aprendizagem, e mais alguns anos de prática, os jovens que conseguiam ser considerados “oficiais”, poderiam tirar um certificado de mestre. Mesmo assim, não adquiriam o *status* de profissionais liberais e ainda estavam submetidos à guilda local de pintores.

Logo, só adquiriam permissão para se estabelecer por conta própria depois de um longo caminho de formação e um sistema bem rígido, em que, mesmo ao final de sua trajetória, continuaria à sombra de uma dessas associações.

Dentro desses parâmetros, o artesão se curvava inteiramente aos anseios e a demanda de seus clientes, assim como às suas exigências, mesmo porque não recebia educação intelectual para poder ter uma total gerência sobre os temas.

Entretanto, Michelangelo e outros artistas do *Quattrocento* (1400-1600), tinham maiores ambições, como as de expressar com maior autonomia o seu modo de ver e transmiti-lo em suas obras. Os clientes acabariam se dando conta disso e gradativamente passariam a conceder maior liberdade aos artistas em suas criações.

Um exemplo ocorreu quando Michelangelo respondeu a críticas, referente a suas estátuas de Juliano e Lourenço de Médici (Figuras 16-17), algumas afirmando que as obras não se pareciam com as pessoas reais. Michelangelo então respondeu “que de qualquer maneira, mil anos depois ninguém saberia dizer como eles realmente eram” (PEVSNER, 1995, p.25), demonstrando o desdém do grande artista pelas necessidades pessoais dos clientes.

Figuras 16 e 17 – Juliano e Lorenzo de Médici, estatuas de Michelangelo Buonarroti



Fonte: [https://pt.wahooart.com/Art.nsf/O/9GZHY9/\\$File/MichelangeloBuonarroti-Medicis-TombofGiulianode_Medici\(detail\).JPG](https://pt.wahooart.com/Art.nsf/O/9GZHY9/$File/MichelangeloBuonarroti-Medicis-TombofGiulianode_Medici(detail).JPG) /

[https://es.wikipedia.org/wiki/Retrato_de_Lorenzo_de_M%C3%A9dici#/media/Archivo:Lorenzo_de_Medici_\(Michelangelo\)_Cappelle_Medicee_Firenze.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Retrato_de_Lorenzo_de_M%C3%A9dici#/media/Archivo:Lorenzo_de_Medici_(Michelangelo)_Cappelle_Medicee_Firenze.jpg)

Portanto, apesar de não ser possível precisar se de fato Leonardo foi fundador da primeira academia de arte do mundo, pois não há evidências concretas de que ele tenha feito qualquer tentativa de pôr em prática suas ideias sobre seu método de formar pintores. Seu papel de precursor na história do moderno ensino da arte é incontestável, já que sua teoria forneceria os princípios básicos para todos os sistemas posteriores de ensino acadêmico existentes até o século XIX.

Não se sabe quando a palavra “academia” foi usada pela primeira vez para identificar um local de ensino artístico. Embora o termo já fosse utilizado para designar

outras atividades durante o *Cinquecento* (1500), a gravura de Agostino Veneziano¹³, de 1531 (Figura 18), é o único indício do uso da palavra dentro do contexto das artes visuais, anterior a 1560 (PEVSNER, 2005, p.101-102).

A gravura contém a inscrição: “*Accademia Di Bacchio Brandin In Roma In Luogo Detto Belvedere MDXXXI*”, onde, podemos ver sete artistas trabalhando e alguns analisando estatuetas e desenhando.

Figura 18 – A “academia” de Baccio Bandinelli, em Roma. Gravura de Agostino Veneziano (1531)



Fonte: <https://collectionapi.metmuseum.org/api/collection/v1/iiif/345483/1422009/main-image>

Em 1531, em Roma, ainda não havia instituições estruturadas chamadas de “academias”. A palavra ainda era usada para definir associações informais de pessoas que tinham interesses comuns e que se reuniam para discutir esses assuntos. Entre 1530 e 1540, as academias definidas como grupos informais, passaram a designar organizações regulamentadas (*Accademia dei Rozzi*, de Siena, em 1531) e, logo depois, em instituições estatais (Accademia Fiorentina, em 1541).

Um outro grande marco histórico, foi sem dúvida a fundação da *Accademia e Compagnia dell’Arti del Disegno*, em 1561, pelo Grão-duque Cosimo I de Médici (1519-1574), sob orientação de Giorgio Vasari (1511-1574), com sede em Florença.

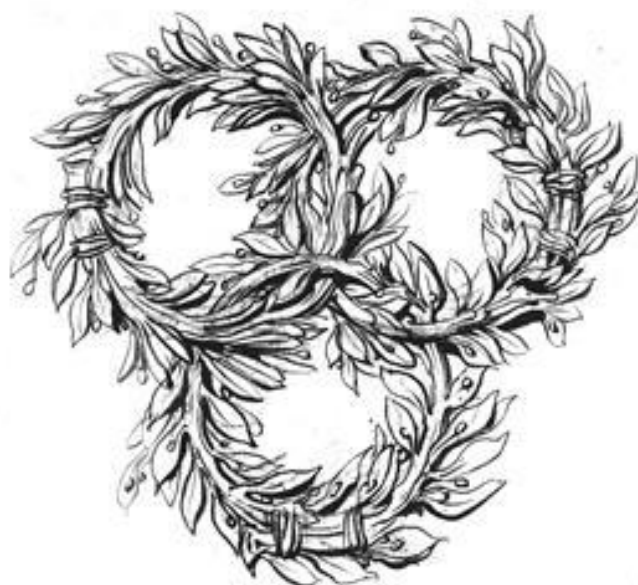
¹³ Agostino Veneziano (1490-1540) – importante artista italiano, mais conhecido por suas gravuras no Renascimento.

A atual assinatura visual dessa instituição (Figura 19) possui características gráficas dos emblemas daquela época. Analisando os frontispícios das duas primeiras edições de “*Le Vitte de’ Più Eccellenti Pittori, Scultori e Architettori*” (Figura 20), também de Giorgio Vasari, percebe-se que as imagens institucionais eram sempre carregadas de múltiplos elementos e significados.

No site da *Accademia delle Arti del Disegno* (addfit.it), a *Accademia* se descreve como “*L’ACCADEMIA PIÙ ANTICA DEL MONDO*” (A academia mais antiga do mundo). Através de pesquisa, incluindo uma tentativa de troca de mensagens, iniciada pelo aplicativo do Facebook e por e-mail, com a página oficial da Academia, até agora não respondida, provavelmente pelo efeito da pandemia que nos assola.

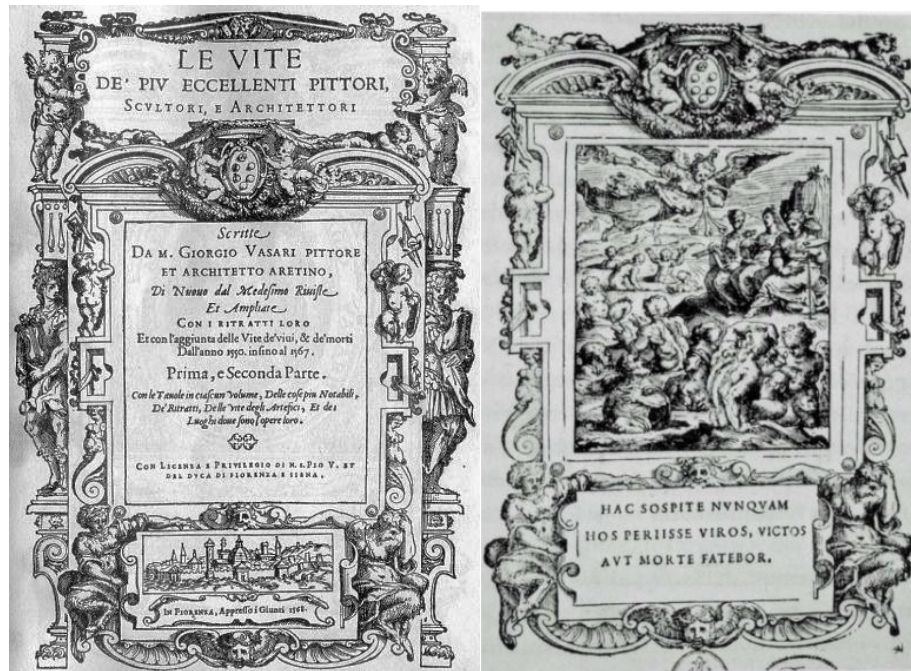
Acredita-se que a assinatura visual (Figura 21), localizada na entrada da Academia (Figuras 21-23), trata-se de três coroas de louros intercaladas que simbolizam as três artes: Arquitetura, Pintura e Escultura. A coroa de louros é um símbolo utilizado desde a Grécia Antiga para representar vitória e glória. Dessa forma, representa também, prestígio e imponência, qualidades buscadas pelos artistas, na fundação das academias.

Figura 19 – Assinatura institucional atual da *Accademia delle Arti del Disegno*



**Accademia
delle Arti del Disegno**

Figura 20 – Vidas dos Mais Célebres Pintores, Escultores e Arquitetos (1550/1568), Giorgio Vasari



Fonte: http://2.bp.blogspot.com/_RmaqUrG95M/Tsky3lpGgLI/AAAAAAAAAM/vbm4ZCm0ZV0/s1600/giorgio+vasari.jpg

Figura 21 – Assinatura institucional atual da *Accademia delle Arti* del Disegno, localizada na entrada de sua sede, em Florença



Fonte: <https://www.inspirock.com/italy/florence/accademia-delle-arti-del-disegno-a6278952643>

Figura 22 – *Accademia delle Arti del Disegno*, Fotografia da entrada de sua sede, em Florença



Fonte: <https://www.inspirock.com/italy/florence/accademia-delle-arti-del-disegno-a6278952643>

Figura 23 – *Accademia delle Arti del Disegno*, Fotografia da entrada de sua sede, em Florença.



Fonte: <https://www.inspirock.com/italy/florence/accademia-delle-arti-del-disegno-a6278952643>

Segundo Pevsner, Vasari tinha a ideia de um novo sistema de organização que permitisse aos artistas, uma emancipação das restrições das guildas e que possuísem um melhor status social. Lembrando, que já haviam perdido todo seu prestígio e importância em suas antigas guildas e confrarias.

Logo, buscavam uma solução. Em seu primeiro ano de existência, além de possuir atividades ligadas à sua organização e administração, a *Accademia* também atuava como autoridade suprema em assuntos relacionados com a arte.

A *Accademia* conseguiu uma importância tão grande que todos os principais pintores florentinos do maneirismo tardio, pertenceram a ela, como Ticiano, Tintoretto, Zelotti e Giuseppe Salviati.

É importante ressaltar, que Vasari, além de fundador da primeira academia de arte, também é considerado o criador da historiografia da arte. Seu livro “Vidas dos Artistas” (Figura 20), publicado pela primeira vez em Florença, 1550, é um grande marco, considerado a obra inaugural da história da arte. Pois, apresenta um relato sobre a bibliografia e obra de diversos artistas, finalizando nas obras de Michelangelo Buonarroti. Este, considerado por Vasari, como o gênio definitivo e supremo na arte.

Vale ressaltar também, que o Maneirismo¹⁴, que tem como característica fundamental a exaltação da maneira estabelecida pelos grandes mestres, acabou tendo na academia, sua consequência concreta. Já que os artistas utilizavam as obras de outros artistas como fonte de aprendizado e pesquisas, seja para criar cópias, seja para adquirir maior habilidade, como também para criar e expandir acervos de arte da própria academia.

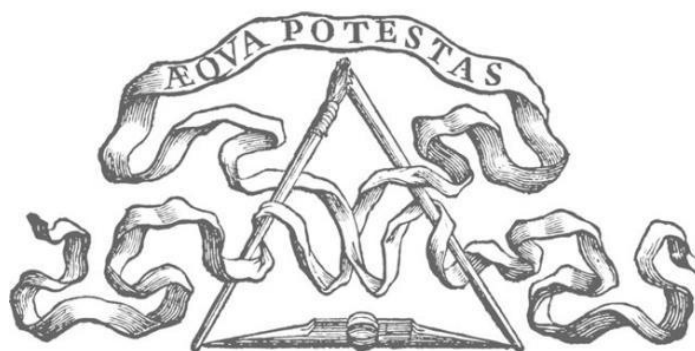
Desse modo, a mentalidade que se estabeleceu dentro da cultura visual durante o período do maneirismo florentino parece ter sido responsável, tanto pelo surgimento da história da arte, quanto pela instituição do ensino acadêmico para pintores e escultores.

É preciso citar também a Academia de São Lucas, que foi uma associação de artistas de Roma, fundada 13 anos depois da academia florentina. A instituição não desenvolveu atividade formativa nos primeiros anos de existência.

¹⁴ Maneirismo – Foi um estilo e um movimento artístico que se desenvolveu na Europa aproximadamente entre 1515 e 1600, como uma revisão dos valores clássicos e naturalistas prestigiados pelo Humanismo renascentista e cristalizados na Alta Renascença. Fonte: Wikipédia. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Maneirismo>. Acesso em 13jun.21.

Somente a partir de 1593, implementando um curso de modelo vivo. Na Figura 24, podemos ver o emblema da Academia de São Lucas, adotado em 1705, e utilizado até hoje.

Figura 24 – Emblema da *Accademia di San Luca*



ACCADEMIA NAZIONALE DI SAN LUCA

Fonte: <https://www.accademiasanluca.eu/it>

O emblema possui um triângulo equilátero formado por três instrumentos: o pincel, o bisturi e a bússola, que representam as três principais artes praticadas dentro da Academia: a pintura, a escultura e a arquitetura. O emblema ainda possui um pergaminho com a escrita baseada na divisa do poeta Horácio: “*aequa potestas*”, que remete ao ideal de igualdade. Referindo-se ao igual valor que essas artes possuem entre si.

Mais uma vez, é possível perceber que durante os séculos XVI, XVII e XVIII o sistema gráfico que as instituições europeias utilizavam para se identificar visualmente era derivado dos livros de emblema.

Em determinado momento, já existiam tantos símbolos, hieróglifos, códigos visuais e herméticos, principalmente pelo aumento considerável dessa cultura visual instaurada por esses registros. Que acabou se tornando necessário o surgimento de um livro que servisse como “chave” para decodificar e identificar tamanho número de imagens.

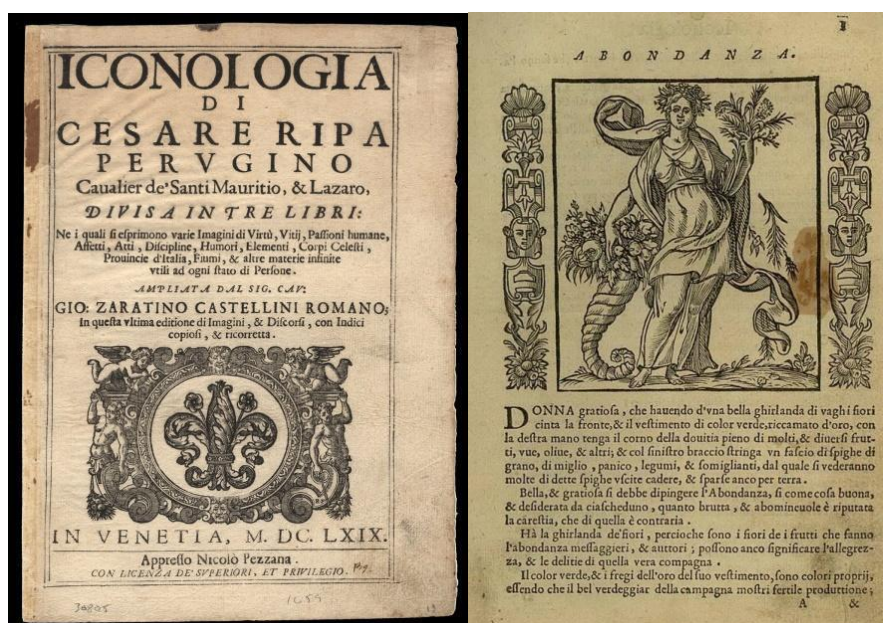
Por isso, o livro *Iconologia* (Figura 25), de Cesare Ripa (1555-1622), publicado em 1593, se tornou um dos mais famosos, nesse sentido. Ele definia e identificava diversos símbolos e emblemas, através de uma enciclopédia, e em ordem alfabética.

Facilitando e adequando o modo de absorver e a própria utilização de todos esses signos e significados. O que antes, poderia até ser considerado aleatório, em seu uso na imagética da época.

A emblemática era um sistema legível e visível que associava uma imagem alegórica a um texto poético de conteúdo moral que funcionava como um lema. Os livros de caráter religioso eram os mais numerosos, mas praticamente qualquer assunto podia ser “emblemático”, desde a política, assuntos militares, até mesmo a vida cotidiana.

Para o historiador italiano, Carlo Ginzburg, “Os livros de emblemas, como se centravam em imagens, podiam transpor facilmente as fronteiras linguísticas, mesmo quando não eram escritos numa língua internacional como o latim”. (GINZBURG, 1989, p.103).

Figura 25 – Frontispício de edição do século XVII e página do verbete da “abundância” (Com uma cornucópia - Vaso em forma de chifre que se representa cheio de frutos e flores e que também representa a agricultura e o comércio.)



Fonte: [https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Iconologia-de-Cesario-ripa-](https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Iconologia-de-Cesario-ripa-Fonte_fig15_346927984)

Fonte_fig15_346927984

2.3 Academia de belas artes francesa

A academia francesa surgiu como resultado de uma longa disputa de poder entre as guildas e os anseios liberais dos artistas. A principal figura foi a de Charles Le Brun¹⁵, por buscar um melhor reconhecimento e maior valor aos artistas, que

¹⁵ Charles Le Brun (1619-1690) – Pintor francês, teórico da arte, decorador de interiores e diretor de várias escolas de arte de sua época, como a Academia Real de Pintura e Escultura. O Rei Luís XIV chegou a declarar que era "o maior artista francês de todos os tempos", ele era uma figura dominante na arte francesa do século XVII.

também queriam se ver livres da hierarquia e das limitações impostas pelas guildas.

Uma das prerrogativas impostas pela guilda, era a de que a corte tivesse um número de “artistas livres”, os *brevetaires*¹⁶, limitadíssimo. Sendo o máximo seis para a rainha e seis para o rei, e nenhum para os príncipes de sangue real, e esses artistas não poderiam aceitar encomendas particulares ou da Igreja. (PEVSNER, 2005, p.140).

Essas novas regras trariam ainda mais descontentamento e indignação para a classe de artistas livres, que unida, formulou um plano para fundar uma nova academia. Em 20 de janeiro de 1648, Martin de Charmois¹⁷ apresentou uma petição ao rei, formulando os mesmos argumentos propostos no século XVI.

Charmois era um homem influente da nobreza, amante da arte, e considerado de bom gosto. Podemos reparar em seu retrato (Figura 26), o quanto é interessante notar a escolha dos elementos que o qualificam, como um busto esculpido, um globo terrestre e uma coluna grega. Elementos ligados ao conhecimento antigo e a arte clássica.

Figura 26 – Retrato oficial de Martin de Charmois (1605-1661), Fundador da Academia Real de Pintura e Escultura, Pintura de Ludovicus Simonneau, 1706



Fonte: <https://www.nationalgalleries.org/>

¹⁶ *Brevetaires* – Pintores que recebiam encomendas do rei e dos nobres.

¹⁷ Martin de Charmois (1605-1661) – Fundador da Academia Real de Pintura e Escultura.

Com sua petição ao rei, Charmois estaria dando e mostrando seu apoio aos artistas que se sentiam lesados, como Testelin, Sarazin, Egmont, um grupo de artistas reunidos por Le Brun. Em sua carta, havia argumentações sobre os prejuízos que as guildas estavam causando. Bem como, apresentava os benefícios que uma Academia poderia trazer para a arte praticada na França.

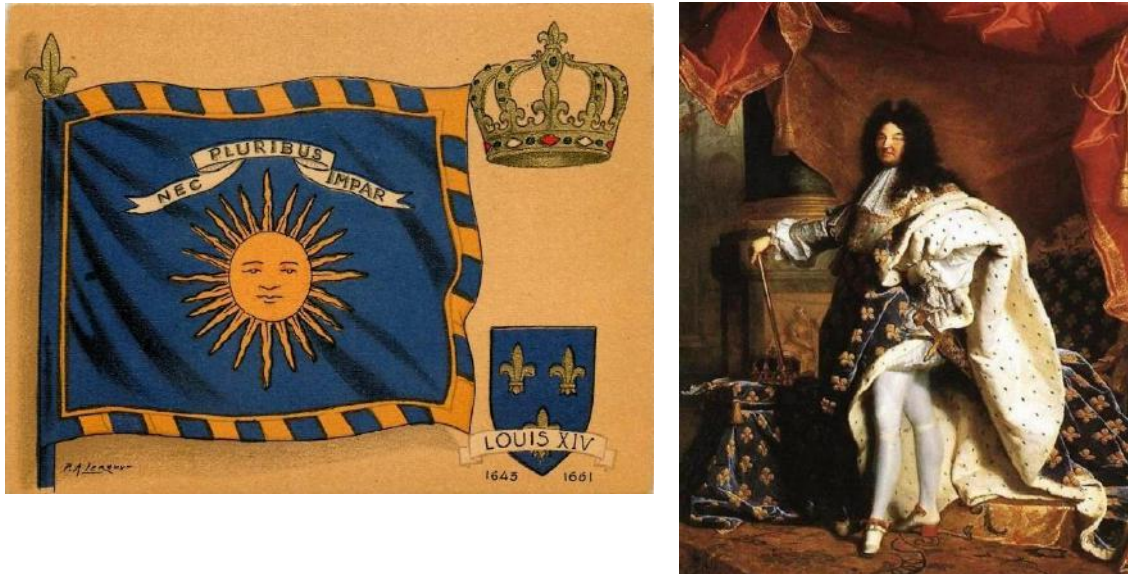
Dentre os argumentos apresentados, estavam: críticas referentes às regras impostas pelas guildas, como a proibição da entrada de artistas e de obras de arte em Paris, e a distinção que existia entre “*arts nobles*” e “*arts mécaniques*”. Também utilizava de exemplos, os grandes artistas que só vingaram anteriormente, porque possuíam proteção do rei contra as imposições da guilda. Como os italianos, Leonardo da Vinci e Francesco Primaticcio, e o francês Nicolas Poussin.

Concluindo que deveria haver mudanças nessas relações e imposições. Assim como, também mostrava necessidade de um projeto de educação artística para uma formação plena, que poderia ser adquirida por meio desse novo sistema.

Idealizava uma formação completa, que abrangeria as áreas de arquitetura, geometria, perspectiva, aritmética, anatomia, astronomia e história. Além disso, pregava a isenção das regras impostas pela guilda a todos os verdadeiros artistas e que os mestres de guilda que possuíssem lojas comerciais fossem advertidos a não produzirem mais quadros, retratos, paisagens, estátuas ou relevos para vender a clientes particulares ou eclesiásticos. Tornando, ainda mais pública e notória, a disputa pelo poder, que existia entre esses artistas com aspirações liberais e suas antigas guildas.

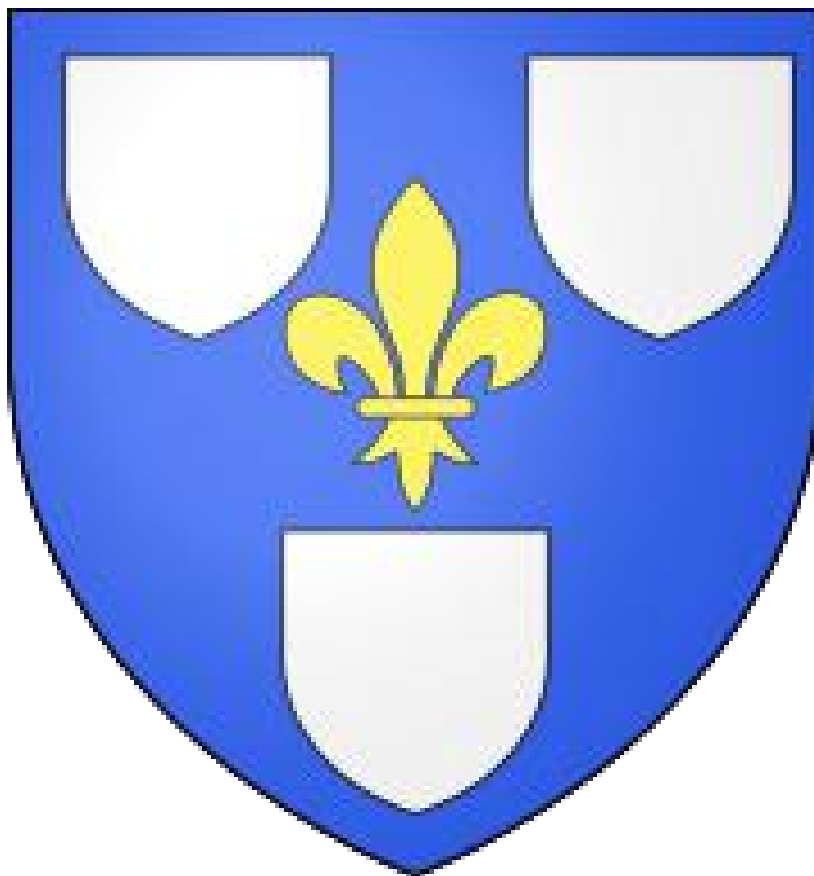
Finalmente, no primeiro dia de fevereiro de 1648, o Rei Luís XIV fundou a *Académie Royale de Peinture et de Sculpture* – Academia Real de Pintura e Escultura (PEVSNER, 2005, p.141-142). Uma assembleia definiu os estatutos a partir dos regulamentos das academias de Florença e Roma.

Figura 27 – Retrato e Imagens relacionadas ao Rei Luís XIV, chamado o “Rei Sol”, fundador da *Académie Royale de Peinture et de Sculpture*



Fonte: http://vexil PROV.FREE.FR/embleme_perso/embleme_perso_roi.html

Figura 28 – Brasão da Académie Royale de Peinture et Sculpture, França



Fonte: https://fr.wikipedia.org/wiki/Acad%C3%A9mie_royale_de_peinture_et_de_sculpture

Figura 29 – Brasão da Casa de Bourbon, que incluía o Rei Luís XIV, fundador da *Académie Royale de Peinture et de Sculpture*



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Casa_de_Bourbon

É possível, notar a flor de Liz (Figura 30), símbolo poder, soberania e honra tão presente nos símbolos da dinastia Bourbon relacionada a vários documentos ligados a *Académie Royale de Peinture et de Sculpture*.

Figura 30 – Flor de Liz



Fonte: <https://i.pinimg.com/736x/18/b7/98/18b79881413848c23a4aa521b58e4ae8.jpg>

Em seu início, a Academia não contava com subsídios do rei, mas com taxas pagas pelos alunos e com a contribuição de seus membros. E durante boa parte desse tempo, existiriam conflitos de valores e poderes com as guildas. Só em 1655, a academia conseguiria mais poderes através de novos estatutos. Uma das mais notórias mudanças, foi a do compromisso do rei de doar fundos anualmente, além de novas salas no *Collège Royal de l'Université*. A Academia agora, passaria a ser um

empreendimento da Coroa. Com isso, os membros da guilda, se sentiram vencidos, e a Academia lograva êxito no seu objetivo de ser mais imponente que as guildas.

Em 1656, a academia se instalou no Louvre. E em 1661, foi eleito um novo vice-protetor, o astuto ministro de Estado, Jean-Baptiste Colbert (1619-1683). Colbert consolidaria ainda mais, o poder social da academia, enquanto Le Brun se concentraria em fortalecer um novo estilo acadêmico. Em 8 de fevereiro de 1663, Colbert obteve um decreto do Conselho, que determinava que todos os pintores da corte deviam filiar-se à Academia, sob pena de perderem seus privilégios reais (PEVSNER, 2005, p.144). Assim se estabelecia um novo poder, o absolutismo, o artista deixou de ter de responder às guildas e passou a ter de se submeter ao rei.

Na publicação de 1669 (Figura 31) das conferências de André Félibien (1619-1695), um dos mais célebres teóricos de arte, daquele tempo. É possível perceber, mais uma vez, que existia uma tendência alegórica/emblemática para identificar visualmente um documento produzido em nome das academias.

Figura 31 – Conferências de André Félibien na *Academie Royale de Peinture et de Sculpture* (1669)



Ao contrário do que se costuma idealizar, a Academia Real francesa nunca teve a intenção de proporcionar uma educação profissional completa a um jovem escultor ou pintor. Esse aprendizado era realizado no ateliê, ou oficina de um mestre liberal, muito semelhante ao que já acontecia na Idade Média. Ninguém era admitido na Academia, sem apresentar um certificado dado por um mestre.

A academia se dividia em dois níveis, o de classe elementar e o de classe adiantada. Na classe elementar, os alunos tinham de fazer cópias de desenhos. E na classe adiantada, com alunos já experientes, seja nos ateliês ou oficinas, as aulas se concentravam no desenho com modelo-vivo.

Uma das mudanças alcançadas pela *Académie Royale de Peinture et de Sculpture*, foi a de fixar horários para as aulas e demais atividades, determinando um regime rigoroso. Diferente, por exemplo, das práticas informais realizadas na *Accademia di San Luca* em Roma, a mesma que serviu de modelo para a fundação da Academia francesa (PEVSNER, 2005, p.152).

Figura 32 – Luís XVI e Maria Antonieta visitam a exposição de pinturas da *Academia Royale de Peinture et de Sculpture*, Pintura de Pietro Antonio Martini, 1789



Fonte: <https://www.royalacademy.org.uk/art-artists/name/pietro-antonio-martini>

Outro momento fundamental na história da academia francesa de belas artes está relacionado às mudanças que ocorreram com a Revolução Francesa e a rejeição de pintores como Jacques-Louis David¹⁸, ao sistema acadêmico. Pois, entendiam que a academia acabava com qualquer subjetividade do artista em prol do desejo da coroa. No decorrer da Revolução, David ganhou mais poder e junto com outros membros da Assembleia Nacional Constituinte, solicitou o fechamento da academia em 1793. Pouco tempo depois, conseguiram fazer com que todas as academias em funcionamento na França fossem extintas. Mas da mesma forma repentina que tudo isso havia sido feito, logo seria desfeito. Com a reabertura dos cursos e das academias, em poucos meses depois.

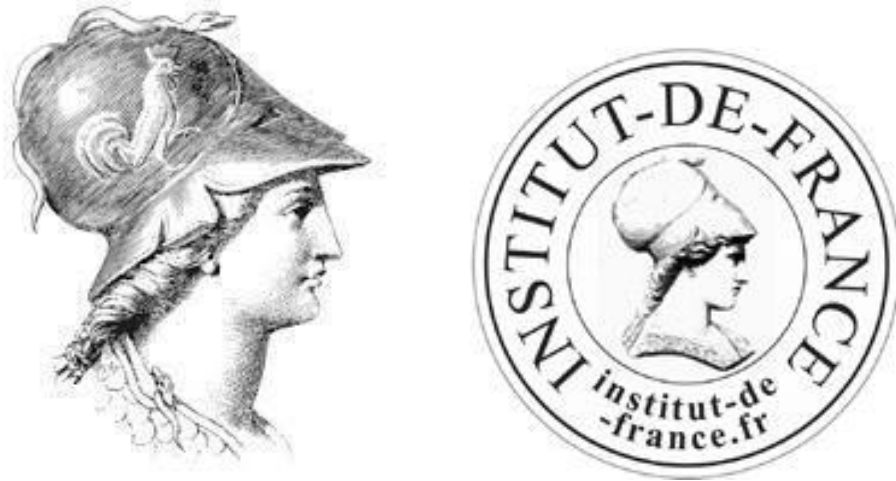
Por fim, em 25 de outubro de 1795, foi fundado o *Institut de France*, que significou uma restauração e junção das antigas academias, com um novo nome (PEVSNER, 2005, p.15-16). Sua fundação, trouxe novidades na parte organizacional, mas poucas alterações nos métodos de ensino.

Não foi possível, obter com precisão, nenhuma imagem institucional do final do século XVIII que pudesse nos trazer mais informações para comentários, mas acreditamos que deve ter havido alguma mudança no modo de representação da instituição, na medida em que o Institut de France pretendia reformular a antiga academia. Além disso, trata-se de um momento de transição do gosto rococó para os ideais neoclássicos.

Através da assinatura visual atual (Figura 33) que foi obtida, é possível notar essa estética mais sóbria e racional. Simbolizada pela deusa clássica, Minerva, conhecida como a deusa romana das artes, comércio e da sabedoria. O que já demonstra um perfil associado aos caracteres que remetem à maiúscula romana, deixando clara a intenção de sugerir uma origem mais neoclássica ao Institut de France.

¹⁸ Jacques-Louis David (1748-1825) – Foi um pintor francês, representante do Neoclassicismo. Controlou durante anos a atividade artística francesa, sendo o pintor oficial da corte francesa e de Napoleão Bonaparte.

Figura 33 – Assinatura visual atual do *Institut de France*



Fonte: <https://www.institutdefrance.fr/>

Atualmente a famosa *Académie de Peinture et de Sculpture* fundada em 1648, tem como herdeira a *Les Beaux-Arts de Paris* ou *École Nationale Supérieure des Beaux-Arts* (ENSBA). Agora, sendo um estabelecimento público do Ministério da Cultura Francês e vinculada a *PSL (Paris Sciences & Lettres) Research University*. E sua assinatura visual consiste de um B (*Beaus*) e um A (*Arts*) juntos formando um triângulo (Figura 34).

Figura 34 – Assinatura visual atual da *École Nationale Supérieure des Beaux-Arts* (ENSBA)



Fonte: <https://www.facebook.com/beauxartsparis/>

Outra herança atual deixada pela *Académie de Peinture et de Sculpture* é a

Académie des Beaux-Arts (Figura 35), uma instituição artística criada em 1816, sendo uma das cinco academias do *Institut de France*, e que tem por missão, incentivar a criação artística e garantir a defesa do patrimônio cultural francês. Administrando também sua importante herança museológica, que inclui o Museu e Biblioteca *Marmottan* (Museu *Marmottan Monet*), a Fundação Claude Monet (Giverny) e a *Villa Ephrussi de Rothschild* (Saint-Jean-Cap-Ferrat).

Figura 35 – Assinatura visual atual da *Académie des Beaux-Arts – Institut de France*



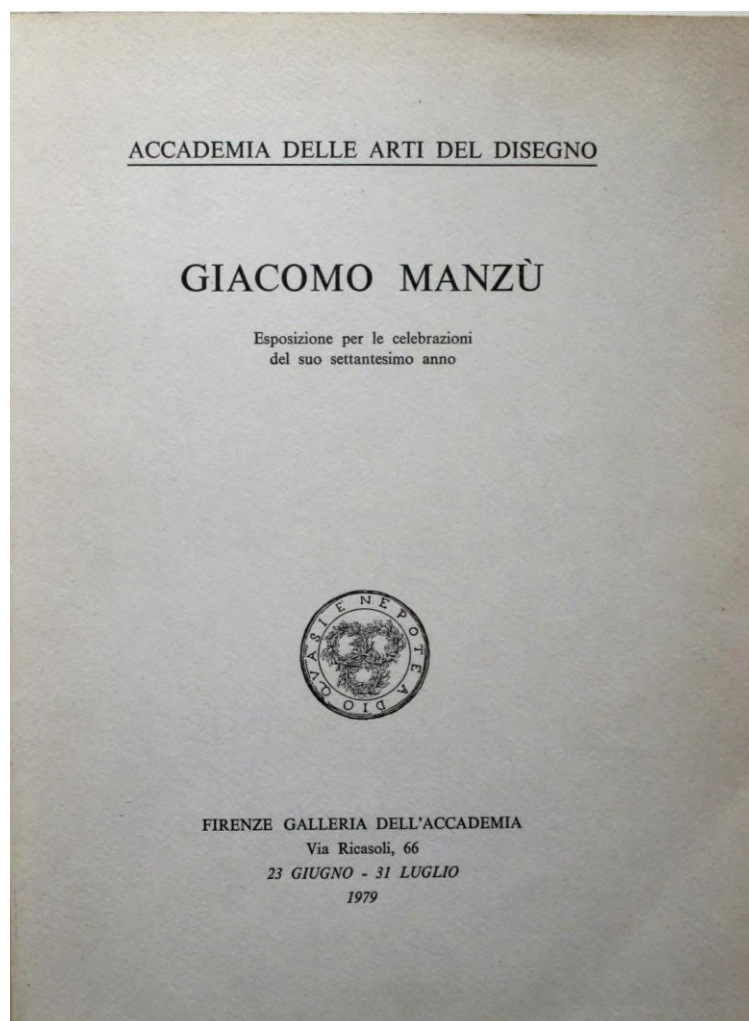
Fonte: <https://www.culture.gouv.fr/Aides-demarches/Appels-a-projets/Prix-de-Dessin-Pierre-David-Weill-Academie-des-beaux-arts>

2.3.1 Imagens e Comentários

No logo (Figura 36), podemos ver, que além do símbolo já citado anteriormente, também há uma frase contida: “*QUASIE NEPOTE A DIO*”. Durante a pesquisa, constatou-se que a frase é italiana e também pode ser encontrada em *Inferno* – Primeira parte do poema épico “*Divina Comédia*” – de Dante Alighieri¹⁹, quando escreveu “*Si che vostr’arte a Dio quasi è nepote*” – “Sim, sua arte é quase um sobrinho de Deus”. É interessante notar também, que outra frase famosa de Dante é “A natureza é a arte de Deus”.

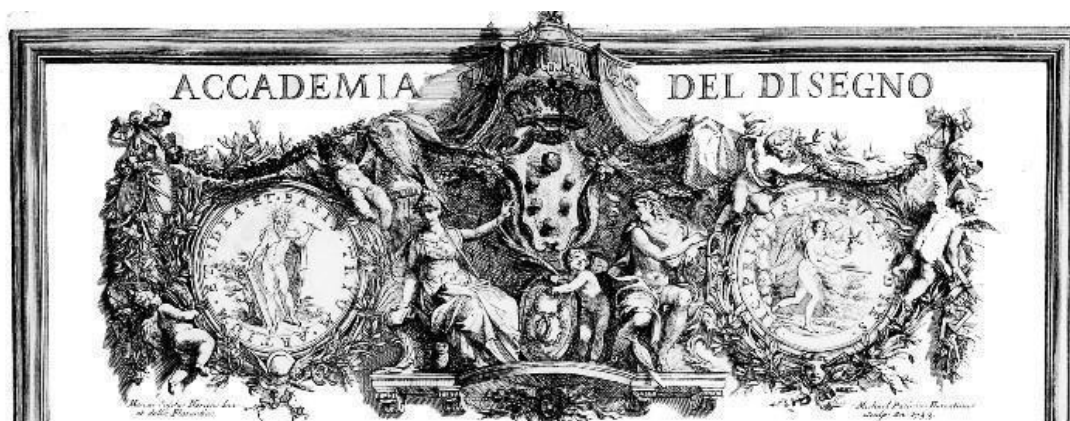
¹⁹ Dante Alighieri (1843-1923) – Famoso escritor, poeta e político florentino.

Figura 36 - Logo da *Accademia delle Arti del Disegno* usado em uma capa de documento



Fonte: <https://www.amazon.it/Giacomo-Esposizione-celebrazioni-settantesimo-compleanno/dp/B005IV9GCY>

Com o andamento desta pesquisa, houve a tentativa de saber se havia uma ligação entre essas duas frases de Dante e o slogan da Accademia. Através de uma publicação sobre o termo “*nepote*” na Enciclopédia Dantesca, do Instituto Italiano *Treccani* (uma famosa e conceituada editora italiana). Havia a afirmação que Dante escreveu que a natureza também é chamada “filha de Deus”. Então, a arte humana, na medida que depende da natureza, é chamada por “quase um sobrinho”. Logo podemos entender o porquê dessa frase ter sido escolhida e usada na simbologia da *Accademia*.

Figura 37 – *Accademia delle Arti del Disegno*

Fonte: <https://www.aadfi.it/>

Essa imagem (Figura 37), encontrada no site oficial da *Accademia*, mostra mais uma forma de representação visual da Academia. A imagem não se encontra em uma resolução muito boa para identificar todos os elementos. Mas podemos identificar várias alegorias clássicas, como a Minerva, deusa romana das artes, do comércio e da sabedoria, correspondente a deusa grega Atena. E também utilizada como símbolo principal da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Figura 38).

Figura 38 – Símbolo da Universidade Federal do Rio de Janeiro



Fonte: <https://ufrj.br/comunicacao/manuais-e-modelos/marca-da-ufrj/>

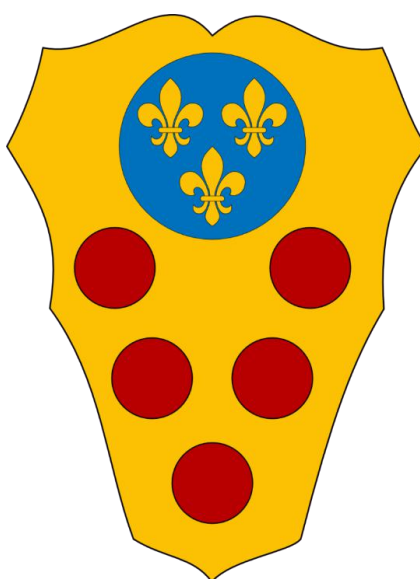
Também podemos notar vários anjos espalhados na arte da *Accademia*. A palavra “anjo” vem do grego *ἄγγελος* (transliteração: *ángelos*), pelo latim *angelu*. A palavra em grego foi uma tradução da palavra hebraica *מַלְאָךְ* (transliteração: *malach*), que significa “mensageiro”. A escolha dos anjos na representação, demonstra que a arte é ligada a um plano superior. Já que os anjos simbolizam também essa ligação

do terreno com o divino. Representados como crianças, por terem inocência e virtude e também com asas, que são um símbolo de rapidez de locomoção e natureza divina.

Também é possível, encontrar o símbolo da academia (os 3 louros, formando um conjunto) ao centro, localizado no escudo, segurado e protegido, por mais uma das figuras aladas.

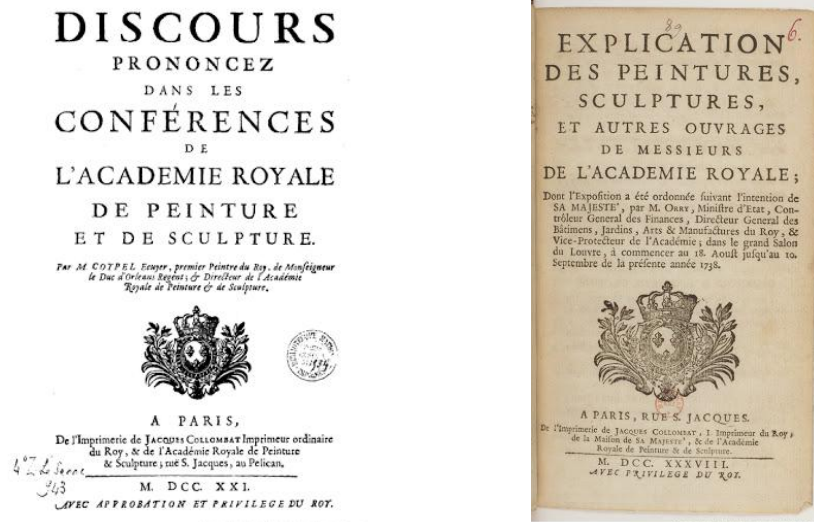
E ao centro também, identificamos o brasão da casa dos Médici (Figura 39), um escudo dourado com bolas vermelhas (que podem variar de quantidade) e uma bola azul com três lírios dourados. Durante a pesquisa, percebe-se que existem diversas significações para as “bolas vermelhas” encontradas no brasão – e espalhadas em muitas artes, em Florença, até os dias de hoje – que vão desde uma lenda que envolve marcas de uma marretada feitas por um gigante em um escudo de um membro da família dos Médici, que posteriormente venceria a batalha até cabeças dilaceradas em outro confronto com a família. Como também, podem ter o significado e forma das pílulas medicinais (médici = médico) e sua origem boticária, ou até mesmo estaria ligada a quantidade de dinheiro ou influência da família. Já a bola azul com os três lírios, teria uma ligação com Luiz XI, Rei da França e a Monarquia Francesa. Pois acredita-se que o rei tinha uma dívida tão grande com a família Médici, que a fim de reduzi-la, teria dado permissão para o banco dos Médici usarem o seu símbolo, o que traria mais influência e ainda mais destaque ao brasão da família florentina.

Figura 39 – Brasão da Casa dos Médici



Nos documentos, referentes à *Académie Royale de Peinture et de Sculpture*, da França (Figura 40), também podemos identificar a mesma forma usada com os três lírios, da Monarquia Francesa, demonstrando mais uma vez o forte apelo real sobre as academias.

Figura 40 – Documentos ligados a *Académie Royale de Peinture et de Sculpture* (Paris, França)



Fonte: <https://archive.org/details/discoursprononce00coyp/>
<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b84427963.image>

Também foram realizadas algumas trocas de e-mail com o senhor Emmanuel Schwartz – Conservador do Patrimônio e Curador de Pesquisa da *École des Beaux-Arts*, Paris – e ele gentilmente enviou algumas imagens relacionadas à Escola Francesa (Figuras 41-43).

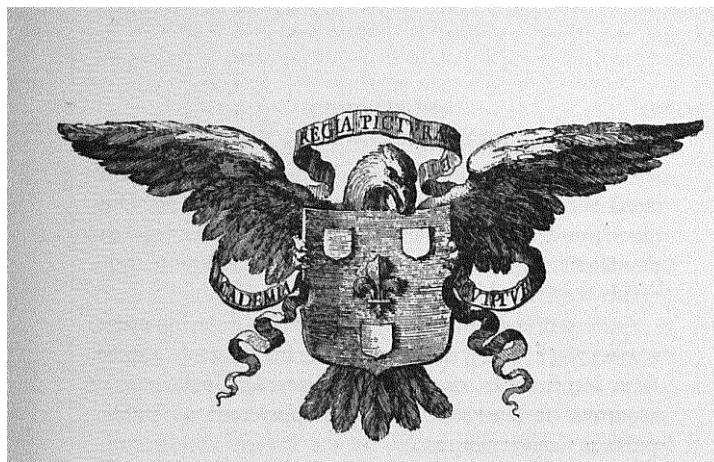
Figura 41 – Encadernado (1671-1793) relacionado a *Académie Royale*



Fonte: Imagem cedida pelo Sr. Emmanuel Schwartz, Conservador do Patrimônio e Curador de Pesquisa da *École des Beaux-Arts*, Paris

Schwartz afirma que a Figura 41 se trata de um encadernado em marroquim (couro curtido de bode ou de cabra) vermelho com as armas da *Académie Royale d'Architecture*, e é o único exemplar conhecido. O símbolo representado é de um grifo – provavelmente – segurando um escudo com 3 escudos, com a inscrição ACADEMIE ROYALE DE PAINTURE ET SCULPTURE. Esse encadernado teria sido oferecido pelo impressor Collombat para a Academia. E essas armas são encontradas apenas nos ex-libris da Academia, não sendo encontradas em nenhum outro lugar.

Figura 42 - Símbolo relacionado a *Académie Royale*



Fonte: Imagem cedida pelo Sr. Emmanuel Schwartz, Conservador do Patrimônio e Curador de Pesquisa da *École des Beaux-Arts*, Paris

Schwartz também afirmou que a Figura 42 se trata de mais uma representação, sendo “As três flores de lírios, símbolos heráldicos da realeza francesa (*Académie Royale*)”, mas, que ao mesmo tempo, podia acontecer que os artistas não desejassem parecer bajuladores e cortesãos reais, mas se sentirem livres e eruditos, tendo olhos aguçados como uma águia ou enigmáticos como uma Esfinge. Interessante que da forma que Schwartz descreve, parece que os artistas, mesmo utilizando símbolos da realeza, queriam deixar uma mensagem subliminar, com a escolha da águia.

Schwartz também “brincou” comigo – nas trocas de e-mail – sobre o uso de siglas, afirmando que os franceses preferem o uso de símbolos heráldicos, que são muito mais compreensíveis e mesmo, mais bonitos – *What is ULM? ESDI? EBA? French people never understand acronyms. Armorial bearings are much more understandable – and beautiful.*

Já a Figura 43, trata-se carimbos relacionados a *École Nationale des Beaux-Arts*, de Paris, encontradas no acervo do site oficial da *École*. É interessante notar a proximidade dos carimbos com os usados pela Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro, devido ao uso equivalente da forma abreviada de “EBA”.

Figura 43 - Marcas relacionadas à *École Nationale des Beaux-Arts*, Paris



Fonte: Acervo do site <http://www.marquesdecollections.fr>, enviado pelo Sr. Emmanuel Schwartz, Conservador do Patrimônio e Curador de Pesquisa da *École des Beaux-Arts*, Paris

2.4 A missão francesa no Brasil – em busca de uma visualidade institucional

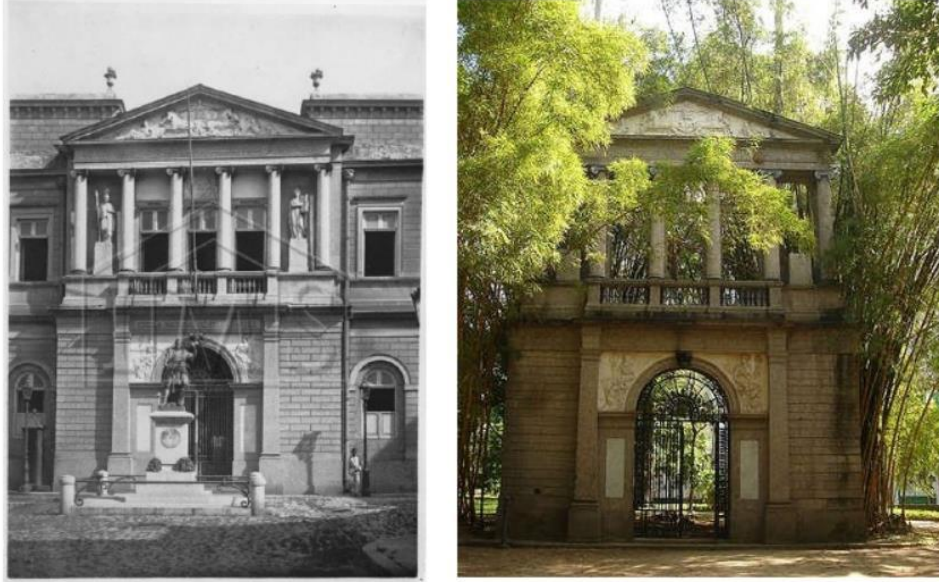
Em 1816, um grupo de artistas franceses chegaria ao Brasil e acabariam contribuindo muito para a construção da visualidade “brasileira” e participariam da fundação de uma instituição, como as que existiam na Europa e inspirada também na Academia Francesa. Esse episódio, ficou conhecido como a Missão Francesa. Para se entender a razão da vinda desse grupo de artistas da mais renomada academia europeia, para um local tão distante quanto o Brasil, é necessário compreender a conjuntura nacional daquele momento. Com a fuga da corte portuguesa para uma de suas principais colônias, eram necessárias mudanças, sobretudo produzir uma nova iconografia que exaltasse, não apenas o Brasil, mas também seus conquistadores.

Os artistas franceses, certamente, poderiam assumir esse compromisso, já que possuíam vasta experiência. Havia cumprido muito bem esse papel, exaltando a Revolução Francesa e o Império Napoleônico.

Além disso, os artistas ligados a academia, fundada no século XVII, também haviam criado toda a iconografia absolutista de Luís XIV, Luís XV e Luís XVI. Esse conhecimento envolvia técnicas para produção de pinturas épicas, históricas e retratos repletos de pompa e sentidos heroicos. Era um plano conveniente para ambas as partes, juntar a necessidade da corte portuguesa com a vontade e a experiência dos franceses. A corte portuguesa no Brasil precisava de artistas experientes para criar imagens que legitimassem uma monarquia europeia instalada numa antiga colônia e os artistas franceses precisavam fugir urgentemente das garras da restauração dos Bourbon, pelo trono da França. Com isso, em 1815 o marquês de Marialva, encarregado de negócios de Portugal na França, contratou Joaquim Lebreton, um intelectual para montar uma comitiva com artistas. Dentre eles, estavam Nicolas Antoine Taunay, Auguste M. Taunay, Jean Baptiste Debret, Marc Ferrez, Simão Pradier e o arquiteto Grandjean de Montigny.

Apesar dos percalços e evidente dificuldade dos objetivos propostos, entre 1816 e 1826, o grupo de artistas franceses ganhava espaço e notoriedade, e pelo menos no plano pictórico trouxe mudanças e transformações, principalmente no Rio de Janeiro, onde estava a corte real, local em que o neoclassicismo passou a imperar. A inauguração da Academia Imperial de Belas Artes (Figura 44) em 1816, pelo decreto de 12 de Agosto de 1816 foi um desses destaques.

Figura 44 – Fotografia à esquerda: parte da fachada da Academia Imperial de Belas Artes, projetada pelo arquiteto francês Grandjean de Montigny. Fotografia à direita: Como a fachada encontra-se atualmente localizada no Jardim Botânico, Rio de Janeiro



Fonte: <https://historiadoriparatodos.com.br/timeline/1826-academia-imperial-de-belas-artes>
/ http://www.dezenovevinte.net/arte%20decorativa/ad_portalaiba/tb01.jpg

Figura 45 – À esquerda, Largo da Carioca (1816). À direita, Vista do Outeiro, Praia e Igreja da Glória (1817). pinturas de paisagens do Rio de Janeiro, por Nicolas Antoine Taunay



Fonte: <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra1099/largo-da-carioca-em-1816> /
<https://observatorio-hitoriarte4.webnode.com/galeria-de-fotos>

Figura 46 – Desembarque da Princesa Leopoldina em 1817, no Morro de São Bento, por Jean Baptiste Debret



Fonte: <https://en.m.wikipedia.org/wiki/File:Debret-desembarque.jpg>

Figura 47 – Aclamação do Rei Dom João VI no Rio de Janeiro em 1818, por Jean Baptiste Debret



Fonte: <https://reficio.cloud/viagem-pitoresca-e-historica-ao-brasil/debret-aclamacao-do-rei-dom-joao-vi-no-rio-de-janeiro/>

Dessa forma, os franceses conseguiam transferir sua experiência visual na Europa para os trópicos. O que causou uma verdadeira ruptura e uma representação, em certa medida, contraditória com a realidade vivida nas colônias. Pois, criaram pinturas épicas, cenários para festas e arquitetura, aspectos que não espelhavam a realidade de uma colônia fortemente escravizada e explorada. (PEVSNER, 2005, p.17-20).

Vale ressaltar que no campo da Identidade Visual e dos brasões e emblemas, Jean Baptiste Debret²⁰, é o autor da primeira bandeira do Brasil, com a colaboração de José Bonifácio ou D. Leopoldina, alguns autores divergem sobre isso. Debret foi o responsável pela criação da Bandeira do Brasil Império. Originalmente, criada como pavilhão pessoal do Príncipe Real do Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarves, a pedido de D. Pedro de Alcântara, ainda príncipe-regente.

Figura 48 – Bandeira do Brasil Império, por Jean Baptiste Debret



Fonte:[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Jean-Baptiste_Debret_-_Bandeira_e_pavilh%C3%A3o_brasileiros_\(detalhe\).jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Jean-Baptiste_Debret_-_Bandeira_e_pavilh%C3%A3o_brasileiros_(detalhe).jpg)

O pavilhão passaria a ser utilizado para representar a nação após sua independência, em setembro de 1822. A cor verde estaria relacionada à casa de Bragança, do qual fazia parte, o próprio D. Pedro I, enquanto a cor amarela simbolizava a casa de Habsburgo, da qual fazia parte D. Maria Leopoldina, da Áustria. A cor amarela também representava o ouro e as riquezas minerais existentes no solo

²⁰ Jean Baptiste Debret (1768 - 1848) foi um pintor, desenhista e professor francês. Integrou a Missão Artística Francesa (1817), que fundou, no Rio de Janeiro, uma academia de Artes e Ofícios, mais tarde Academia Imperial de Belas Artes, onde também lecionou. Fonte: Wikipédia. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Jean-Baptiste_Debret. Acesso em 21set.2021.

brasileiro. Os ramos seriam, os de café e tabaco, que eram as duas culturas que se destacavam na produção nacional. E as dezenove estrelas representavam as províncias, inclusive a Cisplatina (atual território do Uruguai). O brasão também apresenta elementos como a cruz, valorizando o cristianismo no Brasil e a religião católica como oficial, e a esfera armilar (instrumento utilizado no auxílio da navegação, que representa o cosmo). Esses, já eram elementos utilizados para simbolizar o Brasil desde, pelo menos, o século XVI.

Figura 49 – Bandeira do Brasil Império redesenhada digitalmente



Fonte: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiadobrasil/bandeira-brasil.htm>

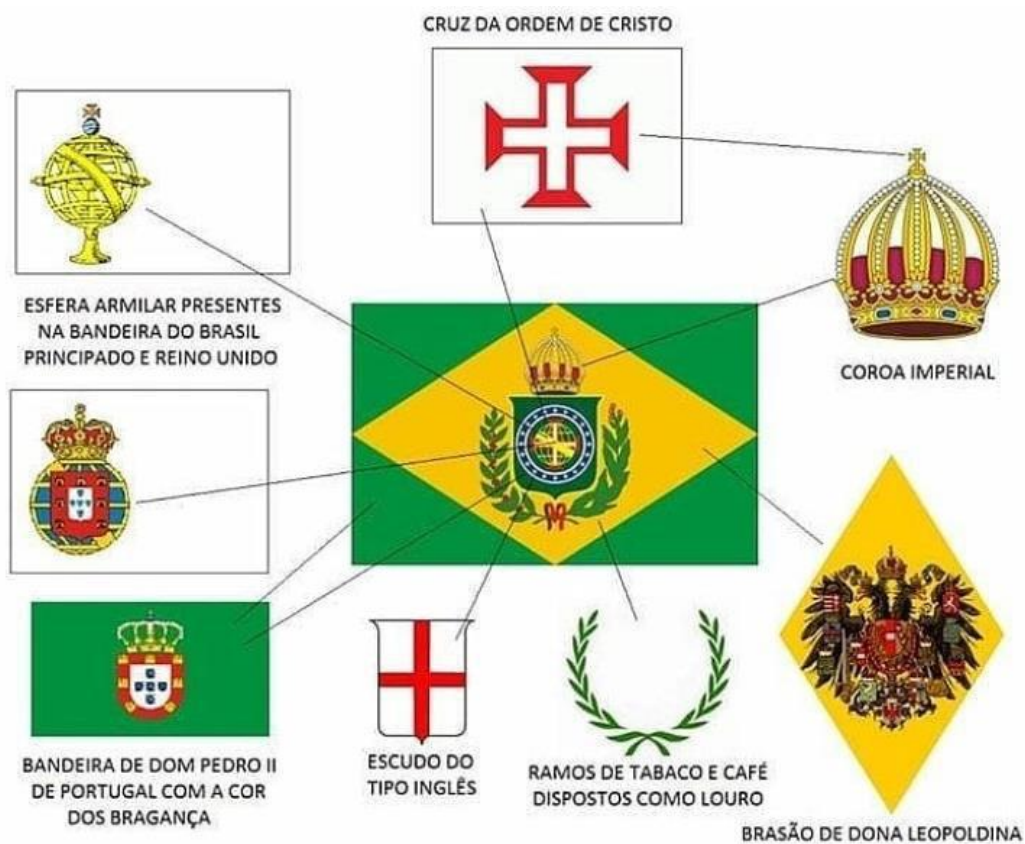
Em 1 de dezembro de 1822, através de um decreto, Dom Pedro I, já como Imperador, fez algumas modificações na primeira versão da bandeira. A principal mudança foi a troca de cores da coroa, que mudaria de vermelho para verde. Assim, ficando mais definida a coroa imperial (Figura 50), presente na bandeira.

Figura 50 – “Dom Pedro I, Imperador do Brasil”, Henrique José da Silva²¹, Pintura a óleo sobre tela, aproximadamente, 1825



Fonte: https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Pedro_I_por_Henrique_Jos%C3%A9_da_Silva.jpg

Figura 51 – Bandeira do Brasil Império, com seus elementos e significados em detalhes

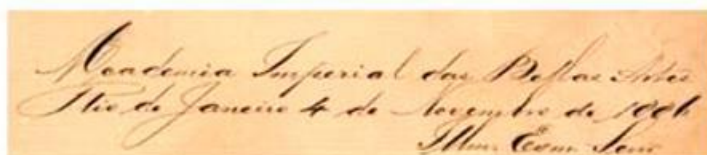


Fonte: Twitter: Monarquia Brasil - @monarq_brasil

²¹ Henrique José da Silva (1772 - 1834) foi um pintor português, primeiro diretor da Academia Imperial de Belas Artes do Brasil. Fonte: Wikipédia. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Henrique_Jos%C3%A9_da_Silva_\(pintor\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Henrique_Jos%C3%A9_da_Silva_(pintor)). Acesso em 21set.2021.

2.5 A identidade visual da EBA/UFRJ (material coletado)

Figura 52 – Documentos relacionados à Identidade Visual da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Obtidos em 2011)



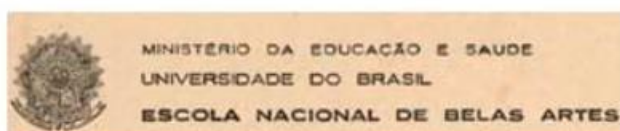
Academia Imperial das Belas Artes
Avulsos 01 - 100 - Página 01



Escola Nacional de Belas Artes
Avulsos 01 - 100 - Página 01



Escola Nacional de Bellas Artes
Avulsos 501 - 570 - Página 89



Escola Nacional de Belas Artes
Avulsos 501 - 570 - Página 93



Universidade do Rio de Janeiro (1933)
Avulsos 571 - 640 - Página 07



Escola de Belas Artes

Escola de Belas Artes
Localizado na entrada do Museu D. João VI (2011)



Escola de Belas Artes
Logotipo Atual (2011)

Figura 53 – Bandeiras relacionadas a Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Fotografias de 2016)

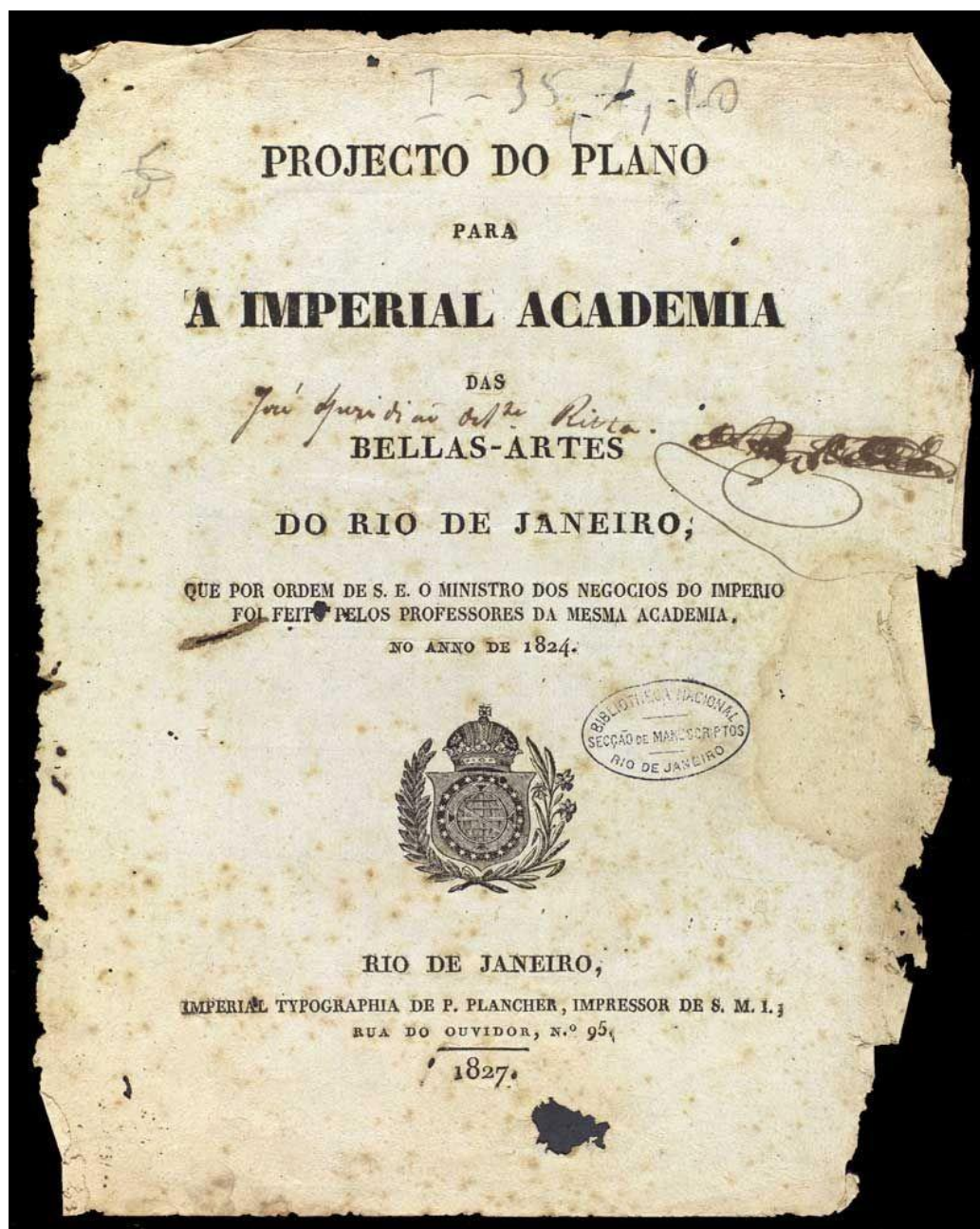


Fonte: Acervo Museu D. João VI. Fotografias de Victor de Almeida Costa

Interessante, identificar alguns elementos presentes nas bandeiras (Figura 53), como a estrela, símbolo popularizado por Pitágoras, que afirmava que o cinco seria o número do homem, pois tanto a alma quanto o corpo poderiam ser divididos em cinco partes.

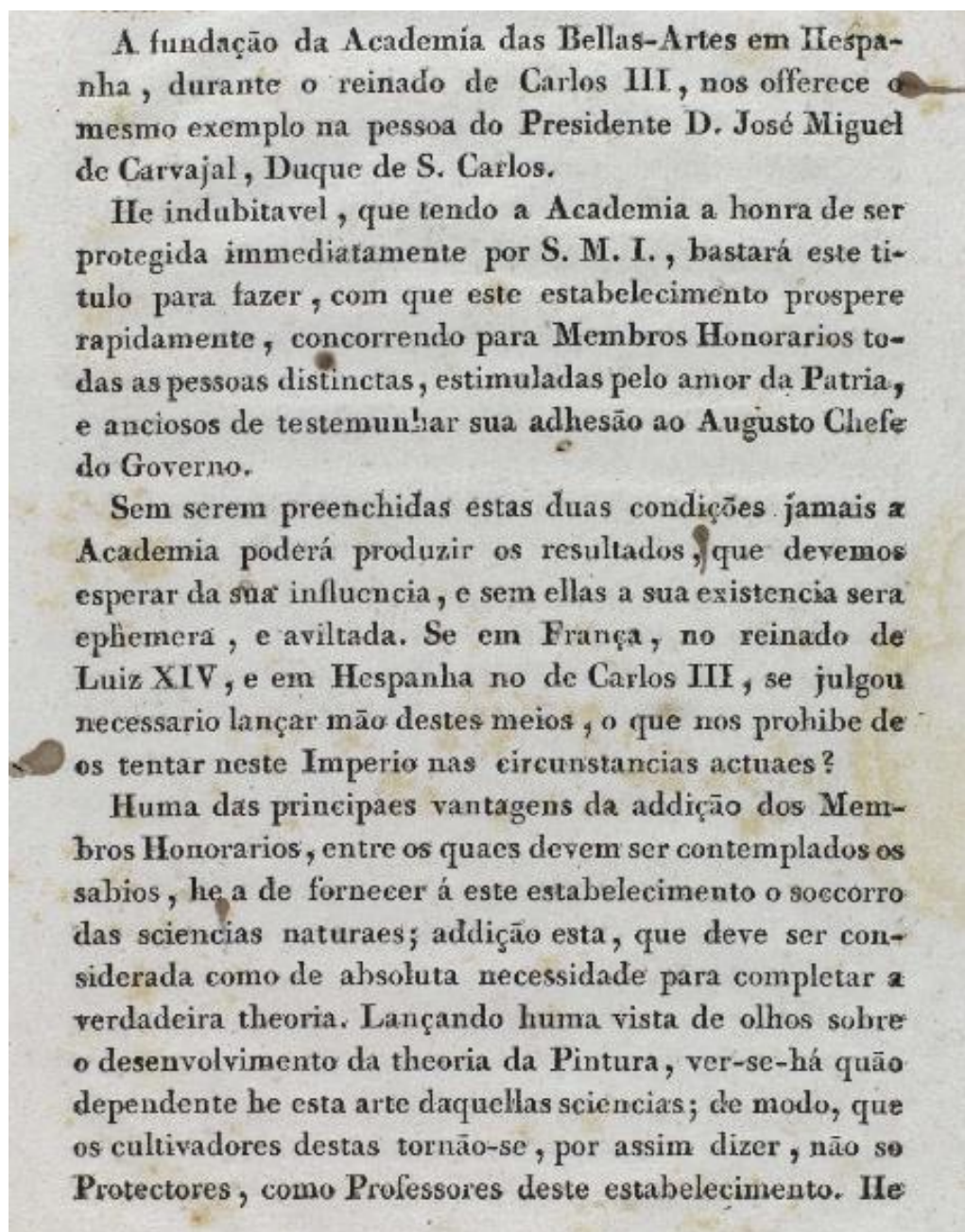
Nas bandeiras, o número de estrelas representa também, o número de cursos oferecidos. Também pode-se observar a coroa de louros, que representa glória e vitória, ou poderiam ser folhas de trigo que representam prosperidade. E no meio delas, temos a tocha com o fogo aceso, que representa a virtude Divina, e que nas olimpíadas, também, simboliza a sabedoria dos deuses.

Figura 54 – Projeto de Plano para a Academia Imperial, Debret (1827)



Fonte: <https://bndigital.bn.gov.br/dossies/dossie-antigo/matriz-es-nacionais/figuras-de-viajantes/a-missao-artistica-francesa-de-1816/>

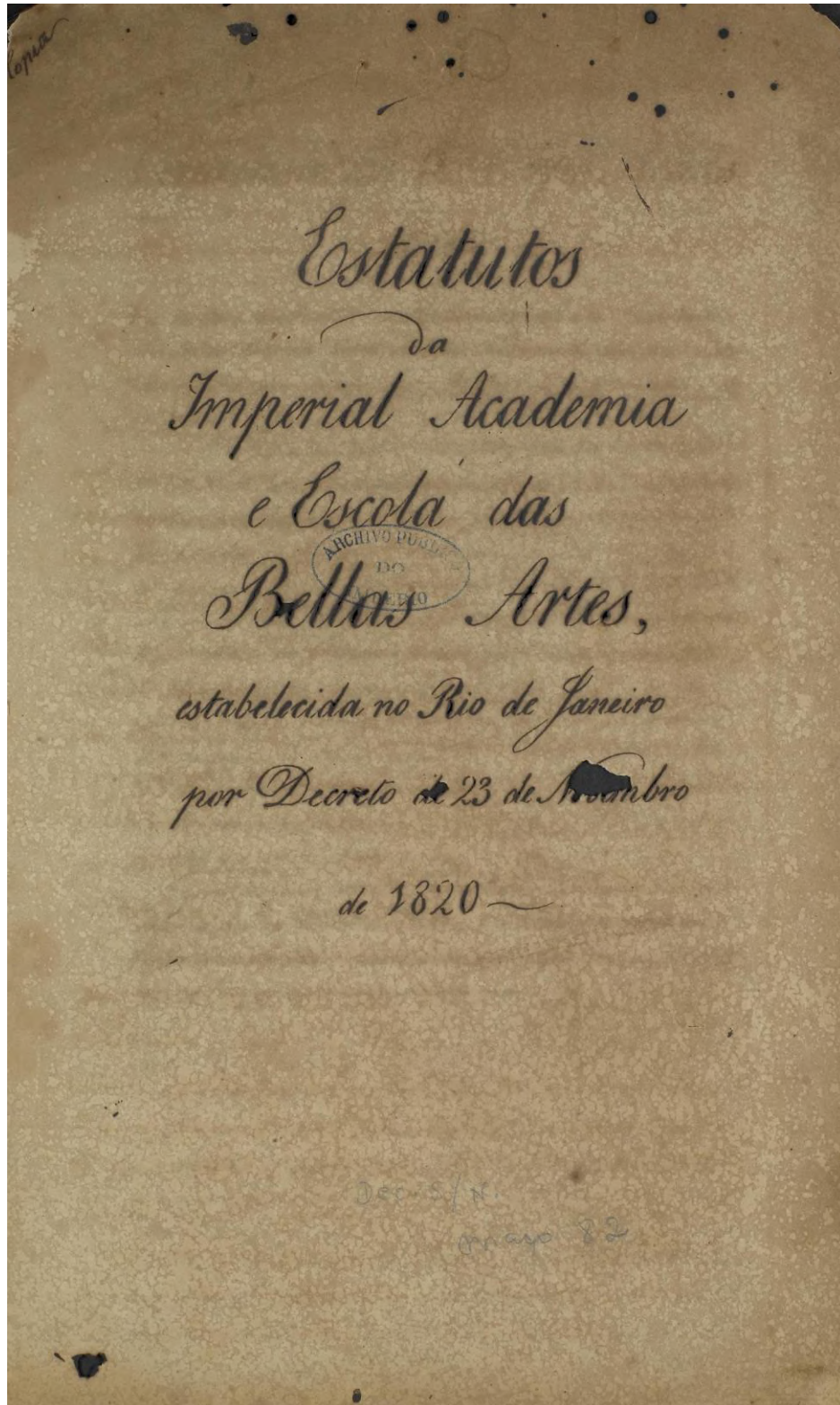
Figura 55 – Projeto de Plano para a Academia Imperial, Debret (1827), Página 10.



Fonte: <https://bndigital.bn.gov.br/dossies/dossie-antigo/matriz-es-nacionais/figuras-de-viajantes/a-missao-artistica-francesa-de-1816/>

No Documento relacionado ao Projeto de Plano para a Academia Imperial (Figura 54) podemos encontrar uma citação e um pedido sendo realizado por Debret, na página dez (Figura 55). Onde ele relata o que deu certo na Academia Francesa, de Louis XIV e na Academia Espanhola de Carlos III, e que gostaria de trazer e realizar na Academia Imperial no Brasil.

Figura 56 – Folha de rosto dos Estatutos da Academia Imperial e Escola das Belas Artes, 23 de novembro de 1820



Fonte:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Estatutos_da_Imperial_Academia_e_Escola_de_Bellas_Artes.pdf
Figura 57 – Prêmio para o aluno Elizeu Visconti (Medalha de Prata em Pintura de Paisagem na

Academia Imperial de Belas Artes – 1888)



Figura 58 – Título de membro honorário da Academia Imperial de Belas Artes do Rio de Janeiro concedido ao professor Félix Emílio Taunay. Rio de Janeiro, 28 de junho de 1852.



Fonte: https://www.wikiwand.com/pt/Academia_Imperial_de_Belas_Artes

Figura 59 – Estudo para diploma da Exposição Geral da Escola Nacional de Belas Artes, Rodolfo Amoedo, Guache e nanquim sobre papel, 1927



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Rodolfo_Amoedo_-_Estudo_para_Diploma_da_Exposiç%C3%A3o_Geral_da_Escola_Nacional_de_Belas_Artes.jpg

Figura 60 – Brasão da ABBA (Academia Brasileira de Belas Artes)



Fonte: <https://academiabrasileiradeartes.org.br/a-academia/>

A Academia Brasileira de Belas Artes (Figura 59) foi fundada na cidade do Rio de Janeiro, na noite de 20 de abril de 1948, no tradicional Hotel Palace, da Avenida Rio Branco. Sob a liderança do artista, poeta, e intelectual José Venturelli Sobrinho. O seu brasão traz destaques para as ferramentas de trabalho dos artistas como o pincel, a tinta, o cinzel, o martelo. E ao centro, uma tocha e o lema: "Ad immortalitatem pervenimvs (Rumo à imortalidade).

3 HISTÓRIA DA IDENTIDADE VISUAL INSTITUCIONAL

A comunicação visual é inerente ao homem ou é um fenômeno que surgiu durante a modernidade industrial? Muitas culturas produziram imagens que, apesar de estarem associadas a rituais sagrados, acabaram também emitindo algum outro tipo de mensagem. Nosso olhar contemporâneo, adestrado desde a infância, por meio de um mundo hipertrofiado de mensagens visuais, tem a tendência de identificá-las e tentar decodificá-las de alguma forma.

3.1 *A comunicação visual antes do design*

Desde os primórdios, comunicar e criar símbolos com o intuito de produzir ou registrar algum tipo de identidade cultural sempre se mostrou como algo importante para a humanidade. Os teóricos da comunicação visual gostam de afirmar que os primeiros desenhos, pinturas e gravuras em cavernas, já denotavam essa importância, como as pinturas rupestres na Caverna de Lascaux²². Na pré-história, os primeiros povos usavam símbolos para expressar rituais religiosos, conhecimento sobre animais, sementes, armas, astros, climas, entre diversas outras coisas, registrando e expressando o seu modo de vida e suas realizações.

Com o advento e o crescimento das trocas de produtos comerciais, e os povos obtendo mais experiência de comércio, a comunicação visual, provavelmente, tenha se tornado uma questão cada vez mais necessária. É possível que, a partir daí, tenha surgido algum tipo de intenção no sentido de se provocar desejo de consumo em um potencial cliente. Assim, a concorrência produziria a necessidade de agregar valor aos produtos (BERGSTRÖM, 2009, p.166-167). Questões seriam criadas, como a de justificar que um “saco de arroz” de um comerciante valesse mais do que o de outro. E com isso, o uso de símbolos ganharia uma nova tarefa, a de identificar a origem, o vendedor e o produto, diferenciando-o de qualquer outro. Há 7.000 anos, os oleiros da Transilvânia já inscreviam suas marcas sobre objetos comercializados. Dois mil anos depois, vários rebanhos ostentavam marcas de propriedades. Há 3.000 anos atrás, os gregos já assinavam suas construções.

²² Lascaux é um complexo de cavernas ao sudoeste da França, famoso pelas suas pinturas rupestres. A disposição da caverna, cujas paredes estão pintadas com bovídeos, cavalos, cervos, cabras selvagens, felinos, entre outros animais, permite pensar que tratar-se-ia de um santuário. Fonte: Wikipédia. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Lascaux>. Acesso em 30jun.2020.

Figura 61 – Símbolos utilizados por artesãos



Fonte: <http://www.alamy.com> (Image ID: BKA194)

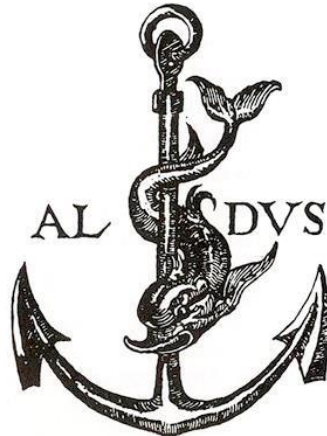
Depois de todas essas conjecturas, podemos afirmar com maior segurança que no final da Idade Média surgia um tipo de imagem institucional que já possuía proximidades com a noção de identidade visual. As guildas e feudos²³ utilizavam símbolos em armas, roupas e brasões para garantir a procedência e a origem, assim como identificar a família, ou instituição através de imagens. Os símbolos descreviam a linhagem, as aspirações, as virtudes familiares de um senhor feudal, bem como as memórias da cavalaria, da infantaria e dos mercenários pelos quais lutavam nos campos de batalha. É claro que, as religiões e crenças já haviam criado algumas das marcas de identidade mais reconhecidas: a cruz cristã, a estrela judaica de Davi e a lua crescente islâmica (BROWN, 1998, p.6-7).

Um exemplo de uma marca registrada do final do século XV é a famosa marca do impressor Aldus Manutius²⁴ (Figura 62), na qual a mais veloz criatura do mar se combina com uma âncora, dando à epigrama o significado “apressar-se devagar” (MEGGS, 2009, p.134).

²³ Feudo era o nome de uma grande propriedade territorial que possuía sua organização econômica, política, social e cultural baseada no feudalismo, um sistema comum durante a Idade Média na Europa.

²⁴ Aldus Manutius (1449-1515) - Foi um tipógrafo italiano, considerado um dos primeiros mestres do design tipográfico. Nasceu em Bassiano, no Lácio.

Figura 62 – Marca Registrada do impressor Aldus Manutius (1500).



Fonte: MEGGS, 2009, p.134

A história do design nos mostra, inclusive, que alguns dos “pioneiros do design moderno” – termo utilizado por Nikolau Pevsner, para um grupo de artistas que elevaria as concepções visuais bem acima do patamar do historicismo – desenvolveram as primeiras assinaturas visuais empresariais utilizando como modelo justamente esses emblemas de guildas medievais. Nos séculos XVI e XVII, os livros de emblemas se difundiram pela Europa Ocidental, servindo como fonte iconográfica para muitas instituições que queriam utilizar imagens e slogans personalizados como uma forma de identificação (GRIECO, 2003). Naquele momento, os símbolos institucionais estavam imersos em significados alegóricos e esotéricos. No século XVII, esses emblemas se tornaram costumeiros e de suma importância. Todo comerciante ou negociante, praticamente, já utilizavam um selo ou marca registrada.

Figura 63 – Marcas de Impressores reconhecidos



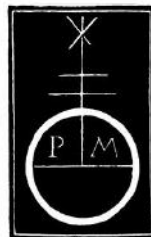
Marca de Nicholas Jenson (1420 – 1480), nascido na França, foi gravador, tipógrafo e livreiro.



Marca de impressor, 1481. Atribuída a Andreas Torresanus. Um dos símbolos mais antigos, a orbe e a cruz, é encontrado em uma câmara da pirâmide de Quéops, em Gizé. Significa: “Deus deve reinar sobre a terra”



Marca de impressor, 1482. Laurentius de Rubeis. Esta orbe e cruz foi projetada na cidade de Ferrara, na Itália.

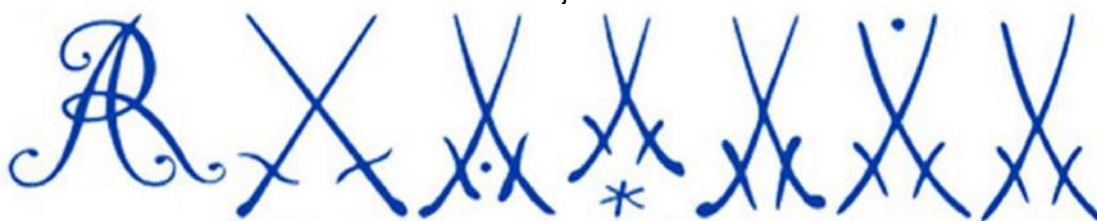


Marca de impressor, 1494. Atribuída a Padre Miguel, mais uma vez, o uso da orbe e a cruz, Miguel trabalhou em Barcelona, na Espanha.

Fonte: MEGGS, 2009, p.127

A mais antiga marca institucional que se tem registro pertence a primeira fábrica de porcelana da Alemanha, localizada em Meissen (Figura 64). Onde a porcelana branca foi produzida pela primeira vez na Europa, em 1708. Trabalho realizado sob a liderança de Johann Friedrich Böttger. Mais tarde, com produtos similares sendo vendidos por outras fábricas, o inspetor de fabricação Johann Melchior Steinbrück sugeriu que as peças produzidas em Meissen, fossem identificadas com o símbolo das espadas cruzadas. E em 8 de novembro de 1722, assim foi realizado. Sendo possivelmente, o primeiro exemplo de design corporativo do mundo.

Figura 64 – Transformações da Identidade Visual da *Meissen Manufaktur* desde 1720 até os dias de hoje



Fonte: <https://www.barnebys.com/blog/meissen-porcelain>

Segundo o site da *Antique Marks*, inicialmente também foram utilizadas as iniciais do Rei Augusto II²⁵, AR (Augustus Rex) ou KPM (Königliche Porzellan-Manufaktur) para demonstrar que a fabricação de porcelana era da realeza. Com o passar dos anos foram adicionados estrelas ou pontos. E atualmente, voltaram a utilizar só as espadas.

Figura 65 – Identidade Visual atual da *Meissen Manufaktur*



Fonte: <https://www.meissen.com/de/>

²⁵ Rei Augusto II (1670-1733) – Rei da Polônia e Grão-Duque da Lituânia.

Tudo isso, de alguma forma, já gerava uma expressão de uma identidade visual empresarial, uma comunicação através do que é recebido e percebido com a visão. Certamente, não com todo requinte e preocupações que os símbolos usados para esse propósito receberiam anos mais tarde, principalmente, com as Escolas de Design, mas de certa forma, já possuíam preocupações e funções semelhantes, que é a de identificar e individualizar algo.

Somente com a “Grande Exposição dos Trabalhos de Indústria de Todas as Nações” em Londres, 1851 – evento de grande repercussão no século 19 – pode-se começar a falar efetivamente de uma história do design. Esse evento foi importante em vários sentidos, visitado por cerca de seis milhões de pessoas. Foi um dos grandes marcos na formação de um sistema econômico global.

Iniciando e trazendo diversas mudanças e preocupações, como novas técnicas de trabalho e de produção, mais aprimoramento no caso de patentes por causa do crescimento da pirataria, uma nova conscientização sobre codificações e normas, a padronização de pesos, medidas e especificações técnicas.

Além disso, a criação de um maior vínculo entre produto e consumidor, já que muitas pessoas estavam tendo a primeira oportunidade de ver de perto máquinas e mecanismos, o que trazia fascínio e novidade, como pode ser notado nos diversos registros da época (DENIS, 2000, p.81-83).

Porém, a grande exposição de Londres não foi a origem, mas um dos resultados da Revolução Industrial e do surgimento da comunicação de massa. Desde o final do século XVIII, as empresas e os artistas gráficos começaram a tomar consciência da necessidade de uma identificação empresarial mais eficaz.

Mas, somente a partir de 1851 é que se iniciou uma conscientização de que era necessário desenvolver uma gramática visual e um vocabulário que pudesse ser entendido por consumidores em várias partes do mundo e não apenas por um público local ou regional. Os produtos das empresas, principalmente inglesas, estavam sendo consumidos em diferentes partes do mundo e isso acabou se tornando um problema de comunicação que precisava de uma solução.

Paralelamente a essas transformações mercadológicas, ocorreu uma revolução gráfica durante o século XIX que também influenciaria em muito a história da identidade visual. Vale citar as experiências gráficas e técnicas aprimoradas nos cartazes e materiais gráficos, em especial, os cartazes de Henri Toulouse-Lautrec. (Figuras 66-67) (BERGSTROM, 2009, p. 167).

Figura 66 – “No Moulin Rouge: Dança – Valentin, o Desossado, Ensaia as Novas Candidatas”, Henri de Toulouse-Lautrec, Pintura a óleo sobre tela, 1890



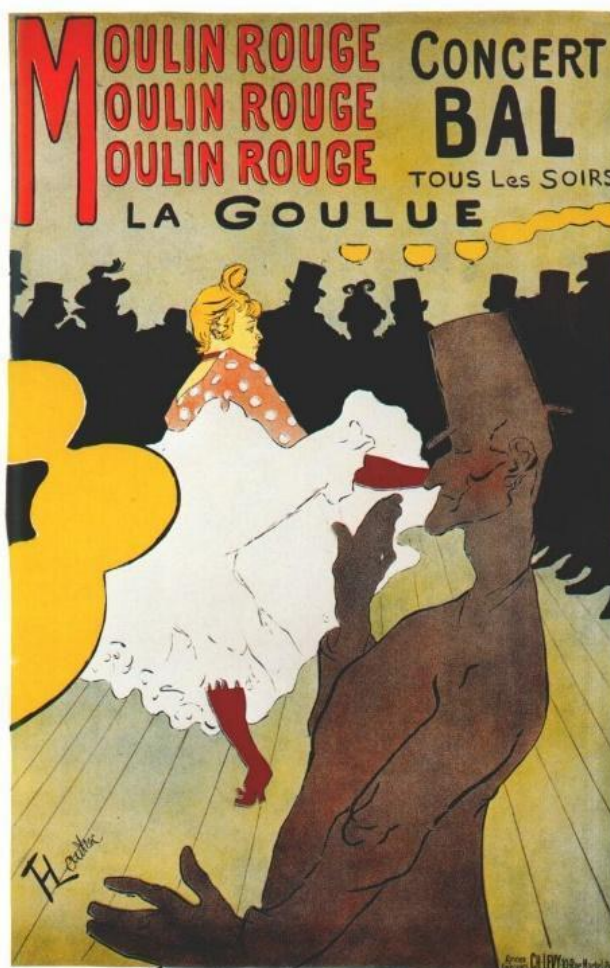
Fonte: GANDRA, 2011, p.61

3.2 O design gráfico na virada do século XIX para o XX e o surgimento da noção de identidade visual

O cartaz “Moulin Rouge - La Goulue” de 1891 (Figura 67), desenvolvido pelo pintor francês Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901), chama atenção não só pela sua técnica, mas também pelo que representou na História do Design. Deformações, caricaturas e uma atmosfera um tanto grotesca são elementos que caracterizam as obras de Lautrec (GANDRA, 2011, p.60). Impresso em cromolitografia, La Goulue é considerado um marco, o primeiro pôster moderno. Essa técnica de impressão permitia que, pela primeira vez na história da humanidade, fossem produzidas imagens multicoloridas em larga escala.

As pessoas ficavam tão surpresas e encantadas que retiravam esses cartazes de onde haviam sido fixados e levavam para casa. Provavelmente, porque estavam atribuindo valor de obra de arte ao objeto impresso.

Figura 67 – “Moulin Rouge - La Goulue”, Henri de Toulouse-Lautrec, cartaz com litografia colorida, 1891



Fonte: GANDRA, 2011, p.71

La Goulue foi produzido para uma das casas de espetáculos de Montmartre, bairro boêmio, em Paris. O Moulin Rouge era um cabaré tradicional que desejava ter uma divulgação gráfica impactante para seus espetáculos. Com o objetivo de atrair mais clientes, desejava que seus cartazes se sobressaíssem. A qualidade estética do cartaz de Toulouse-Lautrec acabou gerando uma identidade gráfica e eficaz para sua publicidade. Vista como uma novidade, um marco para a história da comunicação visual. Pois, não estava em uma igreja, não representava um santo, não era o retrato de alguém com poder, não era para ser exposta em galerias ou museus, não representava a natureza e nem era um estudo de suas funções. Era uma arte de divulgação, se parecia e era mais como uma peça publicitária contemporânea, realmente era algo novo e diferente. Surgia uma nova função para os artistas e produtores de imagens: divulgação em larga escala de uma determinada instituição. A imagem e a arte ganhavam um novo valor através dos novos meios de reprodução em massa, valor que alguns consideram pejorativo e ruim, já que agora não existia um original e único, pois todos os cartazes eram cópias. Por outro lado, muitos

consideravam positivo, já que assim o acesso às imagens e à arte se ampliava, já que o cartaz poderia ser reproduzido e exposto em vários locais diferentes, alcançando assim um público maior, chegando às multidões e aos olhares nas ruas e fora dela.

Podemos considerar que, em certa medida, esse tipo de atividade, desenvolvida por Lautrec e outros artistas gráficos da época, já possuía afinidades com o design contemporâneo, pois tinham que lidar com o fato de que o espectador havia se transformado em um público alvo de um mercado consumidor. Sem essa consciência, não teriam conseguido desenvolver as primeiras estratégias de comunicação visual. Não estavam mais lidando com questões estéticas que norteavam as academias de belas artes. A questão agora envolvia eficiência comunicacional e mercadológica. Aquilo, que publicitários e designers gráficos pensam e fazem até hoje. Essa preocupação contínua de como chegar ao outro e o convencer que o que lhe é apresentado deve ser consumido, possui valor e deve ser desejável.

Além da experiência de Toulouse-Lautrec, vale destacar o trabalho gráfico e os ideais de William Morris (1834-1896). Nascido na Inglaterra, é considerado uma figura central na história do design, líder do movimento “*arts and crafts*” (artes e ofícios), clamava por clareza de propósito, fidelidade à natureza dos materiais, e métodos de produção e expressão pessoal tanto para o designer como para o trabalhador (MEGGS, 2009, p.216-217)

Preocupado com os problemas da industrialização, Morris tentava implementar as ideias do escritor e artista John Ruskin (1819-1900) referente a insipidez dos bens produzidos em massa e a falta de trabalho digno. Acreditava que a junção entre arte e ofício poderia trazer resultados mais belos, “A ornamentação é o elemento principal da arquitetura” – Ruskin (PEVSNER, 1995, p.23), e que também poderia trazer mais alegria aos trabalhadores em seus ofícios, já que para Ruskin, “Realizar com verdade é realizar manualmente, e realizar manualmente é realizar com alegria” (PEVSNER, 1995, p.28). Misturando técnicas medievais e equipamentos rudimentares, Morris se destacava com seus trabalhos e projetos.

A Kelmscott Press (Figura 68) viria a ser um dos últimos empreendimentos de Morris, focada mais em tipos, livros, manuscritos medievais e incunábulo (livro impresso nos primeiros tempos da imprensa com tipos móveis). Mostrando toda a preocupação estética e ornamental de Morris, sua primeira produção *The Story of the Glittering Plain* (Figura 69) estava planejada para ter apenas vinte cópias, mas acabou

tendo mais de 200 cópias. De 1891 até o fechamento da Kelmscott Press em 1898, dois anos após a morte de Morris, mais de 18 mil exemplares de 53 títulos diferentes haviam sido produzidos (MEGGS, 2009, p.223). Também é interessante destacar a contradição fundamental da vida e da doutrina de Morris, como Pevsner ressalta. O seu trabalho frente a ressurreição do artesanato é construtivo, mas defender apenas o artesanato equivalia a defender uma volta às primitivas condições medievais e deixar de lado todos os inventos da civilização trazidos com a Revolução Industrial. Numa época em que todos os objetos de uso cotidiano eram fabricados com a ajuda de máquinas, Morris acreditava na importância e no uso do artesanato, mas isso também fazia com que seus produtos se tornassem mais caros e com isso, só poderiam ser consumidos por uma pequena e seleta parte da sociedade, mesmo que Morris defendesse e desejasse uma arte “pelo povo e para o povo, como uma benção para quem a faz e para quem a desfruta” (PEVSNER, 1995, p.27-29). Mas para que seus produtos se tornassem mais acessíveis, provavelmente teria que se utilizar das novas tecnologias, que considerava repulsivas. “*A produção mecânica, como condição de vida, é um mal absoluto*”, retirando a “alegria” e a “benção” de quem os fazem. Apesar que em seus últimos discursos feitos cuidadosamente, mas de certa forma incoerentes, ponderava que devessem se tornar senhores de suas máquinas, para que elas servissem como instrumentos para conseguirem melhores condições de vida (PEVSNER, 1995, p.30).

Figura 68 – Marca Registrada para a Kelmscott Press (1892), desenvolvida por William Morris.



Fonte: MEGGS, 109, p.223

Figura 69 – Folha de rosto de página dupla de *The Story of the Glittering Plain*, desenvolvida por William Morris e Walter Crane (ilustrador).

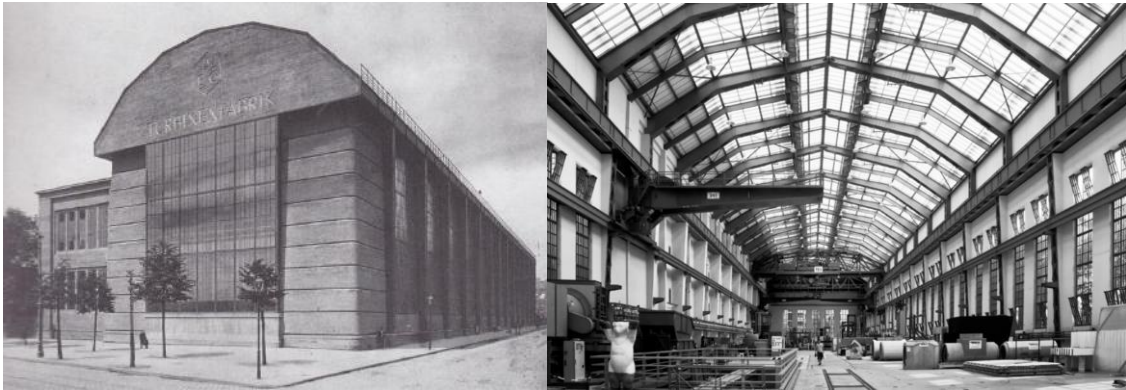


Fonte: MEGGS, 109, p.224

Contudo, ainda não havia uma noção de identidade visual corporativa, nem na rica experiência gráfica de Toulouse-Lautrec, nem nos trabalhos desenvolvidos por William Morris. São, sem dúvida, marcos importantes na origem da História do Design até hoje. As referências escolhidas por Lautrec identificam os “cabarés franceses” e a Marca Registrada para a Kelmscott Press de Morris (Figura 68) já era uma espécie de logotipo, ainda assim não existia propriamente uma noção estrita das funções básicas de uma Identidade Visual Institucional, mesmo que fossem, de alguma forma, já percebidas.

No capítulo “A Gênese do Design do Século XX”, Meggs ressalta a importância de uma experiência peculiar. Trata-se do artista, arquiteto e designer alemão Peter Behrens (1868-1940) que desempenhou papel fundamental ao planejar um curso de design na primeira década do Século XX (MEGGS, 2009, p.298). Com uma preocupação e uma busca por uma reforma no meio da tipografia, defendendo uma tipografia sem serifas, e utilizando também de um sistema de grids para estruturação e espaçamento de layouts. Behrens também teve um elevado reconhecimento por seus projetos para a AEG (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft) que foi uma das mais importantes empresas eletrotécnicas da Alemanha (Figura 70).

Figura 70 – Fábrica de turbinas da AEG em Berlin (1909), Arquitetura de Peter Behrens.



Fonte: DROSTE, 2013, p.102

Behrens não se preocupou em projetar apenas os produtos industrializados, como as chaleiras e postes de iluminação. Mas também criou toda a identidade visual da empresa, desenvolvendo um programa completo, neste sentido (Figuras 71-72).

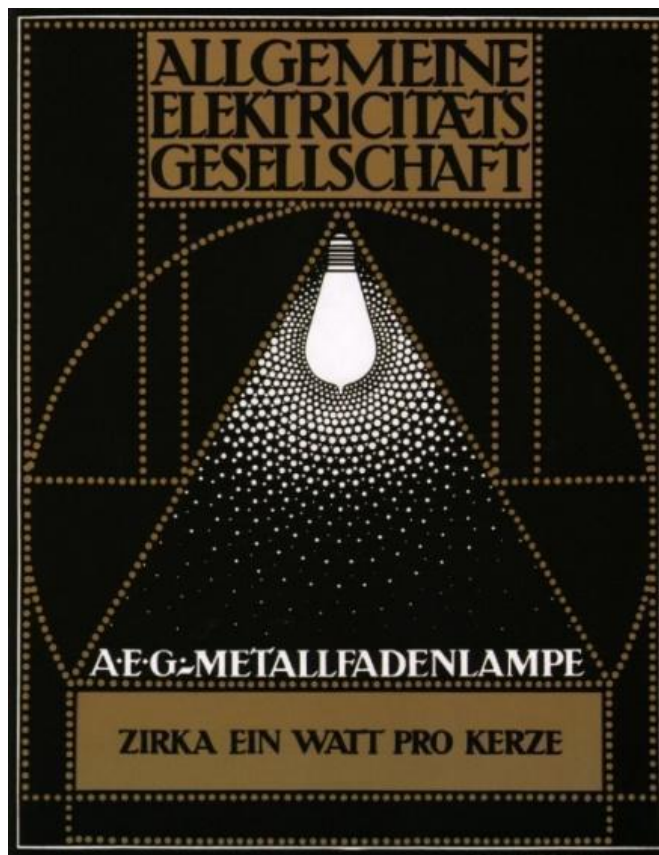
Considerado até os dias de hoje, como o primeiro programa completo de identidade visual, sendo um marco na História do Design. O que acabou servindo também, para que o título de “o primeiro designer industrial” fosse concedido à Behrens (MEGGS, 2005, p.298).

Figura 71 – Logo e capas de projetos para a AEG, desenvolvidas por Peter Behrens.



Fonte: MEGGS, 109, p.303-304

Figura 72 – Cartaz para lâmpada elétrica da AEG, produzido por Peter Behrens.

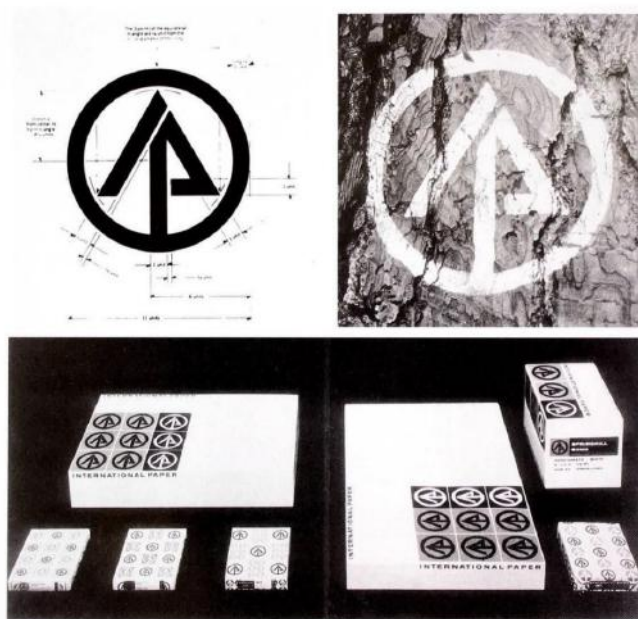


Fonte: MEGGS, 109, p.306

Depois da experiência de Behrens, o próximo grande marco em direção à uma definição mais precisa da noção de identidade visual corporativa ocorreria na segunda metade do século XX. A Segunda Guerra Mundial gerou imensos avanços tecnológicos e com o seu fim, a nova e maior capacidade produtiva passou a focar nos bens de consumo. Existia uma visão de futuro que pregava que a estrutura econômica capitalista seria sempre de prosperidade e teria uma expansão ilimitada sendo pautada em “bom projeto é bom negócio”. E essa seria a palavra de ordem para os designers gráficos em 1950 (MEGGS, 2009, p.522-523). As empresas investiam cada vez mais em seu desenvolvimento tecnológico. E o design era visto como um caminho importante que alinhava qualidade e confiabilidade, formando assim uma melhor reputação. Com as empresas ficando cada vez mais globalizadas e internacionais, uma “Identidade Visual Corporativa” mais completa e eficiente, passava a se tornar cada vez mais necessária, era preciso criar e unificar de modo coerente todas as comunicações de uma dada empresa, de modo que pudessem logo associar e diferenciar marcas, empresas, produtos, serviços. E que isso fosse entendido e difundido, não apenas no âmbito nacional, mas também no âmbito

internacional. Com isso tudo, a personalidade da imagem institucional que seria difundida pelos novos meios de comunicação de massa foi se tornando uma necessidade crescente, recebendo cada vez mais importância. Meggs fala de uma “maioridade” alcançada pela Identidade Visual Corporativa com o fim da Segunda Guerra Mundial, principalmente nos Estados Unidos, que acabou tendo sua capacidade produtiva aumentada, mesmo com tantos países industrializados arrasados com o pós-guerra. Durante os anos de 1950 e 1960, muitos designers norte-americanos como Lester Beall (1903-1969), Paul Rand (1914-1996), Saul Bass (1920-1996) e escritórios de design como o Chermayeff & Geismar²⁶, que viria a ter uma importância acentuada na história do Design, adotaram métodos de criação desse tipo de identidade, como principal atividade (MEGGS, 2009, p.529). Logo, é interessante ressaltar essa transformação, utilizando de exemplos com projetos e designs (Figura 73-74), não apenas destes, mas de outros designers gráficos e afins, que se tornaram valiosos na História do Design. Paul Rand já dizia: “O bom design continua bom, não importa quando foi feito. Posso te mostrar marcas produzidas nos anos 1900 que parecem ter sido feitas ontem. Por que isso? O design não é datado. O design é universal e atemporal, o bom design” (KROEGER, 2010, p.45).

Figura 73 – Identidade Visual da *International Paper Company*, conceito e aplicações, desenvolvida pelo designer gráfico norte-americano Lester Beall, 1960.



Fonte: MEGGS, 109, p.532

²⁶ Chermayeff & Geismar – Empresa de branding e design gráfico, sediada em New York (EUA), fundada em 1957, pelos designers gráficos inglês Ivan Chermayeff (1932-2017) e o norte-americano Tom Geismar (1931).

Figura 74 – Identidades Visuais Institucionais desenvolvidas pelo designer gráfico norte-americano Paul Rand, incluindo marcas famosas como: IBM, Ford, ABC, UPS.



Fonte: <https://designculture.com.br/paul-rand-idealista-e-realista>

3.3 A identidade visual nas escolas de design

A Revolução Industrial foi um marco e trouxe inúmeras mudanças na vida da sociedade. Mas tamanha preocupação e investimento nos novos métodos de trabalho e até no modo de vida que começava a vingar, poderia trazer uma menor visibilidade e importância para as artes e outras concepções mais humanas e menos “mecânicas”. A preocupação estética que se observou durante a Revolução Industrial (século XIX) estava mais voltada para o revestimento ornamental dos bens de consumo produzidos em massa. Essa postura acabou resultando em soluções nas quais o ornamento, normalmente historicista, era aplicado sem nenhuma preocupação funcional, ou seja, a solução estética estava comprometendo a função dos objetos. Desse modo, os profissionais responsáveis pelo projeto visual desses objetos recebiam uma formação voltada, quase que exclusivamente, para repetições e réplicas de fórmulas artesanais que pouco se adequavam à capacidade da produção industrial (PEVSNER, 2005, p.287). A Inglaterra, sendo o primeiro país a se industrializar, foi a primeira a se defrontar com os efeitos perversos, sociais e artísticos que toda essa mudança trazia.

Com isso, as primeiras medidas oficiais para barrar o declínio da arte industrial partiram de Londres. A Royal Society of Arts, fundada em 1754, tinha por objetivo principal, incentivar as artes, a manufatura e o comércio na Grã-Bretanha. Mesmo assim, não houve tamanha melhora esperada. Só em 1835 uma comissão parlamentar foi instaurada. Uma das primeiras constatações era de que havia pouquíssimas escolas de desenho, se comparada a França e outros locais. A primeira recomendação era de que se criassem novas e diversas escolas na Grã-Bretanha. O que acabou também se mostrando um fracasso, já que continuava a metodologia de apenas copiar desenhos e mais desenhos, e a indústria, como antes, ainda empregava poucos desenhistas. Então, em 1851 o príncipe Albert concebeu a Grande Exposição. Era uma oportunidade para todas as nações demonstrarem seus grandes feitos e suas mais modernas realizações. Porém, o que era para ser motivo de orgulho em relação às artes aplicadas ou industriais, se mostrou preocupante, já que tudo parecia de um mau gosto quase inconcebível (PEVSNER, 2005, p.291). Essa constatação se deu também com a produção francesa e alemã. Ficou evidente que era urgentemente necessário melhorar a formação estética no campo da arte industrial. Alguns teóricos, como o erudito arqueólogo francês Léon de Laborde²⁷, preocupados com o resultado da exposição, tentavam novas ideias e teorias para que houvesse uma melhora geral. Laborde, por exemplo, lembrava que na Grécia não havia uma separação entre artista e fabricante, e que tal separação atual, poderia ser revista, já que havia sido introduzida na idade Média, isentando algumas regras aos artistas para que artesões se sujeitassem (PEVSNER, 2005, p.291). Dentre outras sugestões do arqueólogo francês, o governo deveria tomar medidas para aperfeiçoar o ensino de arte nas escolas, garantindo aulas regulares de desenho e oferecer os melhores exemplos procedentes da Antiguidade, assim como oferecer melhores instalações e recursos. Era necessária a abertura de novas escolas profissionalizantes e “*écoles supérieures*” de artes aplicadas (PEVSNER, 2005, p.292).

O alemão Gottfried Semper²⁸, considerado o maior arquiteto alemão de sua geração, também sugeria mudanças para que se formassem melhores técnicos e que

²⁷ Léon de Laborde (1807-1869) – Nascido em Paris, foi educado na Alemanha, viajou extensivamente pela Ásia Menor, Síria e Egito, depois fez parte do serviço diplomático francês. Em 1847, se tornou conservador do Museu do Louvre de Antiguidades. E em 1857, diretor-geral dos arquivos do Império.

²⁸ Gottfried Semper (1803-1879) – Nascido em Hamburgo, foi um dos arquitetos alemães mais importantes do século XIX. Considerado um dos grandes expoentes da repercussão positivista sobre a concepção da arte e de sua evolução histórica. Alguns feitos que podem ser destacadas

houvesse um aperfeiçoamento do gosto (PEVSNER, 2005, p.293-294). Assim, indicava a fundação de museus de arte decorativa para expor coleções exemplares, e ainda promover palestras e cursos de pouca duração, como uma forma de "lembrar" ao povo sobre o bom gosto. Ele entendia que não adiantava só mudar os gostos estéticos dos artistas, se também não mudasse o do público. Em 1862, a Inglaterra sediou outra exposição universal, desta vez, segundo Pevsner, mostrando melhoras estéticas significativas, o que demonstrava a outros povos, que os conceitos postos em prática, como a criação de várias escolas de desenho, e a fundação de novos museus, poderiam sim, gerar resultados. Fazendo com que esses conceitos passassem a ser replicados em outros países, que se sentiram ultrapassados, e precisavam se aprimorar como os ingleses se aprimoraram.

Esse período foi muito importante, pois muitos museus e escolas renomadas até hoje, surgiram nele. Assim como, conceitos importantes para história da arte e do design. No início do século XX, já era possível perceber desdobramentos dessa iniciativa inglesa em outros países europeus. Como é o caso de Peter Behrens, que em 1903 mudou-se para Düsseldorf para se tornar diretor da Escola de Artes e Ofícios da cidade. Nessa escola, cursos preparatórios inovadores antecederiam o estudo de disciplinas específicas, como arquitetura, artes gráficas e projeto de interiores. Esses cursos seriam precursores do que viria a ser o Curso Preliminar da Bauhaus, onde dois dos aprendizes de Behrens, Walter Gropius²⁹ e Ludwig Mies van der Rohe³⁰ (1886-1969), se destacariam como diretores (MEGGS, 2009, p.301).

Em 1907, num clima fortemente marcado pelo nacionalismo, a Alemanha transformaria as preocupações originais do Movimento de Artes & Ofícios inglês num projeto de âmbito nacional. Criando a *Werkbund* (Associação de Artes e Ofícios – DWB), que se tornaria a associação artística e econômica mais importante e de maior sucesso antes da Primeira Guerra Mundial. A associação tinha como objetivos: a cooperação entre arte, indústria e artesanato, para a melhoria da atividade comercial

são a Burgplatz exterior com a intenção de unir o palácio Hofburg com os Museus de História Natural e de História da Arte e sua função como co-fundador do South Kensington Museum, projeto que pretendia unificar arte e indústria.

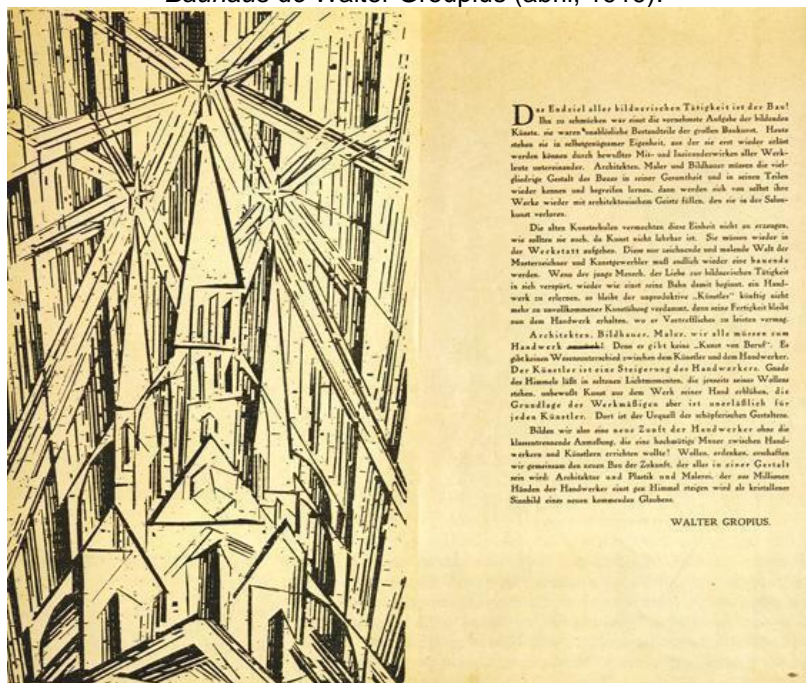
²⁹ Walter Gropius (1883-1969) – Nascido em Berlim, considerado um dos principais nomes da arquitetura do século XX, tendo sido fundador da Bauhaus, e diretor do curso de arquitetura da Universidade de Harvard.

³⁰ Ludwig Mies Van der Rohe (1886-1969) – Nascido em Aachen, foi um arquiteto alemão, professor da Bauhaus e um dos criadores do que ficou conhecido por *International Style*, onde deixou a marca de uma arquitetura que prima pelo racionalismo, pela utilização de uma geometria clara e pela sofisticação.

por meio da educação, da propaganda e da posição unida sobre questões pertinentes, assim como, não medir esforços para alcançar “Trabalho com qualidade” e garantir para a Alemanha uma posição de grande potência industrial (DROSTE, 2013, p.11-12).

Em 12 de Abril de 1919, Walter Gropius foi nomeado diretor de uma nova escola em Weimar, que a partir de uma fusão entre uma academia de belas artes com uma escola de artes e ofícios se transformariam em uma única instituição, essa que viria a ser conhecida como “*Bauhaus*”. A escola de arte mais polêmica e moderna de seu tempo, que tinha como objetivo, em conjunto com artistas e artesãos, de criar a “estrutura do futuro”. Gropius escreveu: “*Vamos criar juntos a nova estrutura do futuro que será tudo numa única forma. Arquitetura, escultura e pintura.*” (DROSTE, 2013, p.17-18). A xilogravura de Lyonel Feininger³¹ presente na capa do *Manifesto Bauhaus* (Figura 75) impõe uma identidade gráfica à instituição que simbolizava uma nova estrutura: três raios de luz que convergem no pico de uma catedral, representando as três artes da pintura, escultura e arquitetura.

Figura 75 – Capa (*Kathedrale*, Xilogravura de Lyonel Feininger) e página do *Manifesto e Programa da Bauhaus* de Walter Gropius (abril, 1919).



Fonte: DROSTE, 2013, p.18

³¹ Lyonel Feininger (1871-1969) – Nascido em Nova Iorque, foi um pintor germano-americano, artista, fotógrafo, ilustrador, professor da Bauhaus e um dos principais expoentes do expressionismo. Também se destacando como caricaturista e artista de história de quadradinhos para vários jornais dos Estados Unidos.

O primeiro carimbo da Bauhaus, utilizado de 1919 a 1922, foi concebido por Karl-Peter Röhl (Figura 76), combinando vários símbolos cristãos e não cristãos, como a pirâmide, a cruz suástica, o círculo e a estrela (DROSTE, 2013, p.22).

Figura 76 - Primeiro carimbo da Bauhaus, utilizado de 1919 a 1922, concebido por Karl-Peter Röhl.



Fonte: DROSTE, 2013, p.22

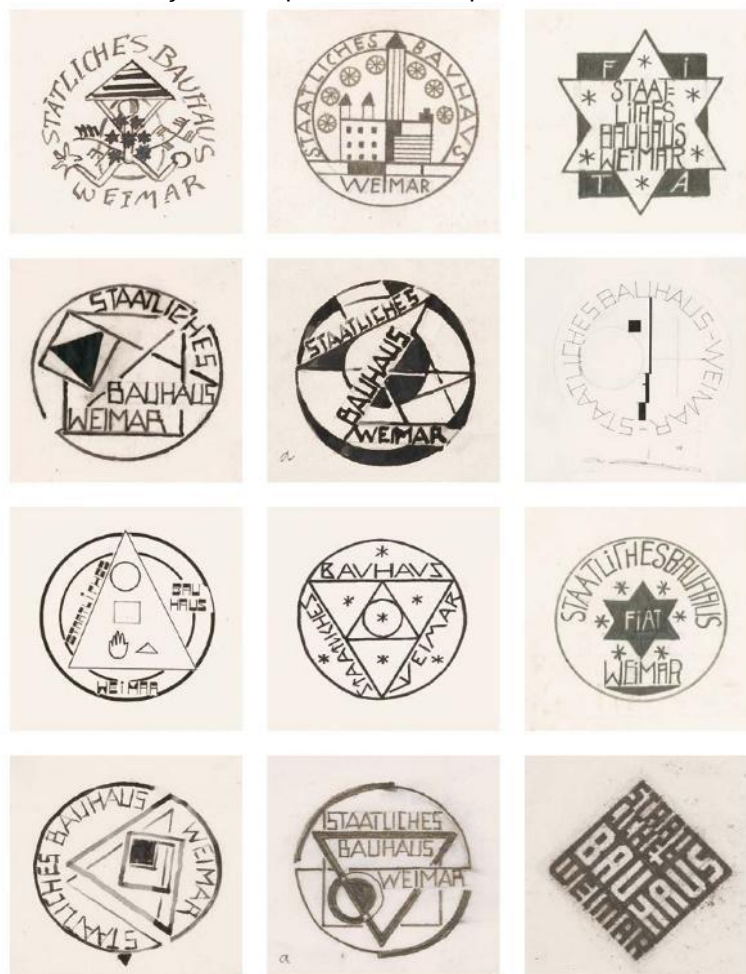
Na revista digital de Bundeskunsthalle, <https://magazin.bundeskunsthalle.de/>, importante e renomada galeria de arte (Figura 77), podem ser encontrados diversos esboços (Figura 78) para o carimbo da Bauhaus, relacionados à produção e ao conceito da Identidade Visual da Escola de arte alemã. Dentre eles, um esboço (Figura 79) feito por um estudante não identificado, em 1921, também registrado no livro “Bauhaus, 1919-1933” de Magdalena Droste.

Figura 77 – Modelo da arquitetura de Gustav Peichl para a galeria de arte Bundeskunsthalle.



Fonte: <https://www.bundeskunsthalle.de/en/about/bundeskunsthalle/architecture.html>

Figura 78 – Esboços feitos por estudantes para o carimbo da Bauhaus.



Fonte: revista digital de Bundeskunsthalle, disponível em <https://magazin.bundeskunsthalle.de/>

Figura 79 – Esboço feito por um estudante para o carimbo da Bauhaus do ano de 1921.



Fonte: revista digital de Bundeskunsthalle, disponível em <https://magazin.bundeskunsthalle.de/>

Apesar de toda a versatilidade dos diversos mestres da Bauhaus, poucos dentre eles incorporaram música, teatro e dança como Oskar Schlemmer³². Pintor, escultor e muralista, recebeu o convite de Gropius para se tornar um dos mestres da

³² Oskar Schlemmer (1888-1943) – Foi um pintor, escultor, designer e coreógrafo alemão, mestre da Bauhaus de 1921 a 1929, desenvolveu o “*Triadisches Ballett*” (Balé Triádico).

escola. Passando a dar aulas multidisciplinares que integravam estudos de movimento cinético, desenho de figura e filosofia. Alcançou fama internacional com seu “Balé Triádico” (Figura 80), uma forma revolucionária, com uma exploração geométrica do tempo e do espaço, diferenciando de que qualquer forma de dança tradicional. Schlemmer controlava toda a produção, desde os figurinos, cenários, iluminação, música, coreografia, até mesmo, os pôsteres promocionais.

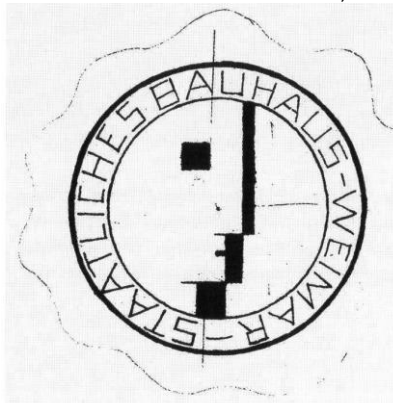
Figura 80 – O guarda-roupa do “Balé Triádico” de Oskar Schlemmer.



Fonte: DROSTE, 2013, p.102

Em 1922, desenvolveria o carimbo da Bauhaus Estatal de Weimar (Figura 81). Schlemmer sempre teve o ser humano “*Der Mensch*” como o centro de suas instruções. O que também pode explicar a figura humana, presente no carimbo, com o uso de um rosto humano no centro. Também é possível notar essa escolha sendo reutilizada de alguma forma na concepção de suas máscaras (Figura 82) e em suas obras de arte (Figura 83).

Figura 81 – Carimbo da Bauhaus Estatal de Weimar, de Oskar Schlemmer, 1922.



Fonte: DROSTE, 2013, p.34

Figura 82 – Mulher com máscara de Oskar Schlemmer sentada em uma cadeira de Marcel Breuer, Fotografia de Erich Consemüller.



Fonte: DROSTE, 2013, p.152

Figura 83 – Folha da coleção “Jogo com cabeças” de Oskar Schlemmer, 1923.



Fonte: DROSTE, 2013, p.99

Mas por mais que esses carimbos apresentados, da Bauhaus, sejam interessantes e estejam associados à imagem institucional da escola. Não podem ser identificados como logos ou como assinaturas visuais institucionais num sentido estrito. Seria necessário esperar até a década de 1950, após a Segunda Guerra Mundial, para que o Design Gráfico Suíço – atendendo à demanda por uma linguagem visual internacional que permitisse que as empresas multinacionais se instalassem em inúmeros países e pudessem lidar com a “babélica” diversidade de idiomas – desenvolvesse as normas e os fundamentos metodológicos essenciais de um projeto de identidade visual corporativa.

Desse modo, as experiências ocorridas na Bauhaus são imprecisas no que se refere a essa questão. Porém, pode-se supor que foi a partir destas que o design

pôde, posteriormente, desenvolver efetivamente um modelo de projeto do que viria a ser a “Identidade Visual”, e que passaria a ser aplicado nas Escolas de Design, desde então.

Max Bill foi uma importante figura e ponte no processo de construção do Design Gráfico Suíço (Figura 84). Ex-aluno da Bauhaus, mudou-se para Zurique em 1930. Abraçando os conceitos da *Arte Concreta*, desenvolvidos por Theo Van Doesburg, formulou o Manifesto da *Arte Concreta* em 1930 que clamava por uma arte universal e de clareza absoluta. Defendendo que através de elementos visuais puros (abstratos), fontes sem-serifa, o trabalho do designer deveria possuir clareza, objetividade e função. Os trabalhos geralmente utilizavam “grids” (malhas, grades) como um sistema de ordenação e organização do espaço, deixando o resultado final mais racional, construtivo e orientado.

Figura 84 – Cartaz de Max Bill utilizando elementos do Design Gráfico Suíço (1945).



Fonte: MEGGS, 109, p.465

Os designers suíços passaram a ter como um de seus objetivos, a adesão de uma total neutralidade emocional. Assim, o designer deveria resistir a todo custo à tentação de se auto expressar, para preservar o propósito funcional e de clareza, evitando subjetividade, ruídos ornamentais e qualquer superficialidade estética, características essas herdadas também nos lemas de Jan Tschichold e sua “*neue typographie*” – Nova Tipografia.

Através de seu livro "Die neue Typographie" (1928), Tschichold definiria as bases teóricas para o racionalismo de uma moderna tipografia, valorizando a composição assimétrica na diagramação e o uso de tipos sem-serifa (Figura 85).

Figura 85 – Desenhos para a Sabon, uma das fontes mais utilizadas de todos os tempos, Jan Tschichold, 1965.



Fonte: Foto: Ronald Schmets, D. Stempel AG, Frankfurt am Main

A Escola de Design de Ulm – Hochschule für Gestaltung Ulm – ou HFG-Ulm (Figura 86), fundada por Max Bill, Otl Aicher e outros designers, em 1953 – e fechada em 1968 – tinha a missão de promover os princípios do Estilo Internacional e trazer uma recuperação do projeto modernista iniciado na Bauhaus.

Tratava-se, também, de um movimento de revitalização da sociedade alemã pós Segunda Guerra Mundial. Max Bill foi seu primeiro diretor. A Escola também contaria com muitos professores que vieram da Bauhaus, assim como teria a presença de vários palestrantes famosos, entre eles o próprio Walter Gropius e mesmo, Mies van der Rohe.

Figura 86 – Logotipo da Escola de Ulm (Hochschule für Gestaltung Ulm)

hfg
ulm

Fonte: <https://www.hfg-ulm.de/de/hfg-ulm/>

Associado aos ideais da Escola de Ulm, onde era protégé (um tipo de aprendiz), Dieter Rams, designer alemão, desenvolveria um dos primeiros projetos de identidade

visual corporativa (em sentido restrito) no início dos anos 1950, para a empresa de eletrodomésticos *Braun*.

Ele desenhou e desenvolveu tanto os produtos, como trouxe mudanças para o logo da empresa (Figura 87) e suas aplicações. Nos seus produtos (Figura 88) é possível identificar a identidade da empresa (logo) e a clareza e objetividade de cada parte do projeto, que não possuía ornamentos, mas dava a preferência por uma forma mais funcional, onde tudo se encaixava perfeitamente, sem nenhum excesso. O famoso “Menos é mais” de Ludwig Mies Van der Rohe.

Figura 87 – Identidade Visual da Braun (1935)

BRAUN

Fonte: <https://www.logodesignlove.com/braun-logo>

Figura 88 – Barbeador e batedeira de bolo da Braun, por Dieter Rams (projeto de 1951)



Fonte: <https://weandthecolor.com/braun-old-minimalistic-industrial-design-by-dieter-rams/10299>

Dieter Rams também é muito conhecido pelos seus “10 princípios para o bom design”, onde defende que o design para ser bom, precisa ser inovador, tornar o produto útil, possuir qualidade estética, tornar o produto de fácil compreensão, não ser obstrutivo (precisa ser funcional e discreto, não decorativo), ser honesto, ser durável, ser meticuloso até o último detalhe, preservar o meio ambiente, e ter o mínimo de design possível (mínimo, todavia melhor, porque se concentra em seus aspectos

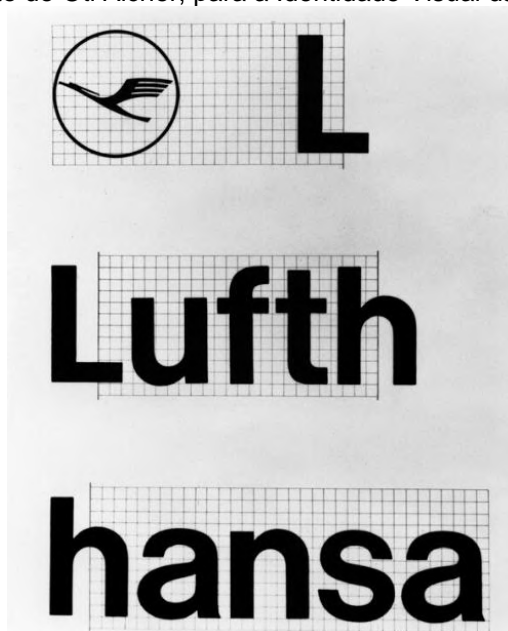
essenciais sem sobrecargas não essenciais). Diversos produtos da Braun desenvolvido por Rams e sua equipe, estão expostos até hoje em vários museus, como o MoMA, de Nova Iorque.

Outro importante projeto que possui relevância na História do Design, foi o projeto da Lufthansa (Figura 89), realizado por Otl Aicher, professor da Escola de Ulm. Sob influência do Design Gráfico Suíço, Aicher desenvolveria, de maneira mais rígida, regras para o desenvolvimento de projetos de identidade visual corporativa.

O projeto da Lufthansa (Cia. de Aviação Alemã) seria um de seus mais importantes feitos. Realizado no início da década de 1960, seu projeto mantinha o símbolo da empresa, de uma garça voando (elemento que já existia desde os anos 30), mas que passava a ser ordenada ao centro de um círculo, subordinando-a também à tipografia.

Segundo Meggs, os princípios do projeto de Aicher se tornaram em um modelo internacional e passaria a ser utilizado largamente por outros designers (MEGGS, 2009, p.535).

Figura 89 – Projeto de Otl Aicher, para a Identidade Visual da Lufthansa (1962).



Fonte: MEGGS, 109, p.535

Outro projeto paradigmático de Aicher foi o sistema de pictogramas (Figura 90) para as Olimpíadas de Munique de 1972. Baseando-se no sistema "ISOTYPE" (International System of Typographic Picture Education) desenvolvido pelo sociólogo austríaco Otto Neurath, que tinha como objetivo, alcançar uma comunicação através

de informações passadas de um modo mais simplificado por meio de linguagem não-verbal. Neurath demonstrara como construir signos visuais compostos por unidades elementares, e Aicher conseguiu simplificar ainda mais e implementá-los em seus projetos (MEGGS, 2009, p.542).

Figura 90 – Sistema de Pictogramas de Otl Aicher, para as Olimpíadas de Munique (1972).



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/265008759293318056>

Paralelamente a tudo isso, as empresas que passaram a se tornar gigantes e multinacionais (principalmente as norte-americanas após a Segunda Guerra) assimilaram o Design Gráfico Suíço, acreditando que essa comunicação visual elementar era capaz de produzir uma linguagem gráfica universal. Passaram a se espalhar pelo mundo e a contratarem escritórios de designers (“Bom Design”) para desenvolverem projetos de comunicação visual empresarial que seguissem as normas da Nova Tipografia e que criassem símbolos institucionais por meio de formas simples, e ao mesmo tempo, personalizadas, que pudessem ser entendidas e captadas por todo o globo. O primeiro caso foi a IBM, tendo seu logo produzido em 1956 e modificado em 1972, por Paul Rand, que com a inserção de listras horizontais, sugeria "velocidade e dinamismo" (Figura 91).

Figura 91 – Evolução do logo da IBM (International Business Machines)



Fonte: MEGGS, 109, p.529

Outros exemplos importantes são o Logo da Shell e o Logo da Chase Manhattan. O logo da Shell de 1971 (Figura 92) foi projetado por Raymond Loewy, grande estrela do *streamlining* e que aderiu ao Estilo Internacional.

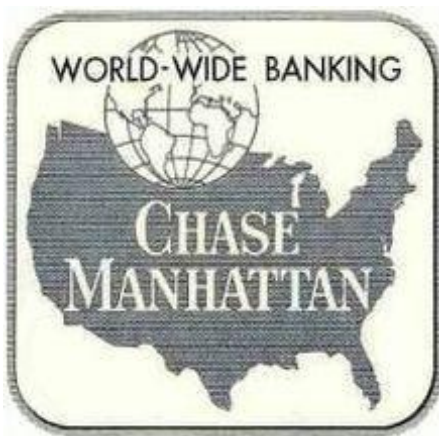
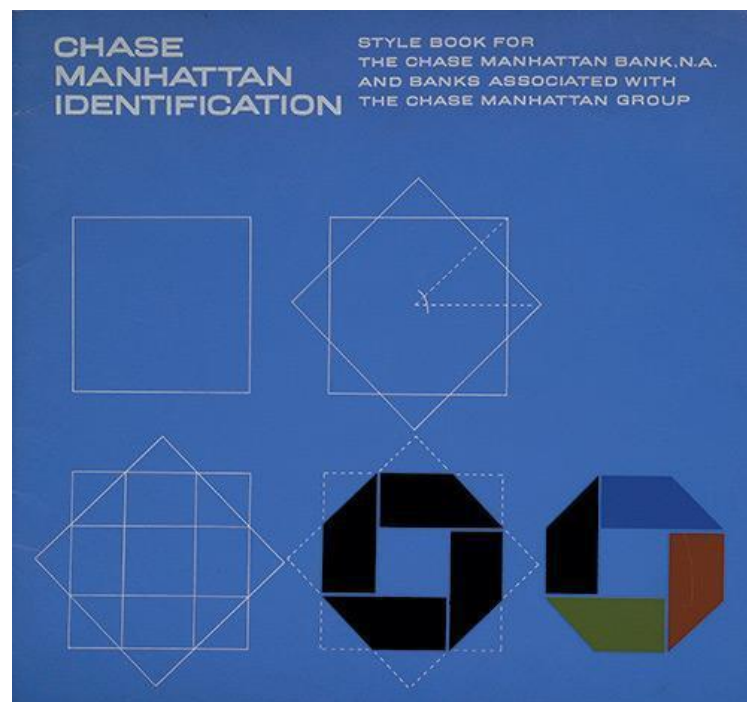
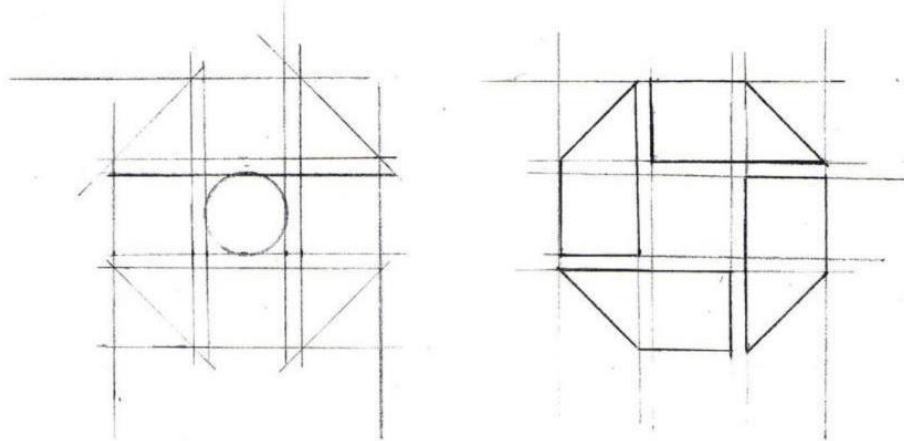
Figura 92 – Evolução do logo da Shell (Royal Dutch Shell)



Fonte: <https://www.shell.com.br/sobre-a-shell/marca.html>

Já, o escritório Chermayeff & Geismar desenvolveu o sistema de identidade corporativa para o Banco Chase Manhattan (Figura 93), que se tornaria um modelo para o gênero (MEGGS, 2009, p.533). A partir deste projeto, outras instituições financeiras resolveram reavaliar suas imagens corporativas em busca de um símbolo identificador mais eficaz. Tom Geismar dizia que o símbolo deveria ser *pregnante* e grudar na mente do grande público.

Figura 93 – Transformações da logo do Banco Chase Manhattan (Projeto de Chermayeff & Geismar)



Fonte: MEGGS, 109, p.533

No Brasil, Aloísio Magalhães (1927-1982) criou diversos símbolos institucionais (Figura 94) seguindo esse modelo modernista norte-americano, e Alexandre Wollner desenvolveria muito de seus projetos de identidade visual corporativa (Figura 95) seguindo as normas do Estilo Internacional Suíço.

Figura 94 – Identidades Visuais Institucionais criadas por Aloísio Magalhães



Fonte: <https://aloisiomagalhaesbr.wordpress.com/historia-do-design/aloisio-magalhaes-programacao-visual-desenho-industrial/carreira-de-clientes/>

Figura 95 – Identidades Visuais Institucionais criadas por Alexandre Wollner



Fonte: <https://vitruvius.com.br/jornal/news/read/2883>

4 A ESTRUTURA DA IDENTIDADE VISUAL CORPORATIVA

O que é Identidade Visual? De acordo com o dicionário Michaelis, Identidade é uma série de características próprias com os quais se podem diferenciar pessoas, animais, plantas e objetos inanimados uns dos outros. Assim sendo, Identidade é o que nos define, nos dá nome e significado. Faz-nos existir, mostrando que não somos a mesma coisa ou o mesmo ser que qualquer outro. Somos únicos, podemos nos diferenciar, temos identidade.

A identidade visual institucional ou corporativa, por sua vez, é o conjunto de elementos formais que representa visualmente, e de forma sistematizada, um nome, ideia, produto, empresa, instituição ou serviço (STRUNCK, 1989, p.14). Quando um desses elementos (nome, ideia, produto, empresa etc.) são representados sob uma determinada forma, esse conjunto de elementos costuma ter como base o logotipo, um símbolo visual e um conjunto de cores (Figura 96). A Identidade Visual é então um modo de diferenciação gráfica. É necessário, o uso de formas visuais e na maioria das vezes existe também acentuada preocupação com a sua funcionalidade.

Figura 96 – A Assinatura Visual da empresa Nike e sua separação entre símbolo e logotipo.

Assinatura Visual da Marca Nike (Símbolo + Logotipo)



Símbolo da Marca Nike

Logotipo da Marca Nike



Fonte: <https://www.nike.com.br/>

4.1 *Parâmetros para análise de uma identidade visual*

Não basta com que a Identidade Visual seja só vista, ela precisa criar uma interação, empatia e, sobretudo comunicar algo a alguém. Precisa ser reconhecida, sentida, retida de modo eficiente e, principalmente, consumida. Para entender como funciona esse apelo visual e sentimental, necessário para que uma Identidade Visual seja considerada eficiente, será preciso compreender certos termos técnicos e outros significados que compõem esse conceito.

De acordo com Gilberto Strunck³³, são quatro os elementos básicos que compõem uma identidade visual institucional. Os principais são o Logotipo e o Símbolo. E os secundários são as Cores e a Fonte Tipográfica. Esses elementos são chamados institucionais, pois seguem um conjunto de normas e especificações próprias (STRUNCK, 1989, p.16). O uso ou desuso de um ou outro elemento institucional para transmitir uma mensagem depende da legibilidade e da compreensão que o espectador terá e, obviamente, da percepção de seu criador, geralmente, um designer gráfico.

4.1.1 Marca

Marca é a identidade jurídica – também chamada “nome fantasia” – de uma entidade empresarial. É algo que permite identificá-la de um modo diferenciado. Pode ser um signo, um símbolo, um ícone, um sinal, um desenho, ou uma combinação destes elementos. Um simples nome ou termo pode definir uma marca. No direito comercial, a OMPI (Organização Mundial de Propriedade Industrial) define a marca como um “sinal que serve para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos outros, de outras empresas”.

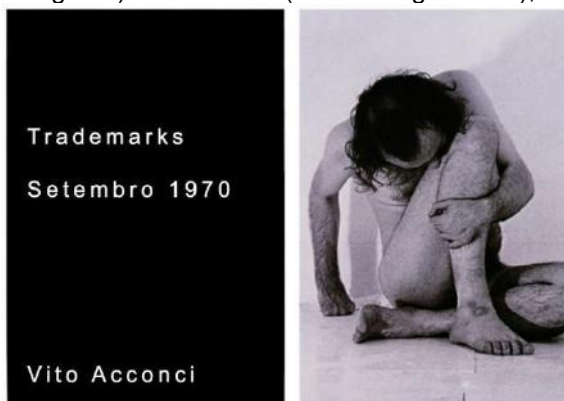
A marca pode ganhar identidade gráfica, por meio de uma Assinatura Visual, que é a combinação do logotipo e do símbolo gráfico. Podendo ser utilizada de uma única forma ou de várias. Na obra “*Trademarks*” – marcas registradas – (Figura 97), Vito Acconci³⁴, produz uma reflexão crítica sobre esse termo fundamental do universo empresarial. Numa performance, o artista nu morde seu próprio corpo deixando a

³³ Gilberto Strunck (1948) – É um designer gráfico brasileiro, professor, e autor de livros sobre design gráfico.

³⁴ Vito Acconci (1940-2017) – Foi um arquiteto e artista contemporâneo norte americano.

marca dos dentes. A relação entre as marcas e o consumo voraz imposto pela sociedade capitalista é apresentada de maneira dramática. Só resta ao corpo, despido de todos os bens de consumo e de todas as marcas que povoam nossas roupas, calçados, relógios etc., consumir a si próprio. Sendo um bom exemplo para se pensar na imaterialidade da marca.

Figura 97 – Obra (Fotografia) *Trademarks* (marcas registradas), 1969, de Vito Acconci.





Fonte: <https://arthistorianh.tumblr.com/post/311876673/vito-acconci-trademarks-1970-acconci-bit>

No meio publicitário, é comum o uso do termo “logomarca” como sinônimo para a logotipia da assinatura visual, para o símbolo institucional e até mesmo da marca. A maioria dos teóricos, que abordam esse assunto, execram esse termo.

No entanto, entende-se que ele pode ser útil na medida em que seja utilizado para definir a união de dois elementos fundamentais definidos por Strunck, o logotipo e o símbolo institucional de uma empresa. Portanto, mesmo que o termo “logomarca” não tenha um respaldo técnico, acaba tendo sua importância, principalmente, pelo seu vasto uso no cotidiano.

4.1.2 Logotipo

O Logotipo é a representação com particularidades tipográficas específicas de uma marca. Apesar de ser apenas um dos elementos gráficos que compõem a Assinatura Visual, algumas vezes, poder ser o único, tornando-se a principal representação gráfica da mesma. A partir dessa definição básica, é possível perceber que o logotipo é fundamentalmente tipográfico.

Muita gente chama o símbolo de logotipo. Outros o chamam de marca. Antes de ir adiante, é bom que fique bem claro que marca é um nome. Posso dizer que fumo cigarros de marca Hollywood, cujo logotipo é  e que tem  por símbolo. Gilberto Luiz Strunck – designer brasileiro (STRUNCK, 1989, p.21).

A palavra “tipografia”, por sua vez, possui sua origem do grego, *typos* – “forma” e *graphein* – “escrita”, sendo a arte e o processo formal na composição de um texto físico ou digitalmente. Seu uso na Identidade Visual é considerado complexo e de grande importância, pois seu criador (geralmente o designer) precisa produzir emoções que gerem lembranças que estabeleçam conexões e comparações, ou seja, precisa capturar a atenção e afetar a percepção do espectador, por meio do olhar.

Sua composição estrutural exige formas preestabelecidas. Isto é, para uma forma ser considerada tipográfica, ela deve possuir uma estrutura pronta, tendo clareza ou não, dependendo de seu uso. Na Identidade Visual, é mais comum o uso de fontes tipográficas com boa *leitabilidade* – quantidade de esforço que uma pessoa precisa fazer para ler um texto – e maior clareza, o que torna a apreensão do espectador mais rápida e prazerosa. Mas, em outros usos da comunicação visual, como propagandas, folders, infográficos etc., que queiram causar certo desconforto visual pelo excesso de informação ou chamar a atenção de uma forma que necessite de melhor compreensão, também pode ser visto o uso de fontes tipográficas cada vez mais complexas e de baixa legibilidade – facilidade que as letras de uma fonte se diferenciam umas das outras.

Na assinatura visual da Coca-Cola (Figura 98) se pode ver a logotipia da Coca-Cola. Trata-se de uma tipografia inspirada na caligrafia dos secretários (contadores, escrevões) do século XIX. Algumas das famílias de fontes tipográficas conhecidas e muito usadas atualmente, são *Arial*, *Comic Sans MS*, *Futura*, *Garamond*, *Gill Sans*, *Helvetica*, *Times New Roman*. Um dos elementos importantes nas fontes é a serifa, que são pequenos traços e prolongamentos que ocorrem no fim das hastes das letras, que tinham como principal função ajudar na leitura dos textos.

Figura 98 – Assinatura Visual da Coca-Cola (Apenas o Logotipo).



Fonte: <https://www.coca-cola.com.br/>

Com o Modernismo o uso da fonte sem serifa acabou sendo bastante difundido. Mas tradicionalmente, textos longos possuem fontes com serifa e textos curtos, sem serifa (Figura 99).

Figura 99 – Exemplos de tipografias com e sem serifas.



Fonte: https://medium.com/@junioralves_11958/fontes-com-serifa-e-sem-serifa-2cfa6a083952

4.1.3 Símbolo institucional

O símbolo é uma palavra que possui uma longa tradição semântica que passa pela definição do Romantismo, que, no século XVIII, o opunha à alegoria, até a semiótica de Pearce que o emparelha com os conceitos de “ícone” e “índice”. De acordo com o interesse no design, o símbolo é uma forma gráfica que tem a função de representar uma instituição – famílias nobres, corporações de ofício medievais, empresas multinacionais, religiões, nações, quantidades, times esportivos etc. É uma figura convencional que serve para identificar algo ou alguma coisa. No âmbito da Identidade Visual, instituída pelo design, o *Símbolo Institucional* pode ser abstrato ou figurativo, e faz parte da Assinatura Visual, ajudando a identificá-la e a diferenciá-la das demais, tornando-a única e inconfundível. Deseja-se que o símbolo transmita os ideais e sintetize um conjunto de associações da maneira mais eficaz que for possível, tornando-se assim, uma ferramenta importantíssima da comunicação visual.

O símbolo da empresa multinacional Apple (Figura 100) combate a afirmação de Strunck, de que a logotipia é sempre a parte indispensável das assinaturas visuais institucionais, afirmando que toda Assinatura Visual sempre terá um logotipo, mas não necessariamente, um símbolo (STRUNCK, 1989, p.68).

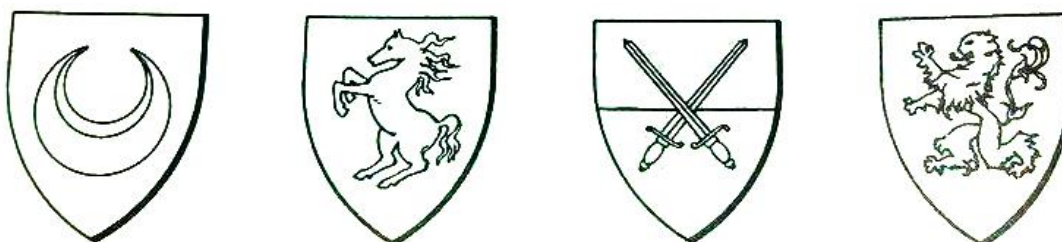
Figura 100 – Assinatura visual da Apple (apenas o símbolo).



Fonte: <https://www.apple.com/>

A maçã mordida pode ser reconhecida hoje, em quase todos os lugares do planeta. Essa marca se faz representar visualmente muito mais através de seu símbolo do que por meio do nome “Apple” escrito com uma tipografia específica. Essa eficiência visual do símbolo possui uma antiga tradição que pode ser exemplificada pelo vocabulário gráfico da heráldica medieval (Figura 101) que identificavam indivíduos, família, clãs, cidades, regiões, nações etc. E também, pelos pictogramas utilizados pelas corporações de ofício medievais.

Figura 101 – Brasões na Idade Média.



Fonte: STRUNCK, 1989, p.24

O uso de brasões pelos clubes de futebol modernos (Figura 102) são um desdobramento direto dessa tradição. Muitos acabam se confundindo com o uso deste termo, como sendo escudo. A verdade é que um brasão pode ser um escudo ou ter representado um escudo.

Figura 102 – Brasões de clubes de futebol do Brasil.



Fonte: <https://ge.globo.com/futebol/times/fluminense/>

O uso do brasão tem sua origem na Idade Média, quando havia confrontos ou guerras, as pessoas se armavam com escudos, e nestes escudos geralmente, seu brasão estava representado.

Sendo visto, como uma forma de identificar soberania e vassalagem, muitas vezes, sua própria família ou clã. Por isso é comum, mas impreciso, as pessoas chamarem brasões de escudos.

4.1.4 Cores institucionais

A cor existe como experiência perceptiva, na medida em que é resultado da tradução de algumas frequências de luz. Esse processo transmite informações aos nervos ópticos e ao sistema nervoso. Por outro lado, as cores têm grande importância na comunicação visual e, particularmente, nos projetos de identidade visual corporativa. Os significados culturais atribuídos às cores talvez sejam mais importantes do que os diferentes estímulos fisiológicos que cada uma delas gera. A psicologia e o ramo específico da Gestalt desenvolveram pesquisas que levam em consideração tanto esses fatores fisiológicos quanto as interferências culturais. As informações geradas por essas pesquisas acabaram se tornando fundamentais para a comunicação visual de modo geral e, mais especificamente, para o design. É preciso, entretanto, ficar atento, pois tabelas que atribuem significados pretensamente universais às cores podem, na verdade, indicar sentidos contingentes (PEDROSA, p.17-57, 1995).

Na Cultura Ocidental, muitas vezes, a elegância, humildade, respeito, reverência e sutileza são ligadas ao cinza. O vermelho emana paixão, força, energia, amor, liderança, masculinidade, alegria (China), perigo, fogo, raiva, revolução, "pare". O azul é harmonia, confiança, conservadorismo, austeridade, monotonia,

dependência, tecnologia, liberdade, saúde. O Ciano representa tranquilidade, paz, sossego, limpeza e frescor. O verde é lembrado pela natureza, primavera, fertilidade, juventude, desenvolvimento, riqueza, dinheiro, boa sorte, ciúmes, ganância, esperança. Já o roxo induz velocidade, concentração, otimismo, alegria, felicidade, idealismo, riqueza (ouro), fraqueza, dinheiro. O Magenta contribui com luxúria, sofisticação, sensualidade, feminilidade, desejo. Sendo a cor Violeta, a espiritualidade, criatividade, realeza, sabedoria, resplandecência, dor. Já a energia, criatividade, equilíbrio, entusiasmo, ludismo vêm do alaranjado. Com o branco distribuindo a pureza, inocência, reverência, paz, simplicidade, esterilidade, rendição, união. Em contraste com o preto que domina com poder, modernidade, sofisticação, formalidade, morte, medo, anonimato, raiva, mistério, azar. Seguido do castanho, sólido, seguro, calmo, uma natureza, rústico, estabilidade, estagnação, peso, aspereza. Sendo todos esses, claro, conceitos específicos e não universais. Um exemplo desse uso, é o “Guia Emocional das Cores” desenvolvido pelo site “The Logo Company” (Figura 103), que tem a intenção de definir diversos logos através de cores e a emoção que teoricamente cada cor tem o objetivo de transmitir.

Figura 103 - “Guia Emocional das Cores” desenvolvido pelo site “The Logo Company”.



Fonte: <https://thelogocompany.net/psychology-of-color-in-logo-design/>

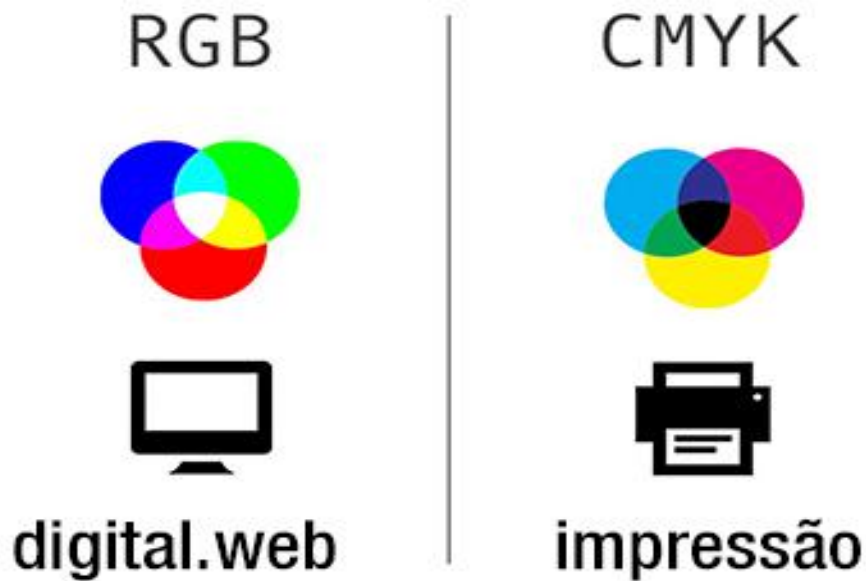
O uso prático das cores na Identidade Visual na representação dos elementos institucionais se dá através de uma ou mais cores, que sempre serão utilizadas nos mesmos tons. Algumas vezes com o passar do tempo e do uso, tornam-se tão ou mais importantes do que o logotipo e o símbolo. Um exemplo, disso é o amarelo e vermelho utilizado na assinatura e nos produtos do McDonald's (Figura 104).

Figura 104 – A Assinatura Visual da empresa McDonald's (Com e sem logotipo).



É praticamente impossível falar de cores na Identidade Visual, sem citar os "famosos" RGB e CMYK (Figura 105). RGB seria a sigla em inglês para Red = Vermelho, Green = Verde e Blue = Azul. Estas seriam as cores obtidas aditivamente, isto é, com o uso da luz. Onde há a adição de diferentes comprimentos de onda das cores primárias de luz emitidas por objetos que emitem luz como monitores, televisores, lanternas. Já o CMYK é a sigla inglesa para Cyan – Ciano, Magenta, Yellow – Amarelo e Key – Chave (geralmente é usado o Preto, pois é uma cor chave para se obter diversas outras). Essas seriam as cores obtidas pela subtração de pigmentos. Neste caso, mancha-se uma superfície branca (sem pigmentação) misturando-lhe pigmentos das cores secundárias da luz. Por isso, é comum seu uso nos diversos processos de impressões. E é exatamente pelas cores do monitor ser de origem RGB e as de um papel impresso ser de origem CMYK, que é possível se perceber uma diferença, muitas vezes, acentuada de algo visualizado na tela e no papel. Mas existem diversas técnicas e processos que tentam tornar essa percepção menos acentuada e, às vezes, até nula.

Figura 105 – Sistema de cores RGB e CMYK.



Fonte: <https://fotografiamais.com.br/wp-content/uploads/2019/01/cmyk-ou-rgb-qual-a-diferenca.jpg>

4.1.5 Slogan

Outro elemento importante na comunicação visual é o Slogan, apesar de nem sempre ser utilizado. O slogan tem sua origem no gaélico-escocês que significa "Grito de Guerra", sendo uma frase de fácil memorização usada em contexto político, religioso ou comercial, como se pode observar na empresa Nike (Figura 106). Na identidade visual, ela precisa ser de fácil acesso e ao mesmo tempo tem que conseguir causar impacto e sentimento, além de possuir uma definição tipográfica prévia para seu uso. Neste caso, precisa adicionar características ou evidenciar as já existentes, dando assim mais valor à marca.

Figura 106 – A Assinatura Visual da Marca Nike (Símbolo + Logotipo + Slogan – *Just do It*).



Fonte: <https://www.nike.com/>

4.1.6 Funcionalidade e funcionalismo

Outra preocupação já citada na comunicação visual, trata-se da eficiência e funcionalidade da Identidade Visual Institucional. Em *História da Arquitetura Moderna*, Leonardo Benevolo relata o surgimento da noção de funcionalismo associado às construções em ferro forjado (no século XIX) e à separação entre arquitetura e engenharia. Essa separação vai determinar uma dicotomia da modernidade que opõe o ornamento a interesses mais objetivos. Portanto, o funcionalismo no design pode ser considerado um desdobramento das experiências que ocorreram primeiro no campo da arquitetura. Afinal, a frase emblemática, “a forma segue a função”, que norteará todo o design modernista do século XX foi proferida pelo arquiteto norte-americano Louis Sullivan (1856-1924).

Por outro lado, a ergonomia – disciplina científica relacionada ao entendimento das interações entre seres humanos e outros elementos de um sistema – tem sido uma das ferramentas funcionais mais utilizada pelo design, desde a segunda metade do século XX. A princípio, a ergonomia, é considerada uma área do conhecimento que aplica teoria, princípios, dados e métodos para fins de priorizar sempre o bem-estar humano e seu desempenho com as diversas interações existentes. Porém, recentemente, alguns pesquisadores na área do design têm contestado essa convicção e entendem que a ergonomia está a serviço dos interesses do capital e busca, na maioria das vezes, descobrir qual é o limite do suportável. Um bom exemplo disso são os bancos de avião, cuja ergonomia está voltada para conseguir colocar o máximo de assentos no mínimo de espaço. Na Identidade Visual, fica claro o objetivo e a preocupação com a funcionalidade para facilitar sempre mais o entendimento do espectador sobre o que é visto. Além de tornar a Identidade mais clara, também tenta estudar e planejar como ela irá, não apenas ser vista, mas também sentida por seu espectador.

5 A IDENTIDADE VISUAL INSTITUCIONAL DA EBA/UFRJ 2014.1

A assinatura visual (Figura 107) atualmente utilizada pela EBA/UFRJ teve seu desenvolvimento iniciado em 2014.1 pela ex-aluna da EBA, Mayara Lista Alcântara (ilustradora, quadrinista e designer, formada em Comunicação Visual e Design pela EBA/UFRJ). Ela foi a vencedora de um concurso realizado para a troca e modernização da Identidade da EBA, em uma comemoração pelos 195 anos da Escola e, posteriormente, aos seus 200 anos. Sob orientação da professora Nair de Paula Soares e tendo como membros do corpo de jurados, Carlos Terra, Madalena Grimaldi e Marcus Dohmann da UFRJ, Rodolfo Capeto da ESDI e Rafael Rodrigues da PVDI.

Figura 107 – A Assinatura Visual da Escola de Belas Artes/UFRJ (2014)



Fonte: <https://eba.ufrj.br/>

No final de 2020 foi feito contato com Mayara Lista, que muito gentilmente respondeu a várias questões suscitadas, além de enviar documentos referentes à produção e desenvolvimento de seu logo, o que abrilhantou e enriqueceu o presente trabalho.

Questionada sobre como e para que o logo foi criado, Mayara disse que o atual logotipo da Escola de Belas Artes da UFRJ foi criado através de um concurso realizado entre os alunos da disciplina de Identidade Visual ministrado pela professora

Nair de Paula Soares durante o primeiro semestre de 2014.

Sobre o objetivo da troca, Mayara explicou que o objetivo da troca, até onde sabia, era o de aproveitar a própria potência dos estudantes de design na elaboração de uma nova identidade para a EBA a ser implementada no bicentenário da Escola, em 2016, partindo da professora Nair, a pulsão de mudança e confiança no potencial dos seus alunos.

Mayara ainda explica que após ter vencido o concurso, deu-se início a fase de adequação do projeto, onde ocorreram diversas reuniões com a professora Nair e com o, então diretor da EBA, Carlos Terra e sua vice, Madalena Grimaldi. Nesse período foram feitos ajustes no logotipo, bem como, foi desenvolvida uma assinatura comemorativa para o bicentenário da Escola que ocorreria em 2016, além do registro da patente.

Durante a entrevista, Mayara disse ainda que criou um novo logo para o Museu D. João VI, conforme solicitado à época, porém, nunca soube se, de fato, ele fora implementado.

Após essa fase, foi oferecida a Mayara, uma bolsa para trabalhar na implementação da identidade visual na Escola sob orientação da professora Nair. Todavia, ela declinou a bolsa pois havia sido aprovada no programa Ciência Sem Fronteiras, e iria estudar os próximos dois semestres na Kingston University, em Londres. Diante disso, a bolsa foi oferecida a outros alunos participantes da equipe que implementou a identidade e completou o manual da marca usado atualmente, sendo uma das alunas, Katherine de Franco.

Sobre o significado do logo, Mayara afirmou que a ideia inicial por trás do novo Logo é que ele é formado pela sigla EBA (Escola de Belas Artes) e é composto por formas orgânicas que remetem ao gestual das pinceladas. Sendo a EBA uma Escola onde o aluno pode escolher caminhos diversos, devido a integração dos cursos da Escola, os caminhos que surgem com a unidade do logotipo transmitem energia e movimento inspirados no fluxo dos estudantes entre os cursos e disciplinas que se misturam. O vermelho representa uma nova vibração e dá destaque ao BA (Belas Artes).

Mayara prossegue afirmando que esse foi o seu primeiro projeto de identidade visual e até hoje se surpreende quando “esbarra nele por aí”. Para ela, foi um processo de aprendizagem único, guiado magistralmente pela professora Nair, que muito lhe marcou.

“Sinto orgulho e gratidão imensos por deixar meu nome na EBA dessa forma”, completa Mayara.

Abaixo temos algumas pranchas (Figuras 108-109) com referências utilizadas e pesquisadas por Mayara Lista, assim como o Logo da Escola de Balé do Brooklyn (Figura 110) e uma das históricas bandeiras da EBA (Figura 111), para o desenvolvimento dos primeiros rascunhos e desenhos (Figura 112), do que viria a ser o novo logo da Escola de Belas Artes/UFRJ.

Figuras 108 - 109 – Pranchas com referências de diversos logos concedidas por Mayara Lista.



Fonte: acervo de Mayara Lista

Figura 110 – Logo da Escola de Balé do Brooklyn, referência concedida por Mayara Lista.



BROOKLYN BALLET

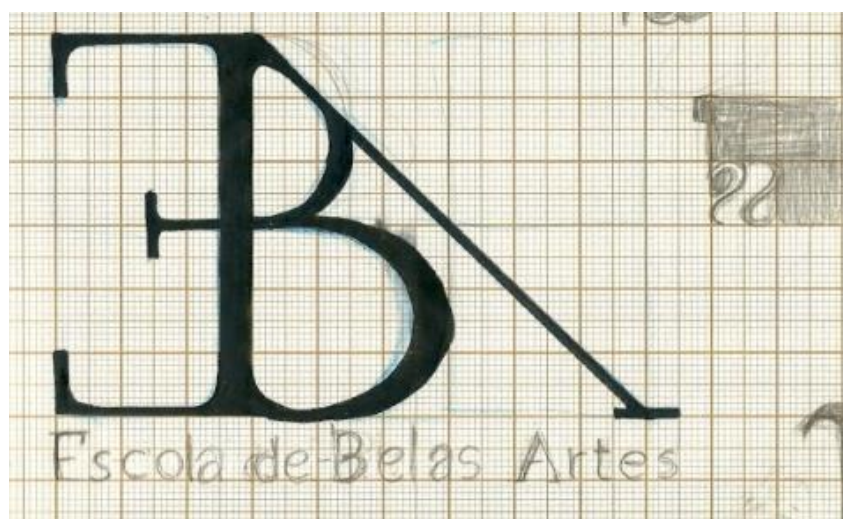
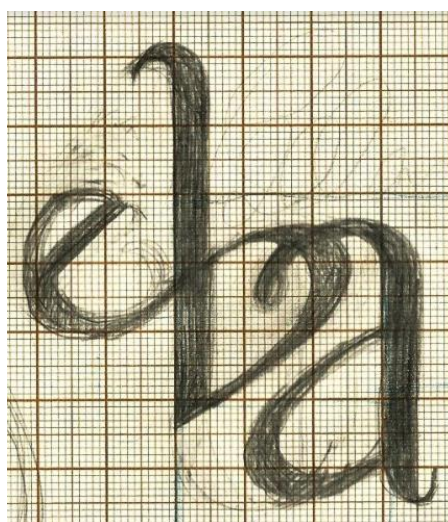
Fonte: acervo de Mayara Lista

Figura 111 – Bandeira da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fotografia concedida por Mayara Lista.



Fonte: Acervo Museu D. João VI.

Figura 112 – Rascunhos e ideias dos primeiros logos, concedidos por Mayara Lista.



Fonte: acervo de Mayara Lista

Pode-se observar alguns testes e desenhos digitais de Mayara Lista (Figura 113), com novas formas para se chegar a uma identidade que tivesse a sigla “EBA”, como carinhosamente, é conhecida a Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Figura 113 – Testes e desenhos digitais, concedidos por Mayara Lista.



Fonte: acervo de Mayara Lista

Após o concurso, o logo vencedor passou por algumas adequações, como testes e aplicações conceituais (Figura 114).

Figura 114 – Conceitos aplicados à logo vencedora, concedidas por Mayara Lista.



Abaixo, algumas pranchas da apresentação final da logo de Mayara Lista Alcantara (Figura 115), feitas ao Diretor Carlos Terra, com a presença de Nair de Paula Soares, Madalena Grimaldi, Marcus Dohmann, Rodolfo Capeto, Rafael Rodrigues e outros membros, já como logo vencedor do concurso, em setembro de 2014.

Figura 115 – Pranchas da apresentação final do logo, concedidas por Mayara Lista Alcantara.

INFINITO: fluência e caminho
circuito
movimento
unidade
equilíbrio







Fonte: acervo de Mayara Lista

CONCLUSÃO

Depois de percorrermos por parte da história da arte e mesmo da história do design, sendo norteados pelo conceito de identidade visual, e mesmo antes, de sua existência. Através de imagens, relatos, da iniciação e desenvolvimento das Academias de Arte e das Escolas de Design, chegamos ao atual logotipo da Escola de Belas Artes (UFRJ), para encontrarmos nele, um pouco de toda essa experiência passada.

A entrevista e as imagens concedidas pela artista Mayara Lista foram adquiridas já quase no término da fase de pesquisa, sendo, todavia, interessantíssimo descobrir que várias imagens relatadas em sua pesquisa, na procura de como deveria ser o novo logo e o conceito que ele deveria transmitir, já haviam sido anteriormente catalogadas e utilizadas na confecção deste trabalho, como as Imagens da bandeira da Academia (Figura 53), o Carimbo da Bauhaus, de Oskar Schlemmer (Figura 81), entre outras (Figura 52), que serviram de auxílio durante o andamento desse trabalho, iniciando pela hipótese sobre as relações que o atual logo teria com a história das academias e com a “*modernização*” trazida pelas escolas de Design.

É interessante notar também que nos primeiros esboços do que poderia vir a ser a novo logo, elementos como a tocha e os louros, ainda estavam presentes (Figura 112), remetidos desde às antigas bandeiras da EBA (Figura 53), e mesmo presente no logo anterior (Figura 52) ao de 2014.1. Mas, que na medida em que o novo logo foi se desenvolvendo e novos conceitos foram surgindo, acabaram ficando um pouco de lado. Provavelmente, na busca incessante de algo novo do que a artista chamou de “nova vibração”.

E essa parte conceitual, com a preocupação com o que se poderia ser transmitido pela forma, no caso, pelas formas orgânicas que remetem a pinceladas, a ideia dos caminhos e da integração dos alunos e cursos, desse movimento energético e ao mesmo tempo, sem fim.

Condiz intimamente, com a preocupação dos conceitos: do que, para que, e de como, a comunicação pode ser realizada e passada através de elementos visuais.

Questões essas, estudadas, desenvolvidas e aperfeiçoadas pelas Escolas de design e seus teóricos.

Deve-se ressaltar que, mesmo que visualmente não haja tantos indícios da imagética utilizada pelas Academias de Arte, como as utilizadas em logos anteriores

como a tocha e as estrelas presentes na própria bandeira da Escola de Belas Artes, existe sim, a importância e a influência desses elementos.

Presente também na pesquisa da artista, que englobou essa imagética, e até como uma forma de escolher não “repeti-la”, buscando essa nova vibração, já citada.

E para isso, tentando achar um novo caminho, uma nova forma, um novo jeito de identificar e formalizar uma instituição bicentenária, homenageando-a e traduzindo-a para esses novos tempos. Exaltando de alguma forma, sua história, seus feitos, sua importância, sua vida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADE, Gerhard. **Brand and identity**.

ANTIQUÉ MARKS. **Meissen porcelain: a brief look at the origins of Meissen porcelain and the characters involved**. Disponível em: <<http://antique-marks.com/meissen.html>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

BENEVOLO, Leonardo. **História da arquitetura moderna**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

BERGSTRÖN, Bo. **Fundamentos da comunicação visual**. São Paulo: Edições Rosari, 2009.

BROWN, Jared & A. Miller. **What logos do and how they do it**. Rockport Publishers, 1998.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DROSTE, Magdalena. **Bauhaus, 1919-1933**. Taschen, 2013.

ESCOREL, Ana Luiza. **O efeito multiplicador do design**. Editora Senac, 2001.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado**. Martins Fontes, 2001.

GANDRA, José Ruy (tradução). **Toulouse-Lautrec / Abril Coleções**. São Paulo: Abril, 2011.

GINZBURG, Carlo. **Indagações Sobre Piero**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

GRIECO, Alfredo. **Livros de emblemas: pequeno roteiro de Alciati à Iconologia de Cesare Ripa**. Alceu: revista de comunicação, cultura e política, n. 6-7, p. 79, 2003.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras Editora, 2008.

LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbott (Ed.). **O ABC da Bauhaus: a Bauhaus e a teoria do design**. Editorial Gustavo Gili, SL, 2019.

KROEGER, Michael. **Conversas com Paul Rand**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

MEGGS, Philip B. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

PEDROSA, Israel. **Da cor à cor inexistente**, 1995.

PEVSNER, Nikolaus. **Academias de Arte: passado e presente**. Tradução de Vera Maria Pereira. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

PEVSNER, Nikolaus; MONTEIRO, João Paulo. **Os pioneiros do desenho moderno: uma história do desenho aplicado e das modernas tendências da arquitetura desde William Morris a Walter Gropius**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SOUZA, Pedro Luiz Pereira. **Notas para uma História do Design**. Ed. 2AB, 2001.

STOLARSKI, André. **Alexandre Wollner e a formação do design moderno no Brasil: depoimentos sobre o design visual brasileiro**. São Paulo: Cosac Naify, 2005

STRUNCK, Gilberto Luiz. **Identidade visual: a direção do olhar**. Rio de Janeiro: Europa, 1989.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

WOLLNER, Alexandre. **Textos recentes e escritos históricos**. Rosari, 2002.

SITES

<http://docvirt.com/MuseuDJoaoVI/>

<https://accademiadellacrusca.it/>

https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page

https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal

<https://recursoscomputacionais.wordpress.com/2011/05/27/a-historia-da-identidade-visual/>

<https://webinsider.uol.com.br/2007/02/12/a-criacao-de-identidade-visual-em-etapas-definidas/>

<https://www.aadfi.it/accademia/>

<https://www.amazon.it/>

<https://www.anjosnet.com.br/anjos/>

https://www.baboo.com.br/conteudo/modelos/Criando-uma-Identidade-Visual_a5890_z0.aspx

<https://www.manualidentidadevisual.com/o-que-e-identidade-visual-e-corporativa/>

<https://www.significados.com.br/>

https://www.treccani.it/enciclopedia/nepote_%28Enciclopedia-Dantesca%29/

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Flor-de-lis>

<https://curiositasufirenze.wordpress.com/2012/04/12/lo-stemma-dei-medici-le-palle-che-cambiano-di-numero/>

<https://www.aadfi.it/accademia/&prev=search>

https://www.google.com/search?q=stemma+di+Cosimo+I&sxsrf=ALeKk03OwtcGL-q4X-BOLv0GH3gBopzhJA:1584990617382&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj2o-KVprHoAhX-JrkGHZGjDzUQ_AUoAXoECAsQAw&biw=1517&bih=640#imgrc=eVyq-AeKZOOxzM

<https://curiositasufirenze.wordpress.com/2012/04/12/lo-stemma-dei-medici-le-palle-che-cambiano-di-numero/>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Bandeira_da_Fran%C3%A7a

https://pt.wikipedia.org/wiki/Casa_de_Valois

<https://oslorenas.blogspot.com/2010/05/joana-darc-condenacao-e-reabilitacao.html>

<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/flor-lis/>