

CAPÍTULO/CHAPTER 26

PODEMOS SEMPRE FAZER MELHOR

A MÍSTICA DO MITO OU A NECESSIDADE DE MELHORAR
A QUALIDADE DA INVESTIGAÇÃO EM HISTÓRIA
DO DESIGN DE COMUNICAÇÃO

Resumo: Através do estudo de três casos tentamos concluir como muitos dos mitos presentes nas narrativas dominantes nas histórias do design de comunicação são enviesamentos feitos à posteriori para construir uma narrativa conveniente a um determinado presente. Tentamos também observar como muita informação se propaga nos contextos académicos e daí para o comum e para as redes sociais. A ideia de escrever este texto partiu de um esclarecimento repetido este ano por Rui Vieira Nery no facebook, sobre um erro histórico sucessivamente propagada anualmente sobre o "Adeste Fideles", The Portuguese Hymn, erroneamente atribuído a D.João IV. O erro persiste, apesar de persistentemente desmentido irrefutavelmente. Como diz Rui Vieira Nery nesse "post" no facebook (Vieira Nery, 2016) "porque a mística do mito tem sempre mais força do que qualquer argumento racional.". Dando-lhe razão não devemos desistir e por isso este texto pretende ser uma contribuição para, pelo menos chamar a atenção para a "mítica dos mistos" e, se possível, desmistificar alguns.

Palavras-Chave: História do design de Comunicação; Theo van Doesburg; El Lissitzky; AEG.

Abstract: Through the study of three cases we try to conclude how many of the myths present in the dominant narratives in the histories of communication design are biased to construct a narrative convenient to a given present. We also try to observe how much information spreads in academic contexts and from there to the common and social networks. The idea of writing this text came from a repeated clarification this year by Rui Vieira Nery on facebook, about a historical error annually propagated about the "Adeste Fideles", The Portuguese Hymn, erroneously attributed to D.João IV. The error persists, though persistently contradicted irrefutably. As Rui Vieira Nery says in this "post" on facebook (Vieira Nery, 2016) "because the mystique of myth is always stronger than any rational argument.". If we are right, we should not give up and this text is intended to be a contribution to at least draw some attention to the "mythical of the mixed" and, if possible, to demystify some.

Keywords: History of Graphic Design; Theo van Doesburg; El Lissitzky; AEG.

Gonçalo Falcão ¹
gfalcao@fa.utl.pt

PARA REFERENCIAR ESTE CAPÍTULO / TO REFERENCE THIS CHAPTER:

Falcão, G. (2017). Podemos Sempre Fazer Melhor – A Mística do Mito ou a Necessidade de Melhorar a Qualidade da Investigação em História do Design de Comunicação. Em D. Raposo, J. Neves, J. Pinho & J. Silva, Investigação e Ensino em Design e Música (217-223). Castelo Branco: Edições IPCB. Retrieved from journal URL: <http://convergencias.ipcb.pt>

1. CASO DE ESTUDO 1: THEO VAN DOESBURG

Theo van Doesburg (1883-1931, nascido Christian Emil Marie Klipper) é uma figura central para as actuais narrativas da história do design gráfico mundiais. É esta a leitura que se faz das histórias do Design onde o seu nome é frequentemente tido como basilar. Se analisarmos as imagens das quatro referências mais vendidas na Amazon – Meggs (Meggs & Purvis, 2012), Hollis (2002), Eskilson

(2007) e Drucker (2009) – verificamos que van Doesburg é o designer holandês mais citado em termos de imagens (1275,1 cm²) e chega mesmo a ser o que tem maior área de imagens num dos livros (Eskilson). Assim, a sua importância para a história do design parece inquestionável.

Vamos então questionar este padrão e tentar perceber as razões para o seu destaque. van Doesburg é um criador multifacetado: pintor, escritor, poeta, arquitecto. Não é um caso único neste

¹ Faculdade de
Arquitetura da
Universidade de Lisboa

período onde muitos autores (ex. Cottinelli Telmo) desenvolvem uma série de actividades em diversas áreas criativas, sempre com um espírito de liberdade e descoberta.

É muito difícil falar de Theo van Doesburg como um designer gráfico (ou sequer como um designer) porque a sua actividade no campo gráfico é mínima. Pintor por opção (é o modo como decidiu nomear-se no manifesto do De Stijl), o seu trabalho foi o de controlar a produção das revistas do grupo. Se acreditarmos em Victor Margolin e na sua novíssima bi-volumosa e bi-dispendiosa história mundial do design (2015, p. 146) admitimos que foi ele o fundador do movimento De Stijl (*"The Stijl (The Style) was an avant-garde movement founded by a Dutchman, Theo van Doesburg (1888-1931)"*).

Estudos anteriores tinham-no apresentado como menos precursor e mais seguidor, como por exemplo o de Robert Welsh (1976, p. 77), até porque van Doesburg chegou tarde à abstracção geométrica, pois até 1916 a sua principal referência era Kandinsky.

"By late 1915 he was so impressed with the exhibited work of Piet Mondrian that he immediately sought to establish with him a group periodical to further modernist tendencies in art. However, Mondrian's answer that this would be premature for lack of artistically mature colleagues effectively postponed the final consolidation of artists around the periodical eventually named De Stijl until late spring 1917."

Ora é muito difícil concordar com a exultação de Margolin, Meggs, Eskilson e Drucker, dado que o manifesto do De Stijl foi publicado depois do estabelecimento do grupo e, portanto, não deverá ser visto como um documento fundacional: foi assinado em Outubro e publicado no décimo terceiro número da revista, em 1918, um ano depois do início do movimento. Outra das questões interessantes é o facto de a revista não se chamar DE STIJL mas sim DE STYL (2015, p. 153). É uma questão menor que está relacionada apenas com uma actualização de grafia das palavras ocorrida neste período na língua holandesa em que as duas versões de grafia eram admissíveis. De qualquer modo o grupo optou por chamar ao movimento De Stijl e à sua revista De Styl; não havendo razão para chamar à revista futura portuguesa ORFEU quando ela se chamava de facto ORPHEU é de estranhar que todos os historiadores optem por actualizar a grafia da revista para De Stijl quando a marca impressa na capa lê De Styl... Mesmo quando Margolin afirma que as letras estão *"spelling out 'De Stijl'"*.

Não é difícil reconhecer que a primeira página da revista é graficamente muito interessante e apresenta uma incorporação na impressão dos princípios suprematistas e todos os livros destacam este facto reproduzindo esta marca. Contudo, a marca não é de van Doesburg mas sim de Husznr.

Os sete *"medwerkers"* que assinam o manifesto do De Stijl são: Antony Kok, poeta (uso aqui a nomeação que os próprios definiram para si na assinatura), Theo van Doesburg, pintor; Piet Mondriaan, pintor; Robt. Van't Hoff, arquitecto; G. Vantongerloo, escultor; Vilmos Huszar, pintor; Jan Wils, arquitecto. Margolin omite Antony Kok e G. Vantongerloo reduzindo a 5 o grupo. Tantas imprecisões fazem duvidar que Margolin tenha, de facto, observado a publicação.

A revista foi publicada entre 1917 e 1920 com 37 edições; teve depois uma publicação muito intermitente até 1928 e uma edição em 1932 dedicada a van Doesburg, um ano após a sua morte. Foi criada por Mondrian e van Doesburg ficou responsável pela arte final e impressão, produção e distribuição.

"Mondrian was the most important ideologist behind these utopian aims, but until his death in 1931 van Doesburg was the driving force behind the periodical and the only stable factor from start to finish"(Thomas, 2008, p. 71)

Observando a revista é muito difícil atribuir-lhe um lugar de liderança no grupo e validar a afirmação *"van Doesburg inaugurated the De Stijl journal in 1917"*, simplesmente porque não o fez. Depois do artigo inaugural no primeiro número assinado pela *"Redactie"*, o segundo texto é de Mondrian, o terceiro de Van Der Leck, seguido por Anthony Kok, J. J. P. Oud; nos anexos Van Der Leck, J. J. P. Oud, Eerste Jaargang/Van Der Leck, Eerste Jaargang/ J. J. P. Oud. Nos números seguintes da revista continuamos a encontrar textos e desenhos de todos menos de van Doesburg... A sua colaboração como escritor é inexistente nos primeiros números, esparsa no início intensifica-se a partir de 1920 sob o pseudónimo de *"I. K. Bonset"*,

O miolo da revista é vulgar graficamente, e repete-se em todas as edições sem soluções novas que não tenham sido estabelecidas desde o início.

Diz-se que van Doesburg também foi importante como pedagogo pois deu aulas na Bauhaus. Mais uma vez esta informação é mitificadora e não é verdadeira. van Doesburg foi até à Bauhaus de Weimar em 1921, provavelmente a convite de Adolf Meyer. Depois de falar com Gropius candidatou-se

a professor na escola mas, Gropius recusou. Alojado perto da escola deu aulas particulares (*"conversações privadas e cursos estruturados"*) como um dos seus alunos Walter Dexel escreveu num artigo em sua memória publicado na *"Das Neue Frankfurt"*, vol. 4, nº. 6 (1931) a alunos da Bauhaus e a outros que o terão procurado.

A sua carreira na arquitectura foi curta e o projecto mais expressivo terá sido o do Café Aubette (Margolin refere também a participação na casa de Bart de Ligt em 1919 quando Doesburg trabalhava para o arquitecto Van't Hoff e Mielke, habitação social para o bairro de Spangen enquanto trabalhava para J.J.P. Oud (p.94)). Apesar de se referir a arquitectura do Aubette deveremos reduzir esta questão apenas aos interiores. Os desenhos de arquitectura do café de 1926 são do arquitecto Paul Horn, que é também um dos proprietários (estão assinados por *"Paul Horn Architecte Strasbourg"* e referem ainda *"Horn Freres, Ernest Heitz, propriétaires"*). Conhecemos o projecto de Doesburg através das suas palavras num texto para a *"Het Bouwbedrijf"* (Vol. 6, n. 6, Março 1929, pgs. 116-122). Os desenhos estão assinados *"Atelier van Doesburg"* em 1927. O letreiro do café, numeração, mesas, cadeiras e a decoração do interior é da sua responsabilidade e com ele trabalham no atelier Doesburg Sophie Tauber-Arp e Jean Arp.

É difícil perceber como é que se terá formado a imagem de van Doesburg na América e como terá alcançado o destaque que hoje verificamos. Podemos especular (correndo o risco de fazer o que estamos a criticar) que se começou a formar em 1973 num simpósio sobre *"Modernism in the Low Countries 1915-1930"*, que decorreu em Austin, Texas, entre 15 e 17 de Outubro de 1973 e através de uma monografia de Joost Baljeu de 1974, pois são os registos mais antigos que encontramos.

É igualmente difícil perceber de que modo é que van Doesburg é importante para a história do design. É interessante verificar a sua enorme mobilidade, as viagens permanentes e o seu trabalho na promoção do movimento artístico: a sua perspicácia sobre como fazê-lo e a sua energia para manter viva a publicação, que foi sendo produzida em diversos países. O seu trabalho no desenho de interiores, apesar de minúsculo, é inovador. Já no campo do design de comunicação é muito difícil de enquadrar o actual destaque, ou – atrevo-me a dizer – até a sua presença.

2. CASO DE ESTUDO 2: EL LISSITZKY

El Lissitzky (b. 1890 -1940, nascido Lazar Markovich Lissitzky) também foi um criador em diferentes áreas: pintor, fotógrafo, designer, arquitecto. É igualmente considerado como uma das figuras mais importantes do design gráfico mundial, sendo o autor mais citado em termos de imagens no livro de Meggs e o terceiro mais referido em Hollis e Drucker. A sua relevância parece por isso indiscutível, observando esta proeminência.

É interessante verificar algumas semelhanças com van Doesburg pois El Lissitzky também se associou ao criador de um importante movimento artístico do século XX: Malevitch e o Suprematismo.

Em 1912 expõe pela primeira vez em São Petersburgo numa mostra colectiva. Um Catalogue Raisonné da sua obra está ainda por publicar o que seria importantíssimo para conhecer muitas obras que têm sido laboriosamente omitidas.

Começou a sua vida profissional estudando na Alemanha e mais tarde cursou arquitectura no Politécnico de Riga, exercendo como empregado nos ateliers de arquitectura de Boris Velikovskiy and Roman Klein. Desde o início da sua carreira que assumiu o compromisso de divulgação e promoção da cultura judaica, começando por ilustrar livros iídiche para crianças. Conhecem-se os seus livros de 1917 *"Sihes hulin: Eyne fun di geshikhten"* (uma conversa diária), *"Yingl Tzingl Khvat"* (o rapaz mal comportado) de 1918 e *"Had gadya"* (uma cabra), 1919.

Começou a ensinar aos 15 anos, na sua terra natal e manterá a atividade lectiva ao longo da maior parte da sua vida. Durante este período desenhou alguns cartazes de propaganda à revolução, mas este trabalho tem sido omitido talvez porque muitos destes trabalhos sejam sobre o exílio de Leon Trotsky. A escolha das obras que conhecemos de Lissitzky deste período é conveniente, como a do cartaz famosíssimo de 1919 *"Derrota os brancos com a cunha vermelha"* onde a influência suprematista é evidente. El Lissitzky continuou a trabalhar para a revolução russa até 1941, ano da sua morte, tendo conseguido manter boas relações com alterações de poder.

A biografia de El Lissitzky atribui-lhe um papel importante no UNOVIS, um grupo criativo formado para trabalhar os princípios do suprematismo sob uma assinatura colectiva. O grupo nasceu dentro da escola a partir de alunos, com o apoio dos profes-

sores Vera Ermolaeva, Nina Kogan e do próprio El Lissitzky.

Uma análise mais atenta mostra que o grupo foi fundado em 1920 com 36 membros e Lissitzky é um deles. Dois anos depois, a foto colectiva mostra I.Chervinko, K.Malevich, T.Royak, A.Kagan, N.Suetin, L.Yudin, E.Magaril; M.Vexler, V.Ermolaeva, I. Chashnik, L.Khidekel («UNOVIS: Russian Avant-garde Gallery», n. date). Pergunta-se assim se o papel que sua biografia lhe deu, colocando-o lado a lado com Malevitch na vanguarda do suprematismo era real até porque em 1921 assume o cargo de embaixador cultural russo na Alemanha; como é fácil de reconhecer, um ano sob ideias de Malevitch não pode ser suficiente para torná-lo uma figura importante do suprematismo.

Em Berlim, em 1922, ele iniciou o periódico Veshch-Gegenstand Objekt com a escritora judaica russa Ilya Ehrenburg que só teve duas edições e cujo interesse gráfico é limitado à capa e pouco mais do miolo e pouco significativo se comparado com trabalhos de outros autores da mesma época como Semyon Kirsanov ou Liubov Popova. Ainda em 1922 saiu o conto suprematista "dois quadrados" que é uma experiência muito curiosa de abstracionismo aplicado a uma narrativa.

Em 1923 foi publicado o famoso "Para A Voz", e neste caso estamos perante um exemplo claro de um experimentalismo gráfico muito interessante e inspirador. Desde a encadernação, à indexação com um cortante do tipo bíblia, à paginação de cada poema de Vladimir Mayakovski, o livro é um exemplo da criação de novas soluções para este objeto.

Ainda em 1925 saiu um livro feito com Hans Arp que será uma referência para Jan Tschichold e para a sua "Die Neue Typographie" de 1928. É este o ponto chave, provavelmente, para perceber o destaque dado a El Lissitzky, pois o livro "Kunstizmy", que é uma espécie de catálogo sobre os movimentos artísticos o princípio do século XX foi uma referência estrutural para Tschichold e este para o chamado "estilo Suíço".

Diagnosticado com pneumonia aguda em outubro de 1923 que evoluiu para a tuberculose pulmonar, viajou para um sanatório suíço em fevereiro de 1924. Durante esta estadia ele trabalhou na publicidade para a Pelikan, fazendo traduções e outras atividades para pagar o seu tratamento. Voltou para Moscovo em 1925 para ensinar design de interiores, trabalhos em metal e arquitetura, um posto que ele iria manter até 1930.

Embora Estaline tenha colocado na lista negra muitos dos artistas russos contemporâneos de Lissitzky, este conseguiu manter-se nas boas graças do poder e continuar a colaborar com o regime, projectando exposições e propaganda, adaptando-se ao novo realismo socialista exigido pelo governo. Chegou mesmo a propor a estátua de Estaline que foi colocada na entrada do pavilhão central de uma exposição.

A revista "USSR im Bau" (URSS em construção) é o último exemplo da sua capacidade de construir imagens inovadoras. Em 1941, sua tuberculose piorou, mas, como já foi dito, continuou a produzir propaganda para os esforços da Rússia na Segunda Guerra Mundial. Morreu a 30 de Dezembro de 1941, em Moscovo.

3. CASO DE ESTUDO 3: OTTO NEURATH E A AEG

Na tese de mestrado de Teresa Carvalho (2016) sobre marcas portuguesas desaparecidas lê-se: "Em 1907, o empresário visionário Emil Rathenau, diretor da empresa alemã AEG, contratou Peter Behrens e Otto Neurath e constituiu a primeira equipa de consultores de imagem." (p.12). Esta afirmação está referenciada e resulta de uma paráfrase do livro de Daniel Raposo "Design de Identidade e Imagem Corporativa" onde se lê: "Em 1908, Henry Ford implementou a divisão do trabalho em linha. De forma insólita e em contra corrente, Peter Behrens e Otto Neurath, constituem a primeira equipa de consultores de imagem desde uma perspectiva sociológica quando no mesmo ano colaboraram juntos com a firma alemã AEG." (Raposo, 2008, p. 80). Esta afirmação de Raposo está referenciada em Joan Costa e no seu livro "Identidade Televisiva em 4D" (2007). Então perguntámos a Joan Costa como é que tinha chegado a esta conclusão que parece tão improvável, que Otto Neurath tinha trabalhado para a AEG. Conhecendo razoavelmente a biografia de Otto Neurath, esta hipótese é inverossímil. A resposta de Joan Costa chegou por e-mail (Costa, 2016) repetindo que Otto neurath foi contratado em 1908 como sociólogo para as "relações humanas" da AEG, com o exterior e com a sociedade.

Insisti com Joan Costa para saber em que é que se baseava para fazer esta afirmação pois não há nenhum registo que o confirme e muito menos nas datas que refere. Até porque nesta resposta se adiciona uma nova conversa entre Emil (? Não seria mais plausível Walther, filho de Emil, neste período da empresa ?) Rathenau e a administração da AEG

em que os segundos questionavam estas contratações por serem cargos improdutivos e o primeiro defendia-as como sendo tão vitais como a economia e a engenharia. Este diálogo acrescentava dados que só poderiam ter sido obtidos através de uma conversa com antigos administradores vivos, uma entrevista publicada algures, consulta a actas de reuniões da empresa.

A resposta chegou pouco tempo depois (Costa, 2016) com a confirmação da nossa hipótese: não há qualquer indício que comprove que Neurath tenha trabalhado para a AEG em qualquer data ou sequer que tenha conhecido Rathenau. É um mito criado em Espanha, com diálogos administrativos apensos, sem uma fundamentação aparente e que o próprio Joan tem repetido em diversos suportes.

Toda a gente comete erros e este facto não descredibiliza minimamente o enorme trabalho feito por Joan Costa no campo da teorização das marcas. Mas é um exemplo da forma como os erros se espalham. A origem mais antiga que encontrei desta informação – a de Otto Neurath ter sido empregado da AEG – é espanhola de 2004 no livro "Comunicación Total" de Ángel Luis Cervera Fantoni (4ª edição, p. 103). Ángel Fantoni é um teórico do marketing. Encontramos mais referências espanholas num artigo de jornal do "La Nación" em setembro de 2008 (<http://www.lanacion.com.ar/1050253-la-imagen-corporativa-empezo-hace-100-anos-en-alemania>) no blog "blog-o-corp" numa entrada de Setembro de 2009 (<http://cristinaaced.com/blog/2008/09/04/aeg-los-origenes-de-la-identidad-corporativa/>) também no blog "suenos de un ladrillo" com uma entrada em Julho de 2010 (<http://suenosdeunladrillo.blogspot.pt/2010/07/turbinenfabrik-aeg-peter-behrens-y-los.html>). Na Colômbia, a associação de designers gráficos local (ADGCO), em Junho de 2009 também reproduz esta informação (<http://www.adgcolombia.org/archivo/articulos/diseño-se-integra-a-las-empresas>), tendo já chegado a Portugal (em Paul Heitlinger, tipógrafos.net) e ao Brasil, em 2013 no blog Deutscher Werkbund dos alunos brasileiros Ana Maia, Daniel Almeida, Fabiane Rudnick, Jean Carlos Smekatz, Paula Eduarda e Sabrina Pereira do primeiro ano do curso de Design Da Univil-Joinville. É a mística do mito em funcionamento.

4. CONCLUSÕES

O estudo destes três casos permite-nos concluir sobre a facilidade como se assumem e propagam alguns mitos e o muito trabalho de base que é

necessário fazer para os desmistificar. Percebemos que a mistificação é feita para construir um passado para um determinado presente. Nos dois primeiros casos a ideia é construir lastro histórico que culmina no chamado "Estilo Internacional" ou "escola Suíça" e que mais tarde patrocinará outro envolvimento de perspetivação histórica em Meggs, com os designers que fazem a saída do modernismo. Mas isso será outro inquérito.

Os casos van Doesburg e El Lissitzky mostram como é feita uma escolha em autores cuja expressão formal melhor se conforma com a formalização proposta pelo modernismo Suíço. Note-se que podíamos ter encontrado autores de livros ou de outros elementos impressos ligados a outros movimentos artísticos como o expressionismo ou ao cubismo. Perguntamo-nos, pois, se será casual que a escolha recaia sobre autores que se encaixam perfeitamente no tipo de formalizações que o chamado "modernismo Suíço" vai propor. Como alguém que faz uma árvore genealógica da sua família e escolhe apenas os ascendentes que melhor lhe assentam. Neste caso parece que a história foi escolhida para encontrar uma ascendência conveniente, selecionando os casos que melhor se ajustavam ao período do design que mais se exalta.

Também a questão da marca da AEG se liga a uma vontade de criar um ponto de partida para um determinado tipo de formas de logotipos. Temos a marca da Coca-Cola (1886), da Nestlé (de 1868 e ainda em uso) e muitas outras marcas do início de 1900 que se estruturam sobre logotipos (Kellogg's) ou imagens (Shell) e, portanto, a ideia de centrar na AEG um momento fundador da ideia de identidade corporativa poderá estar ligada não ao facto de ter sido pioneira, porque não foi, mas por o ter feito de uma determinada maneira, mais uma vez, mais modernista. Enquanto a marca da Coca-Cola é desenhada num cursivo desequilibrado e a da Nestlé se suporta num desenho de um ninho com dois pássaros (só para dar dois exemplos) a da AEG é geométrica. Assim o que está em causa não é a ideia de marca coordenada, mas sim o desenho plano, geométrico, reducionista que veio a caracterizar o trabalho de identidade e marca do período entre 1955 e 1970. Porquê este destaque para a AEG, ainda por cima quando o trabalho de Behrens na marca é toco em 1900, e só em 1908 se começa a aproximar de uma ideia de marca minimamente sólida (nas duas marcas criadas nesse ano), o que acontece na versão de 1912. Convém não esquecer que os ateliers tinham vários arquitectos e desenhadores (e pelo de Behrens passaram vários nomes notabilíssimos) e que não era Behrens que estava a desenhar todos os pormenores da fábrica

de turbinas, do catálogo e da marca. Ele seleciona os seus funcionários e controlava a sua produção e nesse sentido o trabalho é dele. Mas não é absurdo pensar que as marcas possam ter surgido do punho de Wilhem Deffke que iniciou a sua carreira profissional precisamente no atelier de Behrens. É possível (especulação minha) que tenha trabalhado na imagem da AEG, porque se tornou num designer notável neste campo, tendo construído várias marcas com o espírito plano e geométrico da AEG e que ainda hoje estão em funcionamento. É dele a swastika nazi, a marca dos dois gémeos da cutelaria J.A.Henckels ou os três anéis da Krupp (actualmente ThyssenKrupp), entre muitas outras. A AEG é uma empresa que esteve directamente envolvido no esforço da guerra. O filho de Emil, Walther, foi o responsável pelo planeamento da mão de obra e matérias primas na guerra (e presidente da AEG). Este modelo de planeamento pode ter interessado Neurath que no período de 1916 / 18 se tinha dedicado a estudar os efeitos da guerra na economia, sendo este o único ela possível entre a empresa e o investigador.

Estes dois casos mostram o muito que há a fazer no inquérito às narrativas históricas dominantes no design de comunicação. Não nos podemos esquecer que surgem num período não digital onde a obtenção de imagens e o seu transporte era complicado e caro, quando os arquivos e museus do design não existiam ou eram embrionários e onde o número de académicos e investigadores era reduzido. Neste sentido olhamos para estes primeiros livros como esforços propedéuticos da maior valia. Mas não nos podemos reduzir-nos a eles e replicá-los sem os inquirir.

5. POST SCRIPTUM: ADESTE FIDELES

Reproduzimos na íntegra o "post" de Rui Vieira Nery:

"O Facebook decidiu repescar este meu post antigo, e como estamos na quadra natalícia e o tema não perde actualidade (além de que quem sou eu para contrariar a sabedoria infinita do Facebook?), aqui fica de novo:

Todos os anos, mais ou menos por esta altura, há uma alma patriótica que desenterra não se sabe bem de onde, com a melhor das intenções o disparate musicológico absoluto da atribuição do conhecido hino de Natal "Adeste fideles" ao nosso Rei D. João IV, o que desperta logo uma corrente interminável de "likes" de orgulho nacional. Ano sim, ano não, a

irritação profissional pela perpetuação dessa atoarda faz-me tentar desmentir como posso o boato (tanto mais que a figura de D. João IV, sobre quem trabalho há quase quarenta anos, nos deve merecer a todos o maior respeito pelo seu papel inimitável de protector da Música e dos músicos portugueses do seu tempo, e não precisa para tal desta atribuição abusiva de paternidade musical). Aqui fica, pois, mais uma vez, o devido esclarecimento, embora sabendo que estarei provavelmente a pregar no deserto, porque a mística do mito tem sempre mais força do que qualquer argumento racional.

1) O "Adeste fideles" é uma obra composta em harmonia funcional inteiramente tonal, com acompanhamento de baixo contínuo, num estilo absolutamente incompatível com a prática musical do tempo de D. João IV, que morreu em 1656. Atribuí-lo ao nosso Rei ou a qualquer compositor europeu da sua geração seria sensivelmente o mesmo disparate do que dizer que Bach poderia ter escrito da "Nona Sinfonia" de Beethoven ou que Brahms poderia ter sido o autor da "Sagração da Primavera"...

2) Como se isto não bastasse, o próprio texto "Adeste fideles" não consta de quaisquer livros litúrgicos antes do século XVIII, até à sua edição por John Francis Wade no início da década de 1740, embora possa ter sido baseado, remotamente, num texto medieval.

Estes dois argumentos deveriam ser suficientes para qualquer pessoa que saiba alguma coisa de Música do século XVII. Mas deve referir-se ainda que:

3) É absolutamente falso que existam em Vila Viçosa quaisquer manuscritos do início do século XVII – ou de qualquer outro período, por sinal, até pelo menos meados do século XX – com esta obra. Trata-se de uma invenção surrealista de quem escreveu o artigo "Adeste fideles" da Wikipédia portuguesa.

4) Nenhuma das várias fontes contemporâneas de D. João IV que enumeram detalhadamente as suas composições refere que ele tenha composto qualquer "Adeste fideles" (o que em qualquer caso não poderia ter feito porque o texto ainda não existia). E mesmo quando no final do século XVIII começou a haver a moda de atribuir arbitrariamente ao Rei obras anónimas, como o "Crux fidelis" ou o "Adjva nos", nunca o "Adeste fideles" foi sequer incluído nestas falsas atribuições.

De onde nasceu então o mito da atribuição a D. João IV? É simples:

5) Ao "Adeste fideles" foi dado o nome de "Portuguese Hymn" em várias publicações inglesas porque esta composição era cantada na capela da Embaixada de Portugal em Londres, que até à legalização do culto católico em Inglaterra, com a promulgação do Roman Catholic Relief Act de 1829, era um dos únicos locais em que ele podia ser celebrado em território britânico. Vincent Novello (1781–1861), que foi a partir de 1797 Mestre de Capela e Organista da Capela Portuguesa, publicou em 1811 uma colectânea intitulada A Collection of Sacred Music, as Performed at the Royal Portuguese Chapel in London que teve depois grande influência na constituição de um repertório católico inglês, e como "Adeste fideles" estava nela incluído passou a ser conhecido como o "Hino Português" e assim se foi divulgando no mundo católico internacional. Mais tarde seria incluído, numa versão "pseudo-gregoriana", no próprio "Liber Usualis" editado na sequência da reforma litúrgica de Pio X, no início do século XX.

6) A atribuição da obra a D. João IV é, pois, uma fantasia romântica sem qualquer fundamento, cuja origem é hoje impossível de datar com precisão, mas que não é sustentada por nenhum – absolutamente nenhum – dos autores que estudaram a vida e obra de D. João IV, de Joaquim de Vasconcelos e Ernesto Vieira a Mário de Sampaio Ribeiro e Luís de Freitas Branco, o que sugere que tenha surgido já em meados do século XX.

Quem é então o autor do "Adeste fideles"?

7) Não sabemos, pura e simplesmente, mas a natureza da própria música indica que não poderá ter sido composto antes do último quarto do século XVII e mais provavelmente já em inícios do século XVIII. Vincent Novello, quando publica o seu arranjo da obra, atribui-a a John Reading, organista do Winchester College que morreu em 1692, mas a primeira versão escrita que se conhece é de John Francis Wade (1711 – 1786), e sendo Reading protestante e Wade um católico assumido, que se exilou inclusive no Continente por lealdade à causa do Pretendente Stuart, seria mais natural que a Capela da Embaixada Portuguesa adoptasse uma obra sua do que uma da composição de um anglicano.

Um Santo Natal a todos os Amigos, "fideles".

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Costa, J. (2007). Identidad Televisiva en 4D (1a). Bolívia: Grupo Editorial Design.

Costa, J. (2016, Dezembro 23). Respuesta.

Drucker, J., & McVarish, E. (2009). Graphic design history: a critical guide. New Jersey: Pearson, Prentice Hall.

Eskilson, S. J. (2007). Graphic design, a new history (1a). London: Laurence King.

Hollis, R. (2002). Graphic Design: A Concise History (2.a ed.). London: Thames & Hudson.

Margolin, V. (2015). World History Of Design (1a, Vol. 2). London and New York: Bloomsbury Academic.

Meggs, P., & Purvis, A. (2012). Meggs' History of Graphic Design (5a). Hoboken: Wiley.

Raposo, D. (2008). Design de Identidade e Imagem Corporativa. Branding, história da marca, gestão de marca, identidade visual corporativa. (1a). Castelo Branco: Castelo Branco: Edições IPCB.

Thomas, M. (2008). Dutch Design, A History (1a). London: Reaktion Books.

UNOVIS : Russian Avant-garde Gallery. (sem data). Obtido 4 de Dezembro de 2016, de <http://www.russianavantgard.com/unovis-c-6.html>

Vieira Nery, R. (2016, Dezembro 21). Rui Vieira Nery - O Facebook decidiu repescar este meu post... Obtido 29 de Dezembro de 2016, de <https://www.facebook.com/ruivieira.nery/posts/1361451127254733>

Welsh, R. (1976). Theo van Doesburg and Geometric Abstraction. Em F. Bulhof (Ed.), Nijhoff, Van Ostajen, «De Stijl» Modernismo In The Netherlands And Belgium In The First Quarter Of The 20th Century (1a, p. 135). Hague: Martinus Nijhoff.