

A INFLUÊNCIA DE ALEXEY BRODOVITCH NO *DESIGN* EDITORIAL NAS PRINCIPAIS REVISTAS DE MODA¹

GUIMARÃES, Lilian²

MACHADO, Angelo³

RESUMO:

Alexey Brodovitch foi um *designer* que contribuiu e contribui até hoje para o *design* editorial. Objetivo principal da presente pesquisa é analisar e compreender o estilo de Brodovitch, que começou com a *Harper's Bazaar* e perpetua por gerações com seus traços marcantes. Para tanto, busca-se analisar e distinguir quais são os elementos e influências de *design* editorial que Brodovitch introduziu em *Harper's Bazaar* e como esses traços ainda são evidentes em revistas contemporâneas como a *Elle* e *Vogue*. E quais são os sentidos de proximidade e afastamento acerca da identidade implantada pelo *designer*. Para tanto, a pesquisa se pauta em autores como Cardoso, Souza, Schneider e Hurlburt para fundamentar o modernismo e vanguardas, e Zappaterra, Lupton, Ambrose e Leborg para elementos de *design* e editorial.

PALAVRAS-CHAVE: *Design* editorial; Alexey Brodovitch; *Harper's Bazaar*; *Elle*; *Vogue*.

ABSTRACT:

Alexey Brodovitch was a designer that contributed and contributes to this day for the editorial design. The main objective of this research is to analyze and understand the style of Brodovitch, who began with *Harper's Bazaar* and perpetuated for generations with its excellent traits. To this end, it seeks to analyze and distinguish what are the elements and editorial design influences that Brodovitch introduced in *Harper's Bazaar* and these traces are still evident in contemporary magazines like *Elle* and *Vogue*. And what are the senses of nearness and remoteness on the identity established by the designer. To this end, the research agenda in authors like Cardoso, Souza, Schneider and Hurlburt in support of modernism and avant-garde, and Zappaterra, Lupton, Ambrose and Leborg for editorial and design elements.

KEYWORDS: Design editorial; Alexey Brodovitch; *Harper's Bazaar*; *Elle*; *Vogue*.

1. INTRODUÇÃO

As inovações trazidas pela Revolução Industrial moveram o *design* e moldaram o movimento moderno e a estética funcionalista que ditou regras e criou novos estilos e influências artísticas importantes até a atualidade. O *design* apresenta diversas ramificações, entre elas, o *design* editorial. Esta análise buscou demonstrar, a partir da análise em revistas de moda, a importância do *design* gráfico e da contribuição dos elementos incluídos por Alexey Brodovitch para o *design* editorial da *Harper's Bazaar*.

O *design* como um todo sofreu diversas mudanças, entre eles, o editorial desempenha importante papel na construção de sua história. Para maior aprofundamento na área, esta

presente pesquisa propõe uma análise em que desmistifique o *design* de Alexey Brodovitch e agregue à academia o estudo de *design* e suas contribuições no editorial atual.

Para este trabalho, buscou-se entender e aprofundar todos os elementos de *design* e influências que moldaram o estilo de Brodovitch e como este o introduziu em seu trabalho na revista *Harper's Bazaar*.

Dessa forma, visa-se distinguir quais são os elementos de *design* editorial que Brodovitch introduziu em *Harper's Bazaar* e como é a elaboração gráfica contemporânea na revista *Elle* e *Vogue*. Assim, o objetivo principal da presente pesquisa é compreender a importância do *design* editorial na construção da revista *Harper's Bazaar* e como Brodovitch construiu um estilo marcante que dura há gerações.

Para tanto, a pesquisa se apoia em autores como Zappaterra, Cardoso, Schneider, Lupton, Ambrose, Leborg, para fundamentar a análise e tornar possível a percepção e compreensão dos estilos e sua aplicação em ambas revistas, *Vogue* e *Elle*.

2. DESIGN GRÁFICO

1.1 AS GRANDES REVOLUÇÕES E A BAUHAUS

O *Design* Gráfico ou criação visual, como se conhece hoje, se dá desde o início da civilização, desde as pinturas rupestres até os hieróglifos egípcios. Porém, para o presente estudo, o que é importante entender são as principais fases do *design* gráfico, que se dão só a partir do século XIX. Durante suas revoluções artísticas, esses movimentos foram base para toda a criação visual atual. Essas revoluções se deram a diversos fatores: movimentos artísticos, acontecimentos históricos e muitos outros, estes que foram moldando artistas e profissionais.

Dentre os principais movimentos, um dos mais marcantes foi o modernismo, que apresentou mudanças em diversas camadas da sociedade, nesse contexto, o *design* começa a tomar forma, para suprir a demanda da industrialização, criado pela junção dos acontecimentos ocorridos na sociedade e a crescente evolução na indústria e consumo. Esses acontecimentos desempenharam um papel importante no *design*, seja na estética ou na forma de pensar e fazer *design*. “Três revoluções tiveram particular influência na criação dos discursos adotados pelo design ao longo de sua história: a Revolução Francesa (1789) e a Revolução Industrial (por volta de 1800)” (SOUZA, 2008, p. 41, grifos do autor) e, anteriormente, a Revolução Americana. Ambas tiveram como característica comum o discurso do progresso, da possibilidade de se ter “mais e melhores” riquezas para todos.

Outro advento que forçou e trouxe mudanças marcantes na evolução do *design* gráfico foi o crescente aumento da indústria no fim do século XVIII, que sofreu diversas renovações em seu âmbito social e econômico, entre elas, a profissão do artesão. “O homem dessa época tinha muito medo de uma possível escravização sua pela máquina” (AZEVEDO, 2014), principalmente após o surgimento da locomotiva, diversos intelectuais se opuseram à ideologia do progresso. A ideologia do progresso em conjunto com a ideia de que a beleza de um objeto depende da sua utilidade e eficiência constitui a definição do funcionalismo em *design*.

Todo o *design* da época era projetado para suprir as necessidades da indústria com o menor custo possível, nascendo aqui o *design* moderno. O funcionalismo em *design* surgiu em um primeiro momento na Revolução Industrial e passou a ser explorado fortemente na futura Escola de Artes e *design* como a Bauhaus, em 1919, cuja essência era a busca por uma forma perfeita e universal de *design*.

Em um período pós Segunda Guerra Mundial tal pensamento era aceitável, quanto mais simples o *design*, menos custo para a indústria. Dessa forma:

Pensar o design de forma teoricamente autoconsciente foi uma das maiores contribuições da Bauhaus, e no entanto o foco da escola na *visão* como âmbito autônomo de expressão ajudou a engendrar a hostilidade relacionada à linguagem verbal que se tornou comum no ensino de design pós-II Guerra (LUPTON, 2008, p. 6, grifos da autora).

Tal escola apresenta um importante impacto na história do *design*, tanto para o ensino quanto para o mercado, moldando uma linguagem funcionalista, em que o menos é mais e cada forma segue uma função no processo. Tais ideais moldaram o *design* europeu, até então carregado de ornamentos de movimentos como *Arts and Crafts* e *Art Nouveau*. Para melhor entender, a Bauhaus passou por três momentos em sua trajetória: “Costuma-se dividir a história da escola em três períodos, coincidentes com suas três sedes: Weimar (1919-1923), Dessau (1923-1929), Berlim (1929-1933)” (SOUZA, 2008, p. 57).

Destes períodos, Rafael Cardoso (2008, p. 135) ressalta o legado que a Bauhaus deixou:

Para a maioria dos que participaram, o significado maior da escola esteve na possibilidade de fazer uso da arquitetura e do design para construir uma sociedade melhor, mais livre, mais justa e plenamente internacional, sem conflitos de nacionalidade e raça que então dominavam o cenário político. Na prática, porém, os aspectos o verniz desses ideais elevados. Contrariando a vontade de alguns dos seus idealizadores, a Bauhaus acabou contribuindo muito para a cristalização de uma estética e de um estilo específicos no design: o chamado ‘o alto’ Modernismo, que teve como preceito máximo o Funcionalismo, ou seja, a ideia de que a forma ideal de qualquer objeto deve ser determinada pela sua função, atendo-se sempre a um vocabulário formal rigorosamente delimitado por uma série de convenções estéticas bastante rígidas.

Dessa forma, autores como Lupton, Cardoso, Souza afirmam que a Bauhaus se tornou a escola de maior valor para o *design*, contribuindo para o ensino e para o mercado como um todo, visando uma estética funcionalista até então explorada de forma tímida. Esse legado foi passado e continua vivo até hoje, estudo em universidades e aplicado por muitos *designers* e artistas.

2. INFLUÊNCIAS DE ALEXEY BRODOVITCH

Para entender melhor o trabalho de Alexey Brodovitch, é necessário conhecer suas influências e quais vanguardas estão mais presentes em sua obra. Portanto, para começar essa análise, é importante entender que o *design* passou por diversas vanguardas que marcaram história, desde o *Art Nouveau*, que foi a primeira e muito marcante com seus traços delicados, ondulantes e florais, até as mais modernas, como o Futurismo, Cubismo e Surrealismo.

O *Art Nouveau*, ocorrido entre 1890 até meados de 1914, contou com teóricos como Henry van Velde, em que: “Ele exigia a presença da arte na criação e almejava que o espaço fosse entendido como obra de arte integral, mas unia os elementos ornamentais mais intensamente que outros com a ideia da função” (SCHNEIDER, 2009, p. 33). O contrário do modernismo, resultando em um projeto gráfico mais polido e repleto de ornamento, contudo, não menos sofisticado.

Alexey Brodovitch também absorveu as influências dos movimentos estéticos, principalmente do Construtivismo, do Estilo Internacional e da Bauhaus, e futuramente iria se refletir em seu trabalho na Escola de Chicago nos Estados Unidos, na qual trabalhou. Esses movimentos procuraram fazer a junção e tornar possível a igualdade para a cultura burguesa entre a arte e o cotidiano das pessoas.

Dos movimentos citados, um deles foi precursor na ligação da arte com a produção em massa, o *Arts and Crafts*, que surgiu em 1860-1880 com a ideia de defender o trabalho do artesão, em que o processo de produção deveria manter a qualidade do material e suas estruturas, sem muitas intervenções mecânicas. Ele defendia o uso de formas orgânicas inspiradas na natureza e apresentou uma importante contribuição no âmbito do *design* gráfico no século XIX na impressão de livros.

Já no início do século XX, os artistas se encontravam em duas vertentes de artistas. A primeira se via presa aos conceitos da *Belle Époque* do século XIX, vendo a arte como uma forma de expressão, e a segunda participava da vertente que buscava um estilo unificado,

resultando, por exemplo, no *Art Nouveau* ou arte nova, na França, considerados as raízes do design moderno, que teve seu papel importante até 1920, destaca o valor ornamental de linhas de origem floral, determinando formas delicadas, sinuosas, ondulantes e sempre assimétricas.

Figura 1: Pôster de Charles Rennie Mackintosh.



Fonte: Hurlburt (2002, p. 13).

Algumas características importantes do movimento são sua capacidade de influência em marcas comerciais na criação de formatos de letras e principalmente por ser o primeiro a criar pôsteres modernos voltados para o *design* gráfico. Em outra perspectiva: “A divulgação do Art Nouveau coincidiu com uma época de rápida expansão da produção gráfica de todos os tipos e isto se reflete na grande penetração deste estilo em termos de design de livros, cartazes e outros impressos” (CARDOSO, 2008, p. 101). Outro fator importante é que, no fim do século XIX, a litografia evoluiu para impressões coloridas, permitindo a artistas franceses como Jules Cheret, Toulouse-Lautrec e Bonnard a criação de pôsteres em maior qualidade e liberdade criativa.

A seguir, surgem as vanguardas artísticas com o objetivo de unificar a arte entre a cultura burguesa e a cultura de massas, tentando tornar acessível ao cotidiano comum. Para tanto, uma gama de movimentos artísticos surgiram com personalidades únicas, retratando sua essência. Sendo as vanguardas de maior valor no âmbito das artes plásticas, desempenhando importante influência no *design* gráfico, principalmente em vanguardas: “como o cubismo, o futurismo, o dadaísmo, o surrealismo, De Stijl, o construtivismo e o expressionismo influenciaram o design gráfico de forma imediata” (SCHNEIDER, 2009, p. 76).

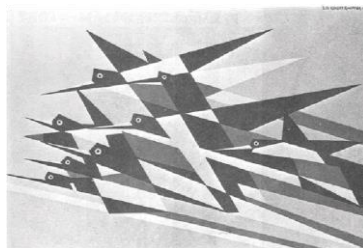
Assim, “As correntes vanguardistas tiveram todas, em suas três variantes, uma concepção de cultura de massas; arte e vida significavam a junção da arte com a vida cotidiana, com as massas trabalhadoras e com a produção industrial” (SCHNEIDER, 2009, p. 57). Possibilitando em sua essência tornar a arte acessível a todos independentemente de sua classe

ou escolaridade, pregando o conceito de arte para todos. Dessa forma, algumas das mais importantes vanguardas e estilos serão descritos com mais detalhes abaixo:

De todas as vanguardas e fases do *design*, algumas são essenciais para analisar o estilo de Alexey Brodovitch, estas abaixo foram as principais influenciadoras em seus trabalhos, que logo viraram referência no *design* editorial.

Os Futuristas (1909) quebraram as regras, criando mensagens visuais que valorizavam a velocidade e a sobreposição de imagens se utilizando de técnicas do Cubismo para com mais de um ângulo representar dinamicidade em suas obras de forma expressiva. Marcel Duchamp e Marinetti foram grandes nomes do movimento, em outra perspectiva, o movimento contribuiu futuramente para escolas, como a Bauhaus na Alemanha, as vanguardas artísticas, como o Construtivismo russo, De *Stijl*, na Holanda e o Estilo Internacional, que também são algumas das maiores influências que moldaram a estética de Brodovitch.

Figura 2: Nu descendo escada, Marcel Duchamp, 1912.



Fonte: Hurlburt (2002, p. 15).

No *design*:

O futurismo é importante por ter rompido com o layout simétrico e tradicional da página impressa. Ele abriu caminho para as inovações tipográficas dos dadaístas na Alemanha, emprestando seu nome para o experimentalismo russo, que surgiu pouco antes da revolução de 1917 (HOLLIS, 2000, p. 41).

O movimento teve fim com a Primeira Guerra Mundial, mas suas características aparecem de diversas formas nas décadas seguintes e suas contribuições são traduzidas em produções gráficas e nas artes plásticas.

O Dadaísmo surgiu em 1916 na Suíça e assumiu um papel importante na bagagem de Alexey Brodovitch, tal movimento quebrou barreiras, assumindo um papel contrário à arte tradicional, acompanhado de um espírito contrário à cultura atual e às regras, porém, buscando retratar em suas obras características como o absurdo, a desordem, o caos e a incongruência. Muitos a veem mais que apenas uma vanguarda artística, mas também como um estilo de vida,

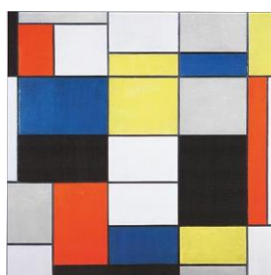
estendendo o movimento em diversas outras áreas. Hurlburt (2002, p. 23) ressalta a importância da vanguarda para o *design* gráfico:

O Dadaísmo influenciou nos designers gráficos de duas maneiras igualmente importantes: ajudou-os a se libertarem das restrições retilíneas e reforçou a idéia cubista do uso da letra em si mesma como uma experiência visual. Despertou também os designers para o fato de que o chocante e o surpreendente podem representar um importante papel na superação da apatia visual.

Os próximos estilos artísticos trouxeram o sentido de ordem em meio ao caos percebido no *Dada*, sendo eles o construtivismo, Bauhaus e De *Stijl*. Esse contraste é muito visível em suas formas de lidar com a distribuição de elementos no espaço e a escolha das formas e cores. Portanto, o Dadaísmo foi a vanguarda de oposição a todas as áreas do conhecimento e ao Estado como um todo, tornando-a tão autêntica.

O De *Stijl* aconteceu entre 1917 a 1931 na Holanda. Pregando um estilo abstrato, contrastante ao Dadaísmo, buscando formas geométricas para dar o sentido de ordem e transmitir uma sensação mecânica em suas obras. Um *design* estritamente geométrico com o uso de poucas cores, Piet Mondrian é o exemplo de artista do De *Stijl*, com quadros em três tonalidades, azul, vermelho e amarelo, em conjunto com o preto, cinza, branco e o uso do quadrado em diferentes escalas.

Figura 3: Composição A de Piet Mondrian, 1920.



Fonte: https://www.theartstory.org/movement-de-stijl-artworks.htm#pnt_4

No *design* gráfico:

Eles anonimizaram a tipografia, na medida em que, em vez de tipos ornamentais e manuscritos, empregavam tipos gráficos compostos, de famílias sóbrias com efeito técnico (sobretudo a *grotesca*), e desindividualizam os elementos visuais na medida em que, para as ilustrações, preferiam o meio mais anônimo da fotografia aos individuais desenhos à mão. (SCHNEIDER, 2009, p. 79, grifos do autor).

O Construtivismo Russo, no entanto, surgiu em 1913, em um contexto social fechado. Se fundiu em um período em que a Rússia passava por um momento político de mudança; a

Revolução Russa de 1917 cativou diversos artistas e *designers* que defendiam o movimento e se mantiveram envolvidos de alguma maneira, tornando possível a construção de uma sociedade diferente, entre eles, destacam-se artistas como El Lissitzky, Tatlin, Rodtschenko, etc. Influenciando os campos das artes, *design*, moda, entre outros âmbitos atingidos por uma nova oportunidade de evoluir.

Figura 4: Klinom Krasnim de El Lisitskiy, 1920.



Fonte: <http://www.revistacliche.com.br/2013/07/construtivismo-russo-e-design-parte-1/>

Alguns dos traços mais importantes do estilo estão em seu aspecto compacto de se adaptar à produção em massa. No *design*:

O construtivismo, que derivava do cubismo e do futurismo, assumia a moderna técnica industrial e se considerava uma cultura dos materiais. Os construtivistas construíram uma linguagem adequada à técnica. A geometria isenta de objetos era um signo estético apropriado para uma sociedade internacional, isenta de classes. (SCHNEIDER, 2009, p. 60)

O *Art Déco*, no entanto, coincidiu com a passagem de Brodovitch em Paris e a eclosão do movimento, optando por se manter neutro, criando seu estilo próprio e sofisticado. No entanto, tal estilo apresenta seu papel na bagagem do *designer*, Schneider (2009, p. 70) descreve o estilo como um “modernismo não funcional” abrangendo as décadas de 1920 e 1930, com uma riqueza de formas e elementos, diferentemente do modernismo, que prezava pela funcionalidade e pelo racionalismo.

Todos esses objetos têm em comum uma estrutura geométrica misturada com elementos de outra espécie, por exemplo, florais. Enquanto que o “estilo internacional” sacrificava muitas coisas em prol da pureza funcional, a *art déco* nutria-se da vitalidade das artes populares, assim como a abundância ornamental de estilos estranhos, concedendo-lhes uma liberdade exuberante. Ela imitou formas originárias de diferentes épocas e culturas. (SCHNEIDER, 2009, p. 70, grifos do autor)

Outro movimento importante para Brodovitch é o Estilo Internacional, ele foi o pilar para toda a sua trajetória, refletindo sua base funcionalista e racional. Tal movimento eclodiu com força na década 1950, no entanto, esteve presente anteriormente, moldando movimentos

como o *De Stijl* e o construtivismo. Ambos compartilhavam dos mesmos ideais, a busca por formas compreendidas por todos, chamada pela Bauhaus de formas universais.

Figura 5: Olympische Spiele München de Max Bill, 1972.



Fonte: <https://www.smashingmagazine.com/2009/07/lessons-from-swiss-style-graphic-design/>

Voltando à estética de *design*, desde a década de 1920, *designers* do Modernismo europeu procuravam uma forma internacional e universal que pudessem ser recompostos de acordo com necessidades funcionais. O Estilo Internacional, que influenciou o *designer* Brodovitch: “acreditavam que todo objeto podia ser reduzido e simplificado até atingir uma forma ideal e definitiva, a qual seria o reflexo estrutural e simplificado até atingir uma forma ideal e definitiva, a qual seria o reflexo estrutural e construtivo perfeito da sua função” (CARDOSO, 2008, p. 168). Futuramente esses conceitos seriam refletidos na Escola de Ulm, para eles, toda solução criativa deveria passar pelo redimensionamento do uso, da prática, das funções e dos ambientes cotidianos.

Brodovitch foi um dos professores da escola norte-americana de Chicago, trazendo suas influências da Bauhaus e do Estilo Internacional, *De Stijl* e Construtivista da Europa, moldando toda a estética do que seria seu trabalho na revista *Harper's Bazaar*.

3. O DESIGN EDITORIAL E SUA RELAÇÃO COM OS MOVIMENTOS ARTÍSTICOS

Percebe-se que o *design* é a junção de eventos, pessoas e mudanças que a sociedade sofreu ao longo do tempo, surgindo para resolver problemas encontrados em diversas esferas com uma recompensa monetária. Com o objetivo de suprir as necessidades e resolver problemas encontrados no projeto de forma criativa para suprir as necessidades humanas.

Assim, todo o ambiente em que há uma influência humana apresenta trabalho de *design*, pois a forma em que foi distribuída ou pensada caracteriza um processo do *design*. Para John Heskett (2008, p. 13), *design*: “o design em sua essência, pode ser definido como a capacidade

humana de dar forma ao ambiente em que vivemos de maneira nunca vista antes na natureza, para atender às necessidades e dar sentido à vida”. Portanto, ele está em tudo em todos os lugares, em todos os momentos.

Paul Rand (2015) defende em seu livro *Pensamentos sobre design* de um ponto mercadológico que:

O designer, como um malabarista, demonstra suas habilidades manipulando esses ingredientes dentro do espaço limitado. Quer esse espaço tome a forma de propagandas, periódicos, livros, formulários impressos, embalagens, produtos industriais, sinalização ou imagens para exibição em televisão, os critérios são os mesmos (RAND, 2015, p. 9).

Dessa forma, o *design* é uma área no conhecimento e o *design* editorial é uma de suas ramificações. Voltado para os projetos impressos ou digitais, tais como, livros, jornais e revistas. Para Zappaterra (2014) uma publicação editorial apresenta como objetivos entreter, informar, instruir, comunicar, educar ou uma combinação deles. Para tanto, utiliza-se do *design*, por meio da disposição ou diagramação de títulos, textos e imagens. Cada elemento visual exerce um trabalho específico para a compreensão final da mensagem e para gerar interesse no leitor. Os elementos de construção de uma página exercem diferentes funções, o título, por exemplo, será escrito e projetado com o intuito de prender a atenção do leitor, por outro lado, o elemento visual existirá para esclarecer e/ou dar apoio a uma afirmação feita no corpo do texto.

O *design* editorial abrange diversas funções, de forma sucinta, “tais como dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e manter os leitores, e estruturar o material de forma clara. Essas funções têm de conviver e trabalhar juntas de forma clara e coesa para configurar algo que seja agradável, útil ou informativo – geralmente, uma combinação dos três, se é para ter sucesso” (ZAPPATERRA, 2014, p. 10). O editorial também pode contribuir como um breve momento cultural da época em que é produzido, refletindo o *design* e a sociedade como um todo. Envolvendo, dessa forma, estilos e vanguardas artísticas que marcaram suas características em diversos materiais impressos, seja cartazes, revistas ou jornais.

Cada vanguarda abriu espaço para novas formas de inovação, como: “A divulgação do Art Nouveau coincidiu com uma época de rápida expansão da produção gráfica de todos os tipos e isto se reflete na grande penetração deste estilo em termos de design de livros, cartazes e outros impressos” (CARDOSO, 2008, p. 101). O Futurismo, por exemplo, explorando um *layout* simétrico com o uso de tipografias, livros como colagens, remetendo ao Dadaísmo que foi outro movimento que mudou as formas tradicionais do editorial, abrindo novos caminhos para alinhamentos e a mistura de elementos no espaço, criando caos e desordem.

Logo após, as ideias funcionalistas e racionais aparecem em movimento, como o *De Stijl*, trazendo ordem, geometria e o uso de poucas cores. O construtivismo, no entanto, sempre adaptável à massa e à indústria, com formas geométricas, adeptas de técnicas de vanguardas, como a abstração do Cubismo e a dinâmica do Futurismo. Ao passo que, estilos como o Internacional, pregando formas universais e reduzindo a forma ao mínimo possível para retratar a função, mudaram a estética do *design* de diversas maneiras possíveis e a visualidade percebida pelo indivíduo pelo tempo, essa riqueza visual pode ser percebida em impressos como jornais, cartazes e revistas, como na presente pesquisa.

4. ELEMENTOS DO *DESIGN* EDITORIAL

Para compreender a contribuição de Brodovitch para a história do editorial e percebê-lo nas revistas de moda atuais, como a *Elle* e a *Vogue*, se faz necessário o entendimento dos elementos de *design* para que, dessa forma, fiquem claros os pontos de contato e distanciamento entre o design de Brodovitch e o novo *design* implementado pelas revistas de moda.

Partindo do pressuposto de que o *design* deriva da junção ou variação dos princípios básicos, sendo eles: ponto, linha e plano, serão vistos a seguir apenas os tópicos mais importantes para a análise do editorial e sua relevância para o tema.

4.1 PONTO, LINHA E PLANO

Os elementos mais básicos do *design* são: ponto, linha e plano, destes que derivam qualquer criação e trabalho nos âmbitos tanto bidimensionais como tridimensionais. Se apresenta de forma que: “O ponto é um foco de atenção que se contrai e irradia ao mesmo tempo” (SAMARA, 2010, p. 17).

Leborg (2015, p. 11), no entanto, entende que: “Uma linha pode ser entendida como uma quantidade de pontos adjacentes uns aos outros. Uma linha pode ser infinita ou ter pontos finais. A menor distância entre dois pontos é uma linha reta”. Enquanto que o plano evolui para um segundo estágio, para o autor, se duas linhas adquirem um ponto compartilhado, essa superfície será, então, um plano.

4.2 LAYOUT

Fundamental para o editorial, tal elemento rege toda a organização visual da página, a distribuição dos elementos, sua organização e harmonização. O *layout* pode ser definido como “arranjo dos elementos do design em relação ao espaço que eles ocupam no esquema geral do projeto. O objeto do *layout* é apresentar os elementos visuais e textuais de maneira clara e eficiente para ao leitor” (AMBROSE, 2012, p. 33). Dessa forma, todos os elementos trabalham em um conjunto harmônico, em busca de um resultado comum. Samara (2010, p. 37), no entanto, ressalta que:

A organização do conteúdo deve responder ao formato, bem como aos requisitos da informação apresentada; as imagens e estilos tipográficos selecionados devem apoiar um ao outro estilisticamente, reforçando o estado de espírito e o conceito. A disposição de tipos e imagens deve corresponder visualmente, e sua composição no espaço do formato deve fortalecer novamente as emoções ou associações que estão mais aparentes no conteúdo de ambos, imagens e texto.

Parta tanto, se vale de diversas ferramentas e técnicas para atingir sua meta e qualidade desejadas. No *design* de editorial, por exemplo, se compõe por elementos como: fólios, margens, colunas, legendas, título, linha-fina, linha de crédito, corpo do texto, capitulares e maiúsculas iniciais, subtítulos, citações, intertítulos e olhos, divisores de seção e títulos correntes, ícones, legendas, créditos de imagem, caixas, janelas e quadros, imagens. Todos trabalham em conjunto para criar uma mensagem clara e atraente para o leitor.

4.3 GRID

O *grid* é uma estrutura de apoio usada para melhorar o aproveitamento da página, criando soluções criativas ao *layout*, em que, às vezes, não poderia ser percebida sem ele. “Um grid consiste em uma organização específica de relações baseadas em alinhamentos que funcionam como guias para a distribuição de elementos em um formato” (SAMARA, 2010, p. 37). Através de uma estrutura de linhas-guias, ele pode ser muito flexível, auxiliando no processo de diagramação e criatividade do *designer*.

“Além de organizar o conteúdo ativo da página (texto e imagem), o grid estrutura os espaços em branco, que deixam de ser meros buracos vazios e passivos e passam a participar do ritmo do conjunto geral” (LUPTON, 2008, p. 175). De certa forma, ele restringe as

possibilidades, mas auxilia no alinhamento, posicionamento e mostra novas possibilidades criativas que antes passavam despercebidas.

4.4 TIPOGRAFIA

Diferente da imagem, o texto leva mais tempo para ser entendido, onde precisa prender o leitor e linha a linha ir formando a imagem em sua mente, para isso a escolha de uma tipografia é essencial, pois ela que vai transmitir todo o sentimento e criar a sequência necessária para seu entendimento.

Parte fundamental de um editorial, sendo a espinha dorsal, onde se concentra grande parte da mensagem, podendo se apresentar de diversas formas, com vários tipos e estilos diferentes, cada um com uma personalidade, caixa, peso, contraste, inclinação e largura. “A tipografia é o meio pelo qual uma ideia escrita recebe uma forma visual” (AMBROSE, 2012, p. 55) e pelo qual as matérias de um editorial tomam forma. A classificação tipográfica é descrita por Lupton (2013, p. 42, grifos do autor):

No século XIX, os impressores buscaram analogias entre a história da arte e a herança de seu ofício, desenvolvendo um sistema básico de classificação de tipos. Letras *humanistas* estão intimamente conectadas à caligrafia e ao movimento da mão. Os tipos *tradicionais* e *modernos* são os mais abstratos e menos orgânicos. Esses três grupos principais correspondem grosseiramente aos períodos renascentistas, barroco e iluminista na arte e na literatura.

Ambrose (2012), no entanto, classifica de outra forma: “Há quatro categorias básicas: romana (Roman), gótica/ sem serifa (Gothic), cursiva (Script) e letras negras (Blackletter)” (Sanders and McCormick, 1993 et al, grifos do autor). Além disso, as tipografias se apresentam posturas/inclinação diferentes: *itálico* e regular. Podendo ser alinhada à direita, à esquerda, centralizada ou justificada em um texto. O corpo e o peso variam conforme o efeito que se deseja passar. Por outro lado, diversos *designers* quebram esses padrões, como os Futuristas e os Dadaístas, criando *layout* assimétricos com o texto em diversos ângulos.

4.5 COR

As cores sempre estiveram presentes nas pinturas e, anteriormente, nas artes com o trabalho dos artesãos, no entanto, obteve maior escala no *design* gráfico com os avanços do processo litográfico. Leborg (2015, p. 32) define que “As cores são diferentes comprimentos de onda da luz. Objetos concretos e os materiais dos quais são feitos refletem somente parte do

espectro luminoso e, assim, parecem ter uma cor”, cada cor apresenta ondas luminosas que atuam no subconsciente humano, podendo aumentar ou diminuir a pressão sanguínea do indivíduo, atuando dessa forma no seu poder de escolha na hora de escolher um determinado produto.

Sobre o indivíduo que recebe a comunicação visual, a cor exerce ação tríplice: a de **impressionar**, a de **expressar** e a de **construir**. A cor é vista: impressiona a retina. É sentida: provoca uma emoção. E é construtiva, pois, tendo um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem própria que comunique uma ideia (FARINA, 2011, p. 13, grifos do autor).

A cor cria ritmo e hierarquia, auxiliando na diagramação da página. Podendo variar seu matiz, saturação e luminância, as cores são elementos que desempenham diversas funções no *design* gráfico, além de ser complexa e extensa.

4.6 ARRANJO: JUNÇÃO DE TEXTOS, ELEMENTOS E IMAGENS

O arranjo é a junção de todos os elementos que compõem o *layout*, sendo eles imagem, texto e demais elementos. Ambos trabalham em conjunto para um projeto coeso e atraente para o leitor, para tanto, a interação entre eles é fundamental para o sucesso final do editorial.

A imagem incorpora vários perfis em um projeto gráfico. Seja como coadjuvante ou como foco principal da peça, em sua maioria, ambos, texto e imagem, trabalham em conjunto para o resultado final da mensagem. Revistas de moda, por exemplo, se utilizam da imagem para ilustrar a última tendência ressaltada na matéria. No entanto, imagens não se restringem apenas a fotografias, mas também a ilustrações, pictogramas, vetores, ícones, etc.

Outra parte importante do *layout* e, não menos importante, são os espaços em branco, que servem como respiro e descanso visual. No *design* moderno, as formas são dispostas prezando sua função no espaço e no resultado final da mensagem, resultando assim em projetos mais limpos e objetivos, com áreas em branco, em um *layout* menos poluído. Dessa forma, o uso do espaço em branco: “Significa que você tem um espaço de sobra. Ele molda as imagens com uma aura de inacessibilidade. Quanto menos preenchido for o leiaute de uma revista, mais elitista a sua atitude” (HELLER, 2013, p. 150). Isso resulta em um projeto em que texto, imagem e espaços em branco trabalham em conjunto para transportar a mensagem, transmitindo emoções e informações aos leitores.

5. ALEXEY BRODOVITCH

Alexey Brodovitch nasceu em primeiro de maio de 1898 em Agolitschy, Rússia. Ficou conhecido por seu trabalho na revista feminina *Harper's Bazaar*, onde trabalhou de 1934 a 1958, tanto por suas contribuições no *design* quanto na direção de arte como um todo. Brodovitch lapidou um *design* inovador e sofisticado para a época, autêntico e ousado em meio ao caos de estilos e movimentos artísticos que surgiam no período em que viveu. Assim, algumas de suas contribuições ao *design* serão ressaltadas e descritas para que possa entender a riqueza de suas obras e seu trabalho no período em que trabalhou na revista.

Dentre suas contribuições ao *design*, trouxe, com outros imigrantes europeus, uma nova linguagem para o *design* norte-americano (SHNEIDER; BEAT, 2010). Neste, o editorial da década de 1930 se mantinha repletos de ilustrações e arabescos em excessos. Brodovitch apresenta outra vertente do *design*, voltado para o modernismo, em que preserva a função de cada elemento no material visual, criando um contraste com o exagero mostrado no *Art Nouveau* e *Arts and Crafts*. Dessa forma, as páginas ficaram mais leves e sofisticadas visualmente, tornando mais legíveis para o leitor, que passa a consumir signos por meio da fotografia, tipografia e formas de modo mais objetivo.

Em termos de estilo, Brodovitch introduziu layouts assimétricos, movimento, simplicidade despojada e imagens dinâmicas para revistas (e design editorial norte-americano em geral), que antes eram dominadas por páginas estáticas cheias de material decorativo, mas irrelevante. Essas inovações se baseavam no estilo gráfico “moderno” simples que ele tinha ajudado a desenvolver na Europa na década de 1920, as quais, por sua vez, basearam-se em um amálgama de movimentos e estilos modernistas em arte e design – notadamente o dadaísmo e o construtivismo. Obcecado por mudanças e novas ideias, incluindo um primitivo e expressionismo abstrato, Brodovitch desenvolveu um estilo que, na década de 1950, era um sinônimo de elegância, em grande parte alcançado por meio do uso de espaços em branco e cor discreta, junto com contrastes de escala, tipografia precisa, contida (geralmente Bodoni), sessões de fotos e páginas duplas que destacavam encenações fotográficas (ZAPPATERRA, 2014, p. 208).

Outra grande contribuição de Alexey Brodovitch para o *design* e para a comunicação como um todo foi o modo como estabeleceu o cargo de direção de arte, responsável por comprar e produzir materiais visuais em vez de apenas diagramar páginas em seus trabalhos para a *Harper's Bazaar*, o que seria considerado o cargo de diretor de arte como se vê hoje.

Brodovitch está dentre os *designers* europeus que

[...] no final da década de 1930, quando chegaram ao país os imigrantes da Europa, conhecidos representantes do “estilo internacional” como L. Moholy-Nagy (Hungria), H. Bayer (Alemanha), W. Burtin (Alemanha), J. Binder (Alemanha), M. Agha (Rússia), A. Brodowitsch (Rússia) trouxeram a nova linguagem do design gráfico americano.” (SHNEIDER, BEAT, 2010, p. 99, grifos do autor).

Com uma evolução na impressão, aumentou-se o uso da fotografia que passa a ser muito explorada por Alexey Brodovitch, que lançou novos nomes na fotografia e nas artes da época, entre eles, Richard Avedon, Irving Penn, Hoyningem-Huene, Lisette Model, Robert Frank e Martin Munkacsi. Hurlburt (2002, p. 31), ressaltando que “Brodovitch usava as fotografias com uma destreza e uma sensibilidade de causar inveja aos demais diretores de arte, e o resultado final invariavelmente provocava o respeito dos fotógrafos com os quais trabalhava”, ainda em relação ao *design* afirma: “Seus *layouts* tinham um estilo que era uma curiosa mistura da maneira oriental de criar arranjos e espaços com a sofisticação europeia”. (HURLBURT, 2002, p. 31) Outra curiosidade é que no seu processo criativo:

Brodovitch, o aclamado diretor de arte da revista *Harper's Bazaar*, que difundiu a nova fotografia das revistas de moda, ajustava seus leiautes como se estes fossem storyboards de filmes. A chave para sucesso residia nas justaposições dinâmicas: pequenas e grandes, negrito e normal, tipográfica e pictórica. Espalhava conjuntos de tipos no chão, misturando e combinando, mudando páginas de lugar e movendo matérias inteiras quando necessário (HELLER, 2009, p. 86).

Dessa forma, percebe-se que Brodovitch sintetizou todas as influências de um período repleto de informações artísticas e lapidou sua própria essência no *design* gráfico. Desde seu processo criativo até sua escolha de influência, demonstra seu cuidado e sua percepção diferenciada e curiosa. Isso o torna o tão interessante para a história do editorial de moda que se tornou muito mais visual para suas leitoras, sendo assim, não pode deixar de ser lembrado.

6. HARPER'S BAZAAR

A revista de moda feminina, fundada em 1867, é considerada a primeira neste segmento nos Estados Unidos. Criado por Fletcher Harper, sua primeira edição é datada de 2 de novembro de 1867, no princípio, ainda veiculada em forma de folhetim, não apresentava os dois famosos “as”, em seu logotipo, sendo: *Harper's Bazar*. Sob direção da autora e tradutora Mary Louise Booth. Segundo Cardoso (CARDOSO, 2008), o crescente consumo atingiu principalmente a moda, que durante o século 19, propagou modismos, atingindo novas camadas da população com a circulação crescente de revistas de moda e estampas (*fashion plates*), retratando as últimas tendências parisienses. Nesse contexto, surge a *Harper's Bazaar*, possibilitando a divulgação rápida e eficiente para mulheres da classe alta da época. Fator este,

ampliado a partir do período da Grande Depressão Mundial (1929-1935), quando ganhou projeção o conceito de *styling* como forma de agregar valor estético, o que também contribuiu a ajudar o consumidor à troca rápida de produtos por outros novos e parecidos, porém, considerados fora de moda. Por meio do cinema e o rádio, a indústria norte-americana tornou o estilo e a moda em fatores de identificação, acelerando o consumo.

Figura 6: Ilustração colorida de Héloïse Leloir da edição de estreia de *Harper's Bazar*

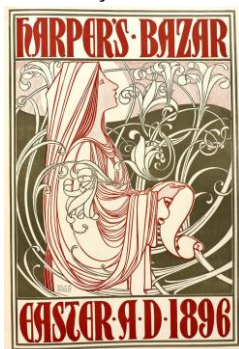


Figura 7: Capa de 2 de novembro de 1867.



Fonte: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a18658/history-of-harpers-bazaar/>

Figura 8: A capa da edição de 28 de março de 1896, ilustrada por William H. Bradley.



Fonte: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a18658/history-of-harpers-bazaar/>

Na década de 1930, a revista teve uma grande mudança com a direção de Carmel Snow, quando trabalhou de 1933 a 1958. Durante este período, Carmel Snow trouxe à revista profissionais como a editora de moda Diana Vreeland e o designer gráfico Alexey Brodovitch, que juntos mudaram a estética desta. Nessa época, os Estados Unidos passaram por uma mudança econômica e social, em direção a uma sociedade capitalista de consumo em massa, e o *design* seguiu “De forma muito mais direta do que na Europa, ele foi definido pelo comportamento de consumo e pelo desenvolvimento técnico” (SHNEIDER, BEAT, 2010, p. 94). Thomas Hauffe et al (2000, p. 96) discorrem que “Diferentemente da Europa, onde as

reformas no design quase sempre foram tratadas a partir de questionamentos sociais e/ou funcionais, o design americano foi sobretudo um fator de marketing”.

Dessa forma, a revista evoluiu de forma sutil, no início, era veiculada em forma de folhetim em pequenas quantidades. Na década de 1920 e 1930, ainda eram em maior parte o design repleto de arabescos e florais do *Art Nouveau* feitos manualmente. Na década de 1940 e 1950, as revistas do Reino Unido eram, em maior parte, impressas em preto e branco, em alguns casos, apenas com as capas coloridas. Outras ainda se apresentavam como as revistas da década de 1930, quando eram compostas à mão com tipos de metal. Atualmente a revista se apresenta editada em 27 países e vendida em mais de 90 países, envolvendo grandes fotografos, modelos e *designers* em seu portfólio.

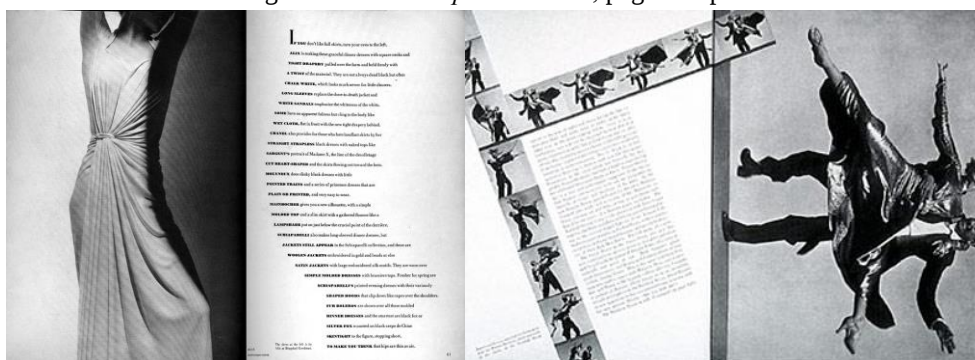
Mais de 70 anos depois da contribuição de Brodovitch para a *Harper's Bazaar*, percebem-se seus traços presentes em cada página da revista, sua marca está preservada desde o logotipo, até seu característico uso do texto como moldura de imagens, espaços em branco e imagens sangradas, um *layout* em que imagem texto e *grid* trabalham em harmonia, resultando na simplicidade e pureza do *design* de Alexey Brodovitch.

Figura 9. Edição: *Harper's Bazaar*, fevereiro, 1955.



Fonte: <http://www.iconofgraphics.com/alexey-brodovitch/>

Figura 10 e 11. *Harper's Bazaar*, página dupla.



Fonte: <http://www.iconofgraphics.com/alexey-brodovitch/> Fonte: <https://va312iremakdogan.wordpress.com/2010/12/11/alexey-brodovitch/>

Figura 12: Edição: *Harper's Bazaar*, fevereiro, 2016.



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 13: *Harper's Bazaar*, página simples, 2016.



Fonte: Arquivo pessoal.

Percebe-se a presença iminente de seus traços na *Harper's Bazaar* atual, “Brodovitch transferia para a página impressa um raríssimo senso de exaltação e pureza”. (HULBURT, 2002, p. 31), tornando-o tal visionário e atemporal quanto foi, no entanto, seu *design* pode ser percebido nas principais revistas de moda. Neste trabalho serão analisadas abaixo a *Vogue* e *Elle*, ambas revistas de moda feminina.

7. ANÁLISE

Os traços de Alexey Brodovitch se tornaram atemporais, de tal maneira que é percebido em revistas atuais de diversas formas, seja no uso de espaços em branco para dar respiro ao observador e equilibrar com a imagem e o texto da página ou o uso ousado do casamento de imagens com blocos de texto como caligramas. Sua visão funcionalista e racional trouxe um senso estilístico sofisticado e minimalista para os trabalhos da época, estes que de forma explícita ainda vigoram nas principais revistas de moda atuais.

Para entender como as formas e os traços do *designer* ainda permanecem se faz necessária uma análise de *magazines*, para tanto, foram utilizadas as revistas de moda feminina *Vogue* e a *Elle*. Dessa forma, compara-se com os elementos vistos acima, citando os respectivos pontos de contato e afastamento, percebendo-se a riqueza do legado de Alexey Brodovitch para o âmbito do *design*.

O presente trabalho escolheu dentre diversas revistas as que são mais populares atualmente e de âmbito internacional, pois assim fica evidente demonstrar a riqueza desses elementos e como são importantes para este estilo que passa por gerações. A revista *Elle* surgiu em 1945 na França, é considerada uma das maiores revistas de moda mundial em circulação, com 43 edições em aproximadamente mais de 60 países. Focada no público feminino, abrange assuntos como tendência, moda e beleza.

Já a revista *Vogue* surgiu em 1892, em Nova York, nos Estados Unidos, voltada para mulheres de classe alta do século XIX, hoje publicada pela *Condé Nast Publications*, está presente em 22 países. Reúne em seu portfólio célebres editores, fotógrafos, *designers*, modelos e diversos ícones da moda.

Para a análise inicial, inicia-se com a edição de comemoração de 25 anos da revista *Elle*, de maio de 2013, que apresenta em seu encarte a presença consistente das características únicas de Brodovitch, o texto sendo moldado à cantora Rihanna em forma de caligrama na imagem 14 e a distribuição do *layout* com a imagem em escala maior sangrando na parte inferior, de forma que a página tenha um equilíbrio visual, se assemelhando totalmente com o trabalho de Alexey Brodovitch.

Figura 14: Página simples – editorial Rihanna.



Fonte: *Elle* maio, 2013 Nº 300.

Figura 15: Página simples, *Elle* mostra tua cara!



Fonte: *Elle* maio, 2013 Nº 300.

Nesta outra página, no entanto, ficam muito explícitas as influências da desconstrução encontradas no Construtivismo e da desordem do Dadaísmo. A figura 16, por outro lado, demonstra o movimento e a sutileza do Futurismo, pela pose da modelo e da sangria da imagem no lado direito em conjunto com as linhas de texto que trabalham no espaço em alinhamentos verticais e horizontais, criando interesse no leitor.

O uso de espaço em branco é atemporal, sua importância em um *layout* é realmente verdadeira, pois traz uma ordem, leveza e descanso visual à página, percebendo-se a semelhança com Brodovitch, em que “Seus leitores para a revista *Harper's Bazaar*, na década de 1950, tratavam o papel branco como se fosse um campo eletromagnético, com blocos de texto e fotografias carregadas de energia positiva e negativa” (HELLER, 2013, p. 150). A hierarquia imposta pelas fontes, demarcando títulos por sua variação de peso e escala, é outro ponto forte.

Figura 16: Editorial Tramas do Poder.



Fonte: *Elle* maio de 2013 Nº 300.

Figura 17: Cores de Minas.



Fonte: edição *Elle* setembro de 2011, Nº 280.

Figura 18: Página dupla, My diet.



Fonte: *Elle* setembro, 2011 Nº 280.

Antes da análise da revista *Vogue* é importante citar a influência de outro *designer* de renome, este que em muitas vezes não seguiu os padrões usados por Brodovitch. Alexandre Liberman e sua percepção, ainda no presente, com sobreposições, de fotos e tipografias,

prezando por um estilo diferentemente do funcionalismo percebido em Brodovitch, “Lieberman queria quebrar a obsessão por *design*: “Então defendi uma abordagem mais jornalística – tipografia mais dura, nada de espaços em branco, páginas mais cheias e leiautes mais bagunçados”(HELLER, 2009, p. 93, grifos do autor).

Mas, mesmo assim, os traços de Alexey podem ser percebidos na *Vogue*, seja nos espaços em branco, na tipografia e na alteração de peso no título para o texto de forma brusca, para obter destaque, muitas vezes, com a Bodoni. As imagens em movimento constante para captar a atenção do leitor e levá-lo a querer virar a página.

Figura 19: Página dupla, Admirável mundinho novo.



Fonte: *Vogue*, dezembro de 2013 N° 424

Figura 20: Página dupla, Editorial Gisele.



Fonte: *Vogue*, dezembro de 2013 N° 424

Figura 21: Página simples, Futuro do presente.



Fonte: *Vogue*, dezembro de 2013 N° 424.

São muito claros os pontos de contato com Brodovitch, a figura 21 e 17 compartilham o mesmo conceito de criação, espaço em branco, hierarquia clara imposta pela tipografia em escala maior no título e demais texto centralizado à página. Sangria de texto, imagens e a famosa marca de Alexey os Caligramas são encontradas em ambas as revistas. Liberman: “Tal como Brodovitch, compartilhavam a crença de que o ritmo cinemático era a espinha dorsal de uma revista. Entretanto, Brodovitch via a fotografia como uma forma de arte, enquanto Liberman acreditava que “fotografias... eram documentos – vislumbres momentâneos de algo que pudesse ser impresso sobre uma página de revista, e, quase sempre, descartado” (HELLER, 2009, p. 96, grifos do autor)

Figura 22: Página dupla, *Baila comigo*.

Fonte: *Vogue*, março de 2014 N° 427.

Figura 23: Página dupla, *Vogue*, março de 2014.

Fonte: *Vogue*, março de 2014 N° 427.

Outra parte fundamental que compõe o *design* editorial e desperta a curiosidade e o interesse inicial em uma revista é a capa, esta estrutura formada por logotipo centralizado na parte superior; imagem com corte e textos alinhados às laterais com um peso ou escala maior no título foi criado por Brodovitch e usado até os dias de hoje pelas mais diversas revistas, isso comprova sua eficácia e seu *design* visionário e atemporal.

Figura 24: Capa 25 anos *Elle*.

Fonte: *Elle*, maio de 2013 N° 300.

Figura 25: Capa – *Elle*, abril de 2018.

Fonte: <http://www.fspoiler.com/2018/04/elle-brasil-abril-2018.html>

Figura 26: Capa Gisele Bündchen.



Fonte: *Vogue*, dezembro de 2013 N° 424

Figura 27: Alessandra Ambrósio.



Fonte: *Vogue*, março de 2014 N° 427

Figura 28: Capa de julho de 1958.



Fonte: <https://library.rit.edu/gda/designers/alexey-brodovitch>

Figura 29: Capa espanhola de março, 2015 Nº 55.



Fonte: <http://txemayeste.es/harpers-bazaar-spain-cover/>

Outra característica fundamental a ser ressaltada é a interação do título com a imagem, criando uma unidade e interação visual, em que esta desempenha em uma revista papel fundamental, pois constitui o primeiro contato que o leitor terá com ela e a partir deste decidirá seu grau de importância. Zappaterra (2014, p. 44) afirma que “A capa tem de ser marcante e destacar-se da multidão, atraindo o leitor para a revista, e não para as suas concorrentes. Tem de expressar o caráter da publicação, bem como seu conteúdo”. Assim, ambas as edições buscam transmitir seu conteúdo por meio de um design limpo e objetivo, em conjunto com os valores e a identidade da marca explícita na capa da *magazine*.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este artigo foi possível perceber a importância do desempenho das vanguardas artísticas, um papel essencial para moldar um indivíduo, e como Alexey Brodovich conseguiu transformar várias referências e tendências em um traço diferenciado que resultou em um trabalho atemporal em algo que hoje é essencial para qualquer modelo editorial e, para que se tenha uma leitura prática e que chame a atenção do leitor, se faz necessário utilizar tais elementos, como: respiro, *grid*, espaço em branco, caligramas, interação imagem e texto, assimetria, hierarquia, contraste, etc.

Percebe-se que ambas as revistas, *Elle* e *Vogue*, apresentam ricamente interação de imagem e texto, hierarquia de texto, espaços em branco e, curiosamente, a maior característica do traço de Brodovich: os caligramas. Mesmo com as influências de Alexandre Liberman na *Vogue*, a revista apresenta páginas com senso modernista, assim, é inegável a influência de Brodovich.

As capas são os pontos iniciais de contato com o leitor, o presente trabalho deixou claro a semelhança dos traços da *Vogue* e *Elle* com a *Harper's Bazaar* dirigida por Brodovitch, o que comprova o seu *design* atemporal e moderno, contribuindo para a influência de *designers* e artistas em décadas, revolucionando todo o âmbito do *design* editorial e da direção de arte.

Dessa forma, busca-se neste presente artigo trazer o trabalho do grande *designer* Alexey Brodovitch, com o intuito de mostrar o quão viva permanece sua essência nos dias atuais em cada página impressa e quão importante ele é para a história do *design*, além de inspirar diversos *designers* com seu trabalhos, moldando novas referências e estilos na atualidade.

9. REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin, HARRIS, Paul. **Fundamentos de Design Criativo**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

AZEVEDO, Wilton. **O que é design?** 4 ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 2014.

CARDOSO, Rafael. Uma introdução à história do design. 3 ed. São Paulo: Editora Blucher, 2008.

HURLBURT, Allen. **Layout**: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 2002.

HESKETT, John. **Design**. São Paulo: Ática, 2008.

LEBORG, Christian. **Gramática visual**. São Paulo: Gustavo Gill, 2015.

LUPTON, Ellen, MILLER, J. Abbott (orgs.). **ABC Da Bauhaus**: a Bauhaus e a teoria do design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LUPTON, Ellen, PHILLIPS, Jennifer. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores e estudantes**. 2 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. **Notas para uma História do design**. 4 ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.

HAUFFE, Thomas. **Design Schnellkurs**. Colônia, 2000.

RAND, Paul. **Pensamentos sobre design**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2015.

SAMARA, Timothy. **Evolução do design**: da teoria à prática. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZAPPATERRA, YOLANDA. **Design editorial**: Jornais e revistas / Mídia impressa e digital. São Paulo: Gustavo Gill, 2014.