



Os textos abaixo foram publicados no livro

CARTAZES MÚSICAIS

Editora Cosac Naify, 2009 *

Alguns pensamentos sobre os cartazes de Kiko Farkas, de uma concorrente invejosa **Paula Scher**

Para um designer, um grande feito é conseguir criar um ótimo cartaz, ou talvez dois ou três. Se forem bastante reproduzidos em bienais, anuários e competições pelo mundo, tornam-se, por repetição, icônicos. Penso em muitos designers que realizaram isso, incluindo eu mesma.

Outra coisa, porém, é um só designer reunir um conjunto grande de cartazes, e somente cartazes, todos de igual qualidade, em um livro. É ainda mais extraordinário que o mesmo designer não apenas tenha reunido esse número imenso de cartazes excelentes, mas que os tenha editado de modo a apresentar, a cada página dupla, um par de abordagens com ideias afins, e que tenha conseguido essas afinidades, sem grandes esforços, por boas cento e vinte páginas.

O livro de Kiko Farkas, pequeno, mas amplo, demonstra, a cada dupla todos os ingredientes de um cartaz irresistível: escala, forma, complexidade, padrão, textura, sagacidade, exuberância, linha, cor, minimalismo, tensão, força, lirismo, contenção e surpresa. Muitos dos cartazes são pictóricos e formalistas. Outros são conceituais. Todos são surpreendentes em sua diversidade, enquanto a qualidade permanece constante.

Outra recorrência é a precisão tipográfica. Os vários cartazes podem empregar padrões, fotografia ou desenho com linhas, mas o tipo é sempre cuidadosamente posicionado, geralmente servindo de âncora ou integrando-se à ilustração. A composição dos tipos em contraposição às imagens e às marcas ajuda a garantir a consistência da série. Embora a mesma fonte seja usada com frequência nos cartazes, nunca é usada exatamente da mesma forma.

A música tradicionalmente inspirou algumas dos melhores cartazes (os de jazz de Nicolas Troxler vêm logo à mente). Esse pequeno livro de maravilhosos cartazes demonstra a vitalidade contínua da forma. Quisera eu tê-los feito.

Imagens da Música: Cartazes da Osesp 2003–2007 **Arthur Nestrovski**

O compositor Felix Mendelssohn, há duzentos anos, dizia que “a música é precisa demais para ser posta em palavras”. A frase é tão boa que até parece verdade, mas nunca impediu os letristas, nem os críticos, nem os musicólogos de aceitar o desafio. Nem nenhum de nós, afinal, para quem falar de música é uma das formas de dar conta dela, um dos modos de dar continuidade ao que nunca tem fim quando termina.

A música também será sempre suficientemente vaga para inspirar artistas plásticos, cineastas, coreógrafos, diretores de teatro – e designers gráficos. Veja-se o espetacular exemplo dessa coleção de cartazes criados por Kiko Farkas para a Osesp, no período de 2003 a 2007.

Que Kiko gosta de música já devia, àquela altura, estar mais do que claro. O trabalho que abriu seu livro de 1999 – o primeiro volume dedicado exclusivamente a um designer gráfico brasileiro –, era um cartaz para o documentário *Hermeto Campeão* (1981), sobre o multi-instrumentista

alagoano. “Acompanhei as filmagens como produtor [...] só para poder conhecer melhor o grande campeão”, escreveu ele. Depois disso viriam, entre outros, projetos para as doze caixas da série “Grandes Nomes” (Polygram, 1995), para discos do violonista Paulo Freire, para as doze caixas da série “Grandes Nomes” (Polygram, 1995), e para o livro *Rita Lírica* (DBA, 1995), com as letras de Rita Lee ilustradas por material gráfico do arquivo da própria artista. Cada projeto completamente diferente do outro. Cada um em sintonia com a música. Cada um com a cara de Kiko Farkas.

Há mais nisso do que parece. Uma coisa é criar um estilo próprio, cultivar marcas pessoais, desenvolver consciente ou involuntariamente traços reconhecíveis, o que já não seria pouco. Outra é visitar mil e um estilos e se apropriar de cada um, sendo sempre o mesmo artista. Vistos hoje, em conjunto, os cartazes da Osesp compõem uma verdadeira antologia do design gráfico, sem deixar de ser uma antologia de Kiko Farkas.

Dezenas de bolas de vários tamanhos e matizes – círculos dentro de círculos – acumulam-se no alto do espaço, suspensas sobre o vazio. Ou então são duas gigantescas formas semicirculares negras, uma de cada lado, unindo-se no ponto exato em que se equilibra, por um instante, uma bolinha preta. Ou ainda, para ficar nas sobreposições, são quadriláteros variados, em tons transparentes de roxo, contra o grande roxo. Ou flores incrivelmente sortidas, com direito a grandes borboletas monocromáticas voando sobre o jardim. Ou borboletas sobre borboletas, num túnel sem fim de asas e antenas abstratas. Ou espirais, ou bambus tramados, subindo em curvas contrapontísticas.

Sem interdito à figuração: pode ser um rosto de mulher cantando, steinbergianamente traçado numa linha só. Ou uma geométrica pomba da paz, adejando no amarelo, para anunciar a *Missa in tempore belli* de Joseph Haydn. Ou uma sóbria cadeira preta, concentrada e solitária, em meio ao esplendor caótico de flores e cores. Ou um pandeirista num folgado, estranhado de nós não só pelo chapéu alegórico, mas pelo intenso, oriental azul. Ou, para ficar em chapéus, um homem na multidão – no estádio do Pacaembu, para ser preciso –, destacado contra o mar de chapéus na foto antiga; ou, em outro caso, lendo jornal, todo púrpura, no adivinhado espaço ruidoso de um café.

Esses dois últimos exemplos servem para apontar outra coisa: a cada mês, aproximadamente, os cartazes teciam variações sobre um tema (forma geométrica, figura ou textura), sem que jamais se pudesse adivinhar a próxima. Nem temática, nem graficamente alguém saberia prever a próxima escolha. Podiam ser forminhas de doce multiplicadas; ou visões de ruas crepusculares da cidade pelo vidro molhado de um carro; ou coloridas geometrias caleidoscópicas; ou estilizações em preto e branco do braço de um violino; ou pinceladas “japonesas” (conversando com Franz Kline e Amilcar de Castro); ou paredes tridimensionais de quadrados iluminados por trás; ou chaves e chavinhas num balé mecânico; ou homenagens a Victor Vasarely, a Joan Miró, a Josef Albers etc.

“Tenho um fascínio especial pelas formas e ritmos das coisas”, diz Kiko. Na certa, isso ajuda quem vai fazer cartazes para uma orquestra. O segredo sem segredo, nesse repertório de centenas de criações, foi justamente não se prender a algum elemento específico dessa ou daquela obra a ser tocada – exceto num ou noutro caso especial, como a pedra branca para os *Sete Portões de Jerusalém* de Krzysztof Penderecki –, mas sim ocupar livremente o espaço musical da imaginação, onde ritmos e formas ganham precedência, movendo-se em direções inesperadas.

Essa liberdade atendia ainda ao pedido do maestro John Neschling: ajudar a combater a imagem careta da música sinfônica. Fazer dessa música algo sempre atual, tornar a sala de concertos um espaço também para o debate contemporâneo. Não só um museu onde visitar sonoramente obras do passado, mas um centro vivo de cultura.

A importância dos cartazes de Kiko Farkas não foi pequena nesse projeto. Vendo em conjunto essas imagens da música, elas têm não só a inconfundível cara do artista: desenharam uma inconfundível cara da orquestra, num momento de extraordinária ambição e proporcional resultado. São também confundivelmente a nossa imagem, ou melhor, a imagem do nosso espanto

e empenho, naqueles anos que consolidavam essa era de ouro da música de São Paulo – uma era que continuamos vivendo, como se fosse natural e como se tivesse sido sempre assim.

Mas não é e não foi: como tantas experiências dessa ordem, a dimensão das coisas só agora se mostra, em retrospecto. O tempo se dobra sobre si e nos revela uma verdade vivida, que já ganha contornos de história. São imagens da música também nesse sentido: retratos do que se foi e do que se fez. Cada um de nós vivendo essa música, semana após semana, inspirado pelas imagens de Kiko Farkas. Cada um de nós vivendo a música, posta assim em imagens, sob o signo do arrojo e da alegria.

Uma brincadeira séria

Kiko Farkas

Em dezembro de 2002, recebi um telefonema da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo, perguntando se me interessaria apresentar uma proposta para cuidar da sua comunicação visual. Na época, não conhecia muito bem o tamanho e a importância da instituição, mas topei na hora! Nos últimos quinze dias daquele ano, trabalhei febrilmente em cima de uma relação de itens enviada por eles na tentativa de fazer uma proposta financeira razoável. Imaginei um valor, mas no fundo sabia que estava mergulhando de cabeça no desconhecido: eu não tinha uma ideia real do que significavam aquelas indicações. Tinha, porém, a intuição de que algo importante poderia ser feito.

Paula Scher, em uma palestra no TED (uma associação não-lucrativa norte-americana que organiza discussões em torno dos temas Tecnologia, Entretenimento e Design), chamada “Serious Play”, afirma que as coisas importantes e realmente surpreendentes que ela realizou em sua carreira sempre foram ou inesperadas, ou ela achava que não estava preparada para realizá-las, ou não havia tempo, ou verba. Hoje olhando em retrospecto sinto que o mesmo aconteceu comigo. A Osesp me pegou totalmente de surpresa e ainda atordoado comecei o trabalho no ritmo frenético que duraria todo o período.

Quando finalmente comecei o trabalho, não imaginava criar um universo visual que traduzisse o espírito da orquestra. Premido pelo prazo curto, meus objetivos eram bem mais modestos: procurava apenas terminar a tempo o primeiro programa de concerto, ordenando as informações com clareza e objetividade para que o público pudesse usufruir a música com o mínimo de distração e o máximo de informação.

Em março de 2003, fui à reunião com John Neschling, então diretor artístico da orquestra. Até aquele momento não havíamos sido apresentados e tudo que conhecia dele era sua fama de maestro talentoso e muito exigente. Na reunião, em que estava presente o primeiro escalão da Osesp, o maestro segurou o programa impresso e foi condescendente. Reconheceu que não houvera tempo hábil para fazer um projeto gráfico totalmente novo, e disse: “Não é isso que eu quero. Eu quero que você enlouqueça!” Em certo momento da conversa, disse ainda que tinha escolhido a Máquina Estúdio, pelo que tinha visto no meu portfólio, pelas cores e pela irreverência do meu trabalho, e que queria ver tudo isso no material gráfico da orquestra. Falou também que a Osesp era moderna, e que o trabalho deveria traduzir essa postura.

Se por um lado saí da reunião com um gostinho de derrota na boca – a pior coisa que um profissional de criação pode ouvir sobre seu trabalho é que ele foi apenas correto –, por outro tinha uma chance de ouro nas mãos: a oportunidade, ou melhor, a exigência, de ir aos limites da minha criatividade.

A partir daí comecei a entender que minha verdadeira função como designer seria captar e traduzir em elementos visuais o espírito que estava por trás das ações da Osesp, e não apenas da

sua face mais visível, que é a música. Ou seja, tratava-se de criar uma “marca”.

A Osesp não é apenas uma orquestra, ela é geradora de cultura, num sentido mais amplo. Todas as suas ações deveriam conter sua marca. É claro que a eficiência e a clareza na informação não poderiam ser negligenciadas, mas comunicar um espírito de renovação e modernidade deveria ser seu objetivo estético primordial.

Nessa estratégia de construção da imagem da Osesp, os cartazes passaram a ocupar na minha cabeça um lugar de destaque. Com características bem particulares, eles seriam a tradução visual da música que a orquestra produzia, por meio da postura de seu diretor artístico, e da visão do designer contratado para colocá-la no papel.

Liberdade total: o maestro não recuou de sua exigência inicial e bancou todas as nossas experiências. Uma vez definidos os caminhos e aprovadas as primeiras peças, estabeleceu-se um clima de confiança. Aumentamos o tamanho dos cartazes de 70 x 70 cm para 80 x 120 cm e nos preparamos para enfrentar um desafio razoável: fizemos quase trezentos cartazes entre 2003 e 2007, além de todo material gráfico da orquestra – programas de concerto, anúncios e muitas peças menores.

Quando comecei a pensar em como enfrentaria esse enorme desafio, a primeira coisa que decidi foi que não usaria nenhum elemento normalmente associado à música de concerto. Imagens de compositores, instrumentos, teatros ou cidades, notações musicais como pauta, notas e outros símbolos. Nossa proposta foi trabalhar com os elementos que estão presentes na linguagem musical, mas que podem ser reinterpretados visualmente. Ritmo, harmonia, composição, conjunto, pausa, som, textura, tessitura, direção, dinâmica, melodia, ordem, desordem, paralelismos e tantos outros. Uma vez que decidimos o caminho, tudo era válido desde que expressasse alguma emoção relativa à música.

O ritmo de trabalho era alucinante e a equipe composta por meus assistentes Elisa Cardoso, Hugo Timm e depois Mateus Valadares, estava empenhada tão profundamente quanto eu, ajudando de modo decisivo. Algumas vezes a autoria era conjunta, e em outras dava liberdade para que eles conduzissem o processo.

Em alguns meses podem-se identificar famílias de cartazes bem definidas, em outros, há ligações mais sutis entre eles; em outros ainda, demos saltos bem grandes. Alguns cartazes foram criados em menos de uma hora, outros levaram dias. Com a pressão do tempo, cada um foi criado a partir do anterior, que continha já elementos do próximo, num processo contínuo que deixava pouco tempo para análise crítica, e que nos manteve em permanente estado de alerta criativo.

Da livre natureza dos sistemas

João de Souza Leite

Aos olhos do leigo, um cartaz não é exatamente um cartaz, é sobretudo uma possibilidade de conexão a um evento, um acontecimento ou um produto. Qualquer que seja a informação ali encerrada, para o leigo importa a sensação despertada, o sentido tornado alerta, embora não saiba por que nem como se dá tamanha mobilização pessoal diante de uma simples folha de papel impresso. Em segundo lugar, geralmente, importa-lhe a precisão de informação ali contida.

O que nos interessa aqui, e que parece ser fascinante, é a possibilidade de desvelar os artifícios utilizados por Kiko Farkas na construção de tão variado, e ao mesmo tempo tão coeso, conjunto de cartazes para a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo, projetados entre 2003 e 2007 por ele e sua equipe. Cerca de 300 cartazes diferentes pensados e impressos nesses quatro anos e meio. Na média, algo em torno de seis cartazes por mês. Por vezes, até oito em um só mês!

De riqueza e variedade singulares, essa produção ecoa temas explorados ao longo da história do

design. Dito isso, desse modo, pode parecer que a sua originalidade se coloca em risco. Ou ainda que o trabalho de Kiko, por demais pessoal, pudesse deixar de lado alguns compromissos básicos do design gráfico. De modo algum. É justamente na confluência desses e de alguns outros fatores que cercam o projeto e a produção dessa formidável coleção que se encerra o maior desafio para a sua análise.

Aqui, portanto, entre outros aspectos, importa tecer comentários a respeito da liberdade de Kiko em relação a certos cânones formais, importa admirar e apontar seu rigor tipográfico. Esses aspectos constituintes do trabalho confirmam um preceito primeiro do design gráfico, aquele que supõe um outro, um alguém a ser comunicado, ou um grupo de pessoas a ser informado. Um leigo, enfim, que não somente será capturado, mas instigado por suas imagens, e que ainda será devidamente informado de coisas triviais, mas muito precisas, como local, data e hora dos concertos realizados pela magnífica orquestra, lado a lado, e sem esquecer o devido destaque, aos compositores, suas obras, condutores e solistas dos espetáculos.

Kiko Farkas – neto de Desidério Farkas, o fundador da Fotoptica, filho de Thomas Farkas, notável fotógrafo de origem húngara como László Moholy-Nagy, que tanto repercute em suas fotos – nasceu, como se vê, em família ligada à imagem. Fosse por sua produção, por seu enquadramento, por seu comércio, a imagem lhe foi o centro de casa.

“... Havia um laboratório de fotos em que meus irmãos mais velhos se enfurnavam às vezes a noite inteira. Não tinha muita paciência para aquilo e preferia a biblioteca e a discoteca do meu pai onde durante muitos anos descobri coisas maravilhosas. Quer um exemplo? Que tal a coleção completa da revista Graphis? Ou ainda todos os anuários da mesma editora? Livros do Saul Steinberg? Lá estavam... hq da Barbarella? Lá estava. Salvador Dalí? Também. Álbum de cartazes art déco. A coleção de arte antiga da editora Skira, onde as imagens são impressas a sete cores com dourado e azul especial, estava lá.”¹

Kiko teve também uma formação artística:

“tive aulas com o Luiz Paulo Baravelli, o Frederico Nasser e o Carlos Fajardo. Na FAU, em 1976, comecei a fazer gravura em metal no ateliê do Sérgio Fingermann. Lá havia também um ateliê de aquarela e xilogravura com a Renina Katz. Em 1979, passei um ano em Nova York no Arts Students League, estudando com um professor que tinha sido aluno do Georg Grosz. Era desenho de modelo vivo todo dia de manhã, em escala natural. Foi um aprendizado incrível, aprender a olhar. Nesse período, desenhei todos os dias, praticamente todo o tempo, fazendo aquarelas, gravuras, cadernos de anotação.”

Assim, leitores, o notável conjunto – por quantidade e qualidade, ambas condicionadas pelo tempo de realização – nos remete à recorrente questão: é arte ou é design?

Muitos binômios foram, ao longo dos tempos, articulados em oposição no campo das realizações gráficas. Arte e design é certamente um dos mais recorrentes. Na Bauhaus, grande matriz moderna do ensino de design, arte e técnica se combinaram em sua guinada pelo rigor construtivo que passou a orientar sua produção a partir de exposição de 1923. Por esse caminho, abriu-se a porta para o construtivismo e posteriormente para a arte concreta como matriz do pensamento moderno na arquitetura, no design e nas artes gráficas. E foi por esse caminho, ainda, que se optou por uma definição do design em oposição à arte. Os cartazes de Kiko dão margem a essa discussão.

Expressão pessoal e informação foram muitas vezes consideradas antagônicas, na maior parte das vezes em infeliz formulação, por se desconsiderar o grau de interferência dos aspectos simbólicos presentes em toda manifestação humana sobre o âmbito da comunicação, questão

1 Entrevista ao autor, julho de 2009.

tratada por Katherine McCoy em seu artigo “Information and Persuasion: Rivals or Partners?”.² No pequeno artigo publicado na revista *Design Issues*, a designer e ensaísta americana desmonta definitivamente a ideia de que um aspecto possa se desvincular do outro.

Pouco importa, os cartazes em questão nos impõem o desvio da enfadonha questão. Como separar aqui campos tão irmanados? Mais vale nos concentrarmos no tipo de matéria de que se vale o autor. De que natureza foram seus instrumentos conceituais e técnicos? Quais os recursos de que dispôs? Esses, sim, alguns dos tópicos merecedores da nossa reflexão.

Ainda outro, talvez dos mais significativos no campo do design gráfico, diz respeito a “identidade”. Central à atividade, nada do que se faça em design gráfico deixa de considerar, em algum grau, por vezes em seu mais determinante grau, a questão da identidade.

Já que o conjunto de cartazes articula função tão claramente identitária, ao longo da imensa coleção Kiko torna possível a construção coesa de uma linguagem que, por fim, se mimetiza com a própria natureza do fenômeno a que se refere – as manifestações musicais da Osesp. Aqui ecoa, de certo modo, o que Walter Gropius se propunha na sua Bauhaus:

*“O principal fundamento da Bauhaus é a ideia de uma nova unidade; uma conjunção das artes, estilos e aparências formando uma unidade indivisível. Uma unidade completa em si mesma, cujo significado somente é gerado através do vigor da vida.”*³

Expressão subjetiva, puro ensaio pictórico? Rigor estrutural revelado pelo uso da tipografia? Em que medida uma característica atende à outra, ou em qual medida entram em colisão? Em que medida o valor estético se impõe ao manejo dos processos técnicos? E, no sentido contrário, quando a técnica provê uma solução? Por fim, qual o grau de controle do processo exercido por Kiko e sua equipe em obra dotada de tamanha vitalidade? Essas questões permanecem no horizonte da nossa reflexão e nos conduzem a outras: quais as suas referências? Quais se manifestam nessa imensa produção? Alguma pista, segundo Kiko:

“O primeiro desenho que me marcou foi o Tintin. Até hoje fico besta com a clareza e economia do Hergé. A primeira grande referência entre os designers foi sem dúvida Milton Glaser.[...] Outra referência fortíssima foi Saul Steinberg. [...] Depois descobri os poloneses, entre eles Roman Cieslewicz e Henryk Tomaszewski, e os outros, Paul Rand, A. M. Cassandre, Shigeo Fukuda.”

Nenhum nome vinculado ao chamado Estilo Internacional é citado. Armin Hofmann, Karl Gerstner ou Josef Müller-Brockmann não aparecem, até porque, por questão cronológica, nenhum deles poderia estar mais diretamente vinculado à sua formação. Mas é por aquele caminho, em meio a tamanha experimentação formal, que podemos notar certa persistência do moderno. Se as referências de Kiko remetem à precisão do traço de Hergé, ao lirismo e ao humor de Steinberg, à liberdade polonesa ou aos experimentos matisseanos de Paul Rand, ainda assim aqueles outros não citados lá se fazem presentes, embora Kiko não lhes deva nada. Mas então a quem deveria? Afinal, nada surge do nada, a vida se apresenta constantemente contendo traços do passado, ainda que entranhados em seu novelo, sem contorno muito nítido. Ainda assim, lá estão eles, em meio à nossa atitude – dos designers – diante dos projetos, em meio à nossa compreensão sobre os modos do como agir.

Não há outra maneira de se referir a esse tipo de fenômeno a não ser como a continuidade daquilo que é, por princípio, descontínuo — a vida. Esta não seria uma maneira de se refletir sobre essa obra para poder dela retirar algo que a transcenda, caminhando em direção a uma maior compreensão do que seja design?

2 Katherine McCoy, “Information and Persuasion: Rivals or Partners?”. *Design Issues*: vol. 16, n. 3, outono 2000

3 Walter Gropius, em fala registrada no documentário de Frank Whitford, *Bauhaus: The Face of the Twentieth Century*, Arthaus Musik, 1994.

Primeiramente, não nos devemos enganar e conduzir essa análise como algo que possa revelar um mesmo procedimento de conceituação, ou de projeto, como queiram. O conjunto de cartazes se constitui por diferenciadas séries que revelam diferentes partidos. Diferentes jogos de linguagem. O designer é, antes de tudo, um manipulador de linguagens. Frente a cada problema apresentado, um conjunto entrelaçado de situações vem à baila, em um processo de perscrutação quase tátil. Identificam-se seus principais atores, em geral um demandante – um cliente – que almeja comunicar-se, para fins variados, com um determinado grupo de indivíduos – o público. Mas essa cena não se limita à participação de dupla tão conhecida. No cenário onde vai ser gestada uma determinada forma de comunicação, múltiplas vozes vão ali se articular: o designer, com suas habilidades específicas, condicionado por sua história pessoal e por toda sua carga eletiva baseada em afeto; a história do design gráfico vai contracenar, ora como pano de fundo, ora como referência explícita; as possibilidades tecnológicas; o objeto em si dessa comunicação... Enfim, em uma situação específica de projeto, serão muitas, inevitavelmente, as vozes que irão sobressair ou se misturar em acorde por vezes dissonante, por vezes harmônico.

Portanto, manipulador de linguagem fomentada por uma natureza muito diversa de estímulos, o designer será, sem dúvida, o maestro dessa polifonia. E sua escolha e decisão – sobre a natureza da imagem, sobre os elementos da tipografia, sobre a técnica de representação – serão determinantes nos resultados do trabalho.

Assim, Kiko confere a todos os cartazes a sua marca, mas como ela será de fato, se a forma tanto varia e os habituais traços de identidade se transformam a cada nova série? O que se evidencia não é o seu traço de ilustrador, mas sua identidade de designer. O designer que, face àquela miríade de informações, determina caminhos, andamentos e intensidades. E no conjunto se revela reiteradamente uma constante que, por fim, se estabelece como sua identidade comum.

O sonho de “uma relação íntima entre as artes plásticas e a música”, expresso pelo maestro John Neschling, o mais direto responsável pela oportunidade utilizada sem parcimônia por Kiko, proporcionou, em seu dizer, a possibilidade na qual “nós, da Orquestra, teremos a honra de nos mostrar, fazer ver e não de nos fazer ouvir”.⁴ Aqui, enganou-se o maestro. Os cartazes para a Osesp repercutem sons, remetem a sequências rítmicas e tonais.

Na Bauhaus, nas experiências formais e na reflexão teórica conduzidas por Vassíli Kandinski, observa-se uma recorrente alusão às relações entre imagem e som, quando o artista estabeleceu relações diretas entre a natureza das formas, seus elementos e as relações que os governam.⁵ Estão lá, relatados com precisão: ritmo, contraste e proporção. De que é feita a vida se não de relações dessa natureza? De que tipo de relações se constitui a música? É assim que Giulio Carlo Argan se refere à celebrada pintura de Kandinski, afirmando que sua pintura não necessita de um referente para sensibilizar o público, sua abstração a que nada refere encontra nas pessoas algo em comum. Embora não haja traço de algo do mundo real e concreto ali retratado, Kandinski consegue emocionar, provocar a reação de pessoas que, de algum modo, se relacionam sem intermediários com os sentimentos ali expressos.

“Da realidade em que o pintor, como qualquer outro, está mergulhado, ele não recebeu nem reteve senão imagens caducas, fragmentárias, desconexas; não de objetos definidos, mas de coisas paradas ou móveis, aguadas ou arredondadas, filiformes ou expandidas. Essas impressões não servem para reconhecer os objetos e menos ainda para representá-los, interessam [grifo do autor] ao sujeito, cuja existência também é constituída de êxtases e movimentos, tensões e distensões, e se

⁴ John Neschling, “Os sons que se escondem atrás dos cartazes”, in *Imagens da Música por Kiko Farkas*. Catálogo de exposição. São Paulo: Instituto Tomie Ohtake, 2004.

⁵ Kenneth C. Lindsay; Peter Vergo, (orgs.). *Kandinsky Complete Writings on Art*. Nova York: Da Capo Press, 1994.

realiza em um ambiente igualmente constituído por êxtases e movimentos, tensões e distensões.”⁶

Se a operação conceitual e pictórica de Kiko Farkas guarda alguma semelhança com o exposto a respeito de Kandinski, disso, no entanto, não resulta um mero jogo sintático. Muita significação é por ele agregada, que faz a mesma operação: vibração rítmica somada a imagens selecionadas que ora ressaltam o lirismo de uma sessão anunciada, ora as rupturas tonais de outra.

Sobre a captura da imagem, ou sobre sua invenção é fundamental se perguntar: qual a decisão que se deu na escolha de uma borboleta, de um círculo, ou de uma foto da cidade de São Paulo? Para nosso propósito, não importa a imagem, já que nos interessa o autor e suas escolhas. Porque, necessário reafirmar, estamos diante de um designer-autor. Não um daqueles que gostaria de se perder no anonimato de caráter universal pretendido pela arte concreta, não! Kiko se situa simultaneamente no moderno e no contemporâneo, que contém a crítica ao moderno. Portanto, desde que sua voz se manifeste límpida, com característica autoral, no resultado de seus cartazes – lá está sua assinatura, tal qual Paul Rand assinava, tal qual Ivan Chermayeff assina, tal como Milton Glaser ainda o faz –, importa saber o que move a seleção ou a criação desta ou daquela outra imagem que lhe vai servir de mote para seu exercício gráfico.

Aí não importa de onde veio a imagem, importa o olhar. O olho que determina um enquadramento, que avalia sua possível utilização, seu rendimento como textura, mas também como modo de capturar outros olhos, o olhar do homem comum, do observador disponível, do leigo. Esse olhar, o que seleciona, é culto, sem dúvida. É elaborado, pois reafirma todo o cabedal de informação que lhe confere a formação de designer. É o que o pesquisador inglês Nigel Cross chama de “*designerly ways of knowing*”.⁷ Esse olhar culto, elaborado, é fruto da trajetória pessoal de Kiko e do seu exercício como designer, que tem que ceder às circunstâncias especiais de cada projeto – suas limitações tecnológicas e temporais, além da necessária e precisa informação a ser repassada.

Desse modo, eis aqui alguns dos procedimentos adotados nesses múltiplos jogos de linguagem consubstanciados nas séries de cartazes:

- a. imagens repetidas em proporções diversas, cuja disposição no espaço dado remete à repetição sistemática da construção musical;
- b. formas orgânicas que contêm outras formas orgânicas da mesma espécie, reproduzindo estampas que se multiplicam em diferentes escalas;
- c. texturas orgânicas conjugadas a formas geométricas e que escapam das formas que as encerravam, acentuando o contraste;
- d. texturas irregulares, ainda que organizadas segundo algum padrão, que proporcionam o contorno para outras formas orgânicas;
- e. exercícios com linhas que criam superfícies cujas posições se alternam através de dobraduras, torções e justaposições, estabelecendo ritmos e evoluções musicais;
- f. o contraste proporcionado pela ordem tipográfica em contraste com o traço resultante do movimento gestual;
- g. o *dripping*, homenagem direta ao controlado acaso desenvolvido por Jackson Pollock, conjugado à ordem precisa da tipografia;
- h. imagens encontradas pelo olhar atento, sejam elas capturadas por outros, seja pelo próprio autor, não importa;
- i. tramas quadrangulares conjugadas com tramas regulares de círculos, com um jogo de trazer para a frente, levar para trás, obtendo formas sempre originais;
- j. o jogo contrastante entre escalas radicalmente diferentes da tipografia, à maneira de Aaron Burns; entre tantos outros...

6 Giulio Carlo Argan, *Arte Moderna*, São Paulo: Companhia das Letras, 1993, p. 319.

7 Nigel Cross. *Designerly Ways of Knowing*. Londres: Springer, 2006.

Retornando à tese sobre a persistência do moderno no trabalho de Kiko, é nítida a presença, como pano de fundo, muito marcante aliás, daqueles mestres do Estilo Internacional – Emil Ruder, Josef Müller-Brockmann, Armin Hofmann e Karl Gerstner –, expressão cunhada para definir um tipo de jogo linguístico elaborado ao longo dos anos 1950-60, originado na Suíça, quando a ideia de sistema era central no design gráfico. Todos eles, naquela época, dedicaram-se a uma produção ímpar na história da linguagem gráfica, em que a noção de estrutura determinava a ordem tipográfica, conjugada com exercícios rítmicos e de contraste. Não por acaso, alguns de seus mais importantes cartazes dizem respeito a apresentações musicais.

Por mais que esta série de cartazes desenvolvida para a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo seja absolutamente original, livre, e carregada de uma intensa expressão pessoal, seu resultado está fortemente impregnado dessa cultura, talvez a mais emblemática do design gráfico moderno. Por essa razão, é que o trabalho aqui apresentado se inclui na experiência do design como um todo, não sendo possível impingir-lhe qualquer tipo de rótulo, a não ser o de ser um partícipe, dos melhores, junto àqueles dessa grande trajetória.

Livre, investigativo, propositor de novas formas, reciclador de velhas formas, Kiko ainda acrescenta algo que se situa, talvez, no centro, no verdadeiro eixo da atividade: a tipografia como protagonista. Ainda que por vezes sua presença seja aparentemente complementar à imagem, este é um trabalho que não se finaliza, que não se concretiza na fruição de um único exemplar dessa imensa série. Há algo que, se supõe, seja contínuo, que se realimenta da experiência passada – no último concerto, você viu? – e que pavimenta o caminho para a leitura futura. Nesse sentido, a tipografia é protagonista. A chave é o jogo de contrastes, as precisas guias de ordenação, os conjuntos de massa gráfica configurados por essas pequeninas coisas que nos servem para dizer tanto: letras transformadas em tipografia.

Por essas e outras, Kiko Farkas é sobretudo um designer. Sua destreza lhe autoriza um raro grau de liberdade no controle dos seus sistemas. Ao longo de seu caminho, com o olhar tão diversamente orientado, Kiko segue imerso no que se pode nomear, sem dúvida, como a tão notável cultura do design.