

HISTÓRIA E CONTEMPORANEIDADE: O DESIGN DE FRED JORDAN::
ANA LUCIA GIMENEZ RIBEIRO LUPINACCI

Msc. USP
analupinacci@espm.br

Palavras-chave: história, educação, comunicação

Gráfico autodidata alemão (Berlim, 1927 - São Paulo, 2001), Fred Jordan trabalhou pela comunicação gráfica por mais de 40 anos em São Paulo, grande parte desses ligado à Gráfica Nicollini. O acurado conhecimento técnico e a fina percepção estética foram expressos nos calendários temáticos, nas embalagens, colagens e ilustrações. Recuperar aspectos da obra de um artista que trabalhou para além das vigências dominantes no design. Realizamos estudos exploratórios para uma aproximação aos diferentes documentos e organizamos um estudo histórico. Os familiares, depositários da obra de Jordan, nos abriram generosamente o acervo, permitindo um contato estreito, entre diferentes gerações, mediado pela obra. Os resultados da pesquisa foram apresentados numa exposição e numa mesa-redonda em São Paulo.

HISTORY AND CONTEMPORANEITY: FRED JORDAN'S DESIGN::

Key-words: history, education, communication

Fred Jordan (Berlin, 1927- Sao Paulo, 2001), a German graphic communicator, worked in printed communication for more than 40 years in Sao Paulo and for most of those years was connected to Gráfica Nicollini. His accurate technical knowledge and fine aesthetic perception were expressed in calendars, packages, collages and illustrations. Recovering some aspects of this artist's work which went beyond the dominant design trends of his time. We've done some exploration studies in order to compare different documents and after that, we organized a historical study. The artist's family members- trustees of Jordan's work- kindly let us get in touch with his collection, providing a close contact between different generations based on his job. The results of this research were shown in a exhibition and in a round-table discussion in Sao Paulo.

Introdução

Este artigo relata aspectos de uma pesquisa desenvolvida com apoio e subvenção de nossa instituição de ensino superior, uma história particular e peculiar que se deu a partir de uma carta de Luiz Ernesto Kawall, jornalista da área de arte e cultura, onde apresentava Sonja Jordan, esposa do comunicador visual e artista gráfico recém-falecido, Fred Jordan, que iniciara sua carreira como estagiário de Rodolfo Lima Martensen, um dos fundadores da Escola de Propaganda de São Paulo /MASP, 1951. Sonja demonstrou a disposição da família em abrir o acervo do artista para alguma iniciativa que divulgasse sua obra, dizendo também de suas tentativas sem sucesso junto a associações e instituições culturais, com o mesmo fim.

Tal pesquisa se deu num primeiro momento sob nossa incumbência, passada pelos próprios dirigentes da escola, com visitas e conversas com a própria família, depositária da obra, para depois passarmos a uma formalização institucional. Foram dois semestres e, no segundo, contamos com o engajamento de estudantes da graduação em design como auxiliares de pesquisa e de projeto. Estes alunos colaboraram no levantamento e categorização do material, registro fotográfico e na feitura do material visual. Assim que isso foi definido, nosso propósito em relação à comunicação dos resultados foi o de organizar uma exposição e uma discussão entre professores, estudantes, profissionais que conheceram e que trabalharam direta ou indiretamente com Fred Jordan. A opção foi pela mesa-redonda.

Como pesquisa de abordagem totalmente qualitativa, demandou estudos de caráter predominantemente exploratório, em vista de seu tempo de realização, relacionado à dimensão do acervo do artista e ao levantamento das obras, fundamental para a construção de um problema de pesquisa, para além do conhecer de forma mais aprofundada um artista que não esteve no centro dos processos visuais dominantes, etc, etc”, que neste momento era mais do que óbvio e necessário.

Se o problema estava por ser delimitado, o objetivo ou um deles nos parecia claro. Estando numa instituição voltada ao ensino superior de design, a ênfase teria que se dar pelo viés da educação visual, da construção repertorial, histórico-crítica. Apresentar o artista, mas como?

A cronologia das obras, notadamente os pôsteres e calendários, nos foi essencial para a percepção das trilhas secundárias de Jordan e que, como constatamos depois, não foram problemas menores. Com o levantamento de significativa parte do acervo, nos propusemos a uma primeira classificação.

Iniciamos pelo trabalho de campo. O deslocamento até à casa-ateliê em Cotia, arredores de São Paulo, nas primeiras vezes sozinha e depois com os estudantes, foi sempre uma expectativa. Chegando lá tomaríamos contato com materiais que nos fariam chegar mais perto de Jordan e a admirá-lo. Neutralidade em perigo...

Foi feito também um levantamento de parte do material escrito- correspondências de Jordan com pessoas como Antonio Candido, Carlos Drummond de Andrade, Olaf Leu, Vilem Flusser.- e também reflexões que o artista colocava no papel a respeito de arte, artistas, algumas teorias (como a cor em Goethe) e a relação da arte visual com a música. Jordan, conhecedor de música clássica, foi também crítico musical e tem algumas publicações na área.

Os resultados da pesquisa foram apresentados entre abril e maio de 2006, com uma exposição, aberta a visitantes e não só para o grupo da instituição, uma mesa-redonda que contou com designers, jornalistas, e um pequeno vídeo realizado pelos estudantes que trabalharam como auxiliares de pesquisa nos últimos meses.

Pontuações biográficas e o início do caminho de Jordan na comunicação visual

Aos nove anos de idade, em 1936, Fred Jordan chega a São Paulo com sua família, de origem judaica, vindo de Berlin/ Alemanha, por conta das dificuldades sofridas por lá. Entre 1944 e 1945 estuda na Escola de Belas Artes de São Paulo mas, segundo contaram os familiares, não se adapta à cultura acadêmica e

seu interesse sinalizava para algo que entendemos como aplicado, utilitário. De 1945 a 1950 já trabalha para agências de publicidade como Prado, Lintas, Mc Cann Ericsson, na área de arte e criação publicitária.

Em 1949, se inicia o relacionamento profissional de Jordan com a Gráfica Nicollini, no estúdio/departamento gráfico de Kurt Epstein, designer gráfico formado na Alemanha e, então, diretor artístico da gráfica. Sob sua supervisão e olhar, Jordan formou-se. Porém, sua auto-disciplina foi essencial. O desenvolvimento profissional se deu pelo contato com o mestre Epstein, mas a continuidade, os questionamentos articulares e os projetos pessoais posteriores resultam de uma composição entre conhecimento técnico, sensibilidade estética, atitude indagadora e tenacidade.

Comparo Fred Jordan ao instrumentista que chegou a primeiro violino da orquestra. Nascido em Berlin em 27, emigrou para o Brasil com 9 anos. Aos 17 é aprendiz nos estúdios da Lintas e da McCann Erickson. Em 49 começa na gráfica Nicolinni, no estúdio de Kurt Epstein, designer formado na Alemanha. Em 59 é diretor de arte e tempos depois diretor técnico geral da gráfica. Desde 79, autônomo. Os cuidadosos passos iniciais de Jordan talvez expliquem a perfeição dos trabalhos posteriores, o inconfundível tratamento da cor, do espaço e da tipografia. (1)

Em 1952, Jordan tem a oportunidade de realizar o primeiro calendário para a Nicollini, pensado como brinde promocional que seria enviado aos clientes no final do ano. Jordan desenvolveu um projeto temático, que se renovou por décadas, até 1999, data da última peça. Ao todo 47 calendários; muitos deles se desfuncionariam após o ano corrente, mas com a possibilidade de serem vistos como pôster, já que as datas podiam ser picotadas, permanecendo ali uma imagem vigorosa vinda pelo desenho ou pela colagem.

Jordan casou-se em fins da década de 50, com Sonja, amor de infância em Berlin e correspondente ininterrupta nestes anos de Jordan no Brasil. Mandou trazê-la. Tiveram um filho, André, e no início da década de 60, Jordan construiu sua casa-ateliê na Granja Viana/Cotia, São Paulo. Uma construção rodeada pela vegetação da mata atlântica.

Sua carreira na Nicollini foi construída lentamente e, a partir de 1979, já diretor artístico, passa a ter com a gráfica uma relação profissional de consultoria e não mais de empregado. A casa-ateliê é agora, também, seu escritório.

Jordan trabalhou com calendários, predominantemente, e é reconhecido por isso, mas também desenvolveu embalagens, logos e identidade visual, publicidade gráfica, sempre aliados a projetos experimentais, não utilitários, que se nutriram mutuamente, em nossa compreensão. Em particular, há uma série de colagens de Jordan feitas com aparas de embalagens, que demonstram claramente este diálogo.

Embora tenha tido contato e alguma proximidade com os comunicadores visuais oriundos de uma matriz concreta, Jordan não participou de movimentos, manifestos ou bandeiras neste sentido. Numa linha nada reta, Jordan construiu seu trabalho e em 1978 recebeu divulgação e reconhecimento na exposição *Jordan Gráfico*, no MASP, sob a curadoria do próprio Pietro Maria Bardi.

Dominava completamente o processo gráfico de impressão, da fase inicial até o acabamento. No entanto, este rigor técnico, ou talvez por conta dele mesmo, fez com que Jordan iniciasse reflexões teóricas sobre a Cor, a partir da teoria de Goethe, deixando alguns escritos, experimentos e, claro, calendários (aqueles feitos entre 1984 e 1992). A maioria destes trabalhos é acompanhada de textos, aprofundando idéias e pensamentos, complementando a representação e a linguagem gráfica.

Jordan falece em São Paulo em 2001 e, embora não tenha se naturalizado, gostava de ser um designer brasileiro e assim quis ser lembrado.

O desenvolvimento da pesquisa

Quando a família Jordan nos procurou, diziam considerar a contribuição do artista bastante importante, porém pouco difundida, e também que haviam estado anteriormente em algumas instituições (não de ensino), mas que consideravam nossa escola o local certo para que isto pudesse ser realizado, já que Fred Jordan tinha tido uma incursão na publicidade gráfica. Diziam também que a gráfica Nicollini mudara muito desde o falecimento de seu fundador, com o qual Jordan havia trabalhado por décadas e se mostraram totalmente abertos para a consulta total do acervo. Tínhamos um bom problema à vista.

Para organizar uma exposição, estabelecendo uma proposta que conduza à reflexão ou que minimamente contribua com novas informações, muito se deve considerar, para não cairmos na tentação da oferta excessiva, e esta foi sim uma tentação, pois o acervo de Jordan é vastíssimo.

Consideramos os estudos exploratórios de campo como primordiais para a definição de um recorte para a pesquisa. Assim, optamos por visitar o ateliê. Ao chegar ao local, a riqueza de informações visuais impõe-se. A casa, construída nos anos 60 sob a supervisão de Jordan, está rodeada pela vegetação tropical, típica da mata atlântica. Exuberância que, segunda nos conta a família, atraía Jordan que considerava esta característica como sendo também da cultura brasileira.

Com as visitas ao ateliê, vimos que não fazíamos idéia de sua extensa produção, nem tampouco dos registros escritos de seus pensamentos, como dissemos. Muito do que Jordan produziu foi direcionado à gráfica Nicollini, notadamente os calendários temáticos (de parede e de mesa) e que, segundo artistas como Maria Bonomi, eram altamente aguardados para serem colocados nas salas das pessoas que os recebiam. Nenhum paralelo com a “folhinha” das cozinhas domésticas. Mas outros trabalhos também foram feitos por lá, principalmente embalagens cartotécnicas. Como a Nicollini tinha seu próprio stúdio/departamento, outros trabalhos que lá chegavam precisavam de um projeto anterior à execução. Aí estiveram primeiramente Kurt Epstein e depois Jordan. Um parênteses aqui, para esta prática que é vista com restrição por designers e comunicadores.

Foram feitas cinco visitas para registro fotográfico, tivemos um bom contato com o material visual, classificamos, periodizamos, nos indagamos. Destacamos a postura dos estudantes que no contato com a obra e o espaço encontraram a possibilidade de viver uma nova história.

Paralelamente, fizemos a leitura de alguns manuscritos e uma entrevista semi-guiada. Muitas conversas informais que nos deram excelentes pistas, muita observação, muito manuseio de materiais. Revistas, artigos que ele escreveu ou que escreveram sobre ele. Às vezes tínhamos a impressão de estar mais numa empreitada, e que o tempo seria insuficiente. Mas não o foi, pelo que nos propusemos. O que não retira a possibilidade de um novo formato para os necessários desdobramentos. Acreditando que principalmente nos manuscritos tenhamos mais ampla compreensão.

Encontramos um norte ou um vetor para o encaminhamento do projeto quando decidimos mostrar que Jordan, contrariamente a boa parte dos comunicadores visuais de sua geração, não precisou “optar pelo design”- não deixar de pintar, ilustrar ou de remeter-se a outra expressão . Muito pelo contrário, valeu-se disto. Seu trabalho gráfico pode conter fontes de alta legibilidade ao lado de caligrafias, assinaturas gestuais. Vemos ilustrações detalhadamente figurativas compondo com recortes gráficos geometrizados. Algumas de suas peças gráficas precisam do receptor para completar-se materialmente, sendo as principais operações o encaixe, e o recorte /colagem.



Calendário de 1979, tema: ritmo. As tiras de papel são montadas por quem recebe o calendário, ficando a seu critério escolher as cores.

Jordan também não se negou ao gesto manual, ausente na busca pela modernização industrial e sua linguagem visual correspondente, notadamente concreta na década de 50 em São Paulo. Além disso, como dissemos anteriormente, há um diálogo permanente, e que também nos remete ao contemporâneo, entre a função do design e da comunicação visual e sua antítese. Este tênue limite e a busca da adequação em cada um dos trabalhos e não num parâmetro geral, parecem ter guiado o artista, que construía trabalhos “op art” com aparas de embalagens.

Constatamos isso, mas vemos também o contraponto. Talvez mais uma das indagações de Jordan, vinda do convívio com os designers concretos, pois, embora não tenha se aproximado conceitualmente deles, conviveu, houve uma proximidade, uma troca de idéias, principalmente com Alexandre Wollner, um dos que o cita em falsas, escritos e menções. Jordan faz a seguinte afirmação nos anos 80: *Talvez até eu tenha um estilo, mas isso não me importa. O que me importa é fazer a coisa que seja efetivamente a mais adequada ao problema em pauta.* (2)

Outro aspecto é o de sua ligação com a publicidade. Jordan participou de várias campanhas e encionamos aqui a do Instituto Goethe de idiomas. Os cartazes, abaixo, foram o ponto de partida para o desenvolvimento de toda a linguagem da campanha publicitária, incluindo outdoors.



Jordan tem humor, gosta de brincar com palavras, imagens, conceitos, representações. Utiliza-se da paródia, das citações, associados à técnica aprimorada. Nestes cartazes para a campanha do Instituto Goethe (a campanha toda tem nove) fica presente a unidade visual e o tratamento cromático particular a

cada um dos personagens, junto ao tratamento informal, que rompe uma possível barreira no aprendizado e em muito do que envolve a cultura alemã.

O que ficou de muito positivo nesta pesquisa foi a contribuição que acreditamos ter dado no sentido de mostrar alguns caminhos no design que também estiveram presentes já nos anos 50 e 60, e que podem compor uma construção ampliada. Mostrar diálogos entre design, arte e publicidade gráfica.

O fato de apresentarmos o resultado mais num projeto que num relatório de pesquisa reforçou questões que temos trabalhado relativas à aprendizagem por projetos e que podem sim ser tratadas em disciplinas predominantemente teóricas como história do design, por exemplo. Embora este não seja o centro das colocações deste artigo, fica aqui sinalizado.

Considerações finais

Exemplaridade na atuação profissional, desenvolveu relacionamento com o mercado e a sociedade. Dialogou com seus clientes, considerou-os e a seus usuários finais, numa atuação que deu-lhe mais e maior autonomia ao longo do tempo, encontrando principalmente na Gráfica Nicollini, clientes prontos a ousar, a dar-lhe a oportunidade de apresentar uma visão particular, de permitir-lhe ser o âncora de fatos, mais que seu tradutor.

Quando el cliente y el diseñador concuerdan, juntos producen una obra mejor que la que podria surgir de las ideas de uno de los dos, por separado. (4)

Citado em muitas publicações estrangeiras, teve também trabalhos publicados nas mais diversas revistas especializadas. Inovação e ousadia gráfica, trouxeram-lhe o prêmio para acervo permanente do MoMAMuseum of Modern Art, New York, após exposição de seus calendários.

Pôster e calendário- peças gráficas tradicionais da cultura européia- foram pensados e percebidos por Jordan também como objetos de experimentação. Busca de novas linguagens e das melhores tecnologias, o que novamente nos remete à cultura visual contemporânea. E o calendário, também objeto simbólico de equilíbrio de memórias coletivas e individuais.

As grandes civilizações, na Mesopotâmia, no Egito, na China, na América pré-colombiana civilizaram em primeiro lugar a memória escrita no calendário e nas distâncias. O triplo problema do tempo, do espaço e do homem constitui-se a matéria memorável. (3)

Realizar este estudo, a despeito de já conhecer anteriormente um pouco de Jordan, foi uma imersão num mundo riquíssimo em iconografias e pensamentos visuais e nos trouxe, principalmente, a percepção do inacabado, do continuo ler, desler, reler, para que as histórias continuem.

Fred Jordan, em sua trajetória, propôs também soluções para o estabelecimento de identidade visual, embalagem, peças promocionais e institucionais, as quais acompanhava todo o processo gráfico de impressão, que dominava plenamente. Desenvolveu, em todas as atividades da profissão a que se propôs, o acuro gráfico, a precisão, o ineditismo e a atenção aos indispensáveis detalhes. E o design é feito deles.

Notas

- (1) Fragmento de um artigo escrito por Olaf Leu na revista NOVUM Gebrauschgraphik, 1983. Tradução de André Jordan.
- (2) Manuscrito de Jordan e também citação na revista NOVUM,1983, em matéria que faz menção a seu trabalho.
- (3) Jacques Le Goff, p429.
- (4) Alvin Lustig, em artigo de 1954, onde comenta as relações do designer e do cliente. In: *Fundamentos del diseño gráfico* , p143

Referências Bibliográficas

- BIERUT, M.& alli. *Fundamentos del diseño gráfico*. Bs As/AR: Ediciones Infinito, 2005.
- CONCRETA 56- a raiz da forma- catálogo MAC/São Paulo, 2006.
- ECO, U. *Como se faz uma tese*
- JORDAN, F. *Os experimentos prismáticos de Goethe*, in: Estudos Avançados nº19. São Paulo/USP, 1993.
- LE GOFF, J. *Historia e Memória*. Campinas/SP: Edit Unicamp, 2003.
- MULLER-BROCKMANN, J. *Historia de la Comunicación Visual*. México:G Gilli: 2005, 3ª tiragem.
- TRIVINOS, A. *Introdução à pesquisa em Ciências Sociais*. SPaulo: Atlas, 1998, 4ª tiragem.
- WOLLNER, A. *Comunicação Visual*, in: ZANINI, W. *História geral da arte no Brasil*. SPaulo: Instituto Moreira Salles, 1983.