

# HISTÓRIA DO DESIGN AUTORAL

**Florencia Rodríguez Pires – Design/CA/UFPeI**

frodriguezpires@gmail.com

**Lúcia Bergamaschi Costa Weymar – Design/CA/UFPeI**

luciaweymar@gmail.com

## RESUMO

Este artigo é um excerto da pesquisa [ENTITLED]: Sobre Design, Livros de Artista e Assinatura Estilística(ainda em progresso), o qual propõe a análise da produção da autora em busca de traços que revelem a presença e determinem sua assinatura estilística em seu trabalho. Este segmento ora apresentadobusca, mediante levantamento bibliográfico, compreender o cenário de autoria no design – o que lhe deu origem e quais suas repercussõesno design Pós-Moderno.

**Palavras-chave:** História do Design;Autoria;Design Autoral.

## INTRODUÇÃO

Este artigo tem por objetivo angariar informações, mediante levantamento bibliográfico e contraponto de teóricos do design, acerca do design autoral e o contexto histórico-social que fortemente influenciou as discussões da área que vivenciamos atualmente.

Os resultados apresentados neste artigo, contudo, são parte integral da dimensão teórica do projeto em atual desenvolvimento no final do bacharelado em Design Digital pela Universidade Federal de Pelotas (UFPeI), o qual por sua vez apresenta um panorama mais amplo de pesquisa a partir de diferentes questionamentos.

## **SOBRE AUTORIA**

De maneira alguma me considero especialista no assunto, porém acredito durante o tempo em que venho pesquisando sobre Design Autoral ter lido livros suficientes para compreender que, quando se fala sobre Design Autoral, é inevitável e irrefutável a necessidade de, primeiramente, explorar brevemente o campo da Autoria.

Autoria nos remete em primeiro lugar a textos, escrita e a uma certa posição elevada que a palavra acarreta. O significado da palavra autor refere-se à “pessoa que origina ou dá existência a algo”<sup>1</sup> que, como ressaltado por Michael Rock (2013), tem uma conotação fraternal, quase genética. Ainda, Rock (2013) resalta o fato de, durante e após o Renascimento, um nome ser necessário como forma de validação de um texto científico; enquanto o anonimato era validação suficiente para textos de antigamente, como os Evangelhos, por exemplo, que eram assinados por um nome simbólico.

No entanto, durante o século XVIII, Foucault (apud ROCK, 2013) sugere uma inversão na situação acima descrita; quando os autores passam a ser alvos de crítica por sua escrita, a literatura passa a requerer um nome, enquanto que os descobrimentos científicos passam a ser anônimos.

Com um pequeno pulo na linha do tempo partimos para 1968, ano em que o debate de autoria atingiu o seu ápice. Neste ano, Roland Barthes, crítico literário e teórico, acende a chama da revolução literária com a publicação de seu ensaio “A Morte do Autor” na 5ª edição da revista Manteia. Esta obra teve uma grande repercussão no cenário francês que, ainda recuperando-se de consequências físicas e morais da Segunda Guerra Mundial, enfrentava uma greve geral onde estudantes e trabalhadores uniram-se nas barricadas para reivindicar sua voz em um movimento que beirou a Revolução Socialista. Nesta publicação, Barthes propunha a eliminação do autor como objeto central, “[...] para Barthes, o autor não vem antes de seu livro como um pai vem antes do filho porque o único tempo que existe é o da enunciação. Quem era este sujeito, onde viveu, o que sentia, não mais interessa. O que importa é o aqui e o agora da enunciação”

---

<sup>1</sup> “A palavra autor diz sobre uma pessoa que compõe um livro, um artigo ou outra peça escrita. Diz também sobre um originador ou criador.” (COLLINS, H. Author. In: \_\_\_\_\_ EnglishDictionary On-line. Disponível em <<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/author>> Acessado em 25 oct 2014 14:50, tradução minha.)

(WEYMAR, 2010, p. 112), visto que o poder do legítimo “autor” encontra-se na recepção e interpretação do leitor, pois este define o real significado daquilo que foi lido. Aos ouvidos dos protestantes, um ensaio proclamando o destrono do autor em prol do leitor ressoou em seus ouvidos como um incentivo para as massas se voltarem contra a autoridade para reivindicarem seus direitos de cidadãos. Barthes culmina seu impactante ensaio “supondo que o nascimento dos leitores dá-se às custas da morte do autor”<sup>2</sup> (ROCK, 2013, p. 48, tradução minha.).

No ano seguinte, Foucault se pergunta “qual a diferença quem está de fato falando?” e publica o livro “O que é um Autor?” em resposta às ideias de Barthes. A obra “[...] delinea a taxonomia básica e funções do autor e os problemas associados com ideias convencionais de autoria e originação”<sup>3</sup> (ROCK, 2013, p. 46, tradução minha.).

A teoria foucautiana, como sugerida por Rock (2013), concorda no aspecto de que a relação entre autor e texto mudou, porém insiste que o autor ainda possui certa autoridade no que diz respeito à maneira em que o leitor assimila o texto. Apesar das discrepâncias e dos atritos, ainda assim,

[A]mbos atentam desmentir a noção de que o texto é uma linha de palavras que convêm um único significado, a mensagem de um autor/Deus, e recentram a atenção da crítica no ato de ler e nos leitores. O foco diverge da intenção do autor ao núcleo funcional da escrita em si, não *o que* significa, mas *como*<sup>4</sup> (ROCK, 2013, p. 48, tradução minha. Grifo Meu.).

Este feudo repercute no design; décadas após designers estariam prontos para sair das sombras do trabalho anônimo e reivindicar os direitos que talvez nunca lhes haviam outorgado em primeiro lugar.

---

<sup>2</sup>“Barthes ends his essay supposing that the ‘birth of the reader comes at the cost of the death of the author’”.

<sup>3</sup>“[...] outlines the basic taxonomy and functions of the author and the problems associated with conventional ideas of authorship and origination.”

<sup>4</sup> “Both attempt to overthrow the notion that a text is a line of words that releases a single, predetermined meaning, the central message of an author/god, and refocus critical attention on the activity of reading and readers. The focus shifts from the author’s intention to the internal workings of the writing itself, not what it means but how it means.”

## AUTORIA NO DESIGN

Antes de iniciar este capítulo gostaria de comentar que algum tempo atrás encontrei o livro “*The Designer as: Author, Producer, Activist, Entrepreneur, Curator & Collaborator – New Models for Communicating*” (McCARTHY, 2013) navegando no site da livraria Indigo Chapters, durante meu intercâmbio, e decidi comprá-lo. Nas páginas a seguir podem ser encontradas várias menções a ele cujo conteúdo considerei fascinante tanto em literatura quanto em tom. Em sua leitura, minha cabeça concordava fervorosamente com praticamente cada palavra lida; perdi meu medo de riscar livros e comecei a sublinhar frases e circular palavras (às vezes imperdoavelmente, já que não é todo dia que você encontra um autor que fala – mesmo que brevemente e inclusive com as mesmas palavras – exatamente sobre o que seu TCC aborda, ou seja, sobre *assinatura estilística* e dando suporte a sua hipótese). Por isso, obrigada Steven McCarthy.

Embora autoria no âmbito do design pareça ser uma área de estudo recente, acreditar que “surgiu” há poucas décadas seria desmerecer o trabalho de designers que, como William Morris em 1880, há mais de um século já praticavam design autoral, escrevendo, projetando, ilustrando e produzindo seus próprios livros (McCARTHY, 2013).

Ainda assim, somente ao final da década de '80 e início dos anos '90 os designers atreveram-se a questionar e explorar os limites e o seu posicionamento na área, surgindo debates em múltiplos meios sobre o designer como autor, produtor, escritor, empreendedor, e outros complementos.

Nas todas as décadas desde o alvoroço da atividade, o design autoral tem madurado e tem sido vastamente assimilado ao ponto de ser raramente questionado. Imagine o furor dos designers quanto às preposições: você não pode escrever o texto (apenas um escritor pode fazê-lo); você não pode publicar seu trabalho (apenas um editor pode fazê-lo); você não pode usar seus designs como crítica social ou política (apenas um **cliente pode encomendar** novo trabalho); você não pode conceber novos produtos e serviços (apenas uma pessoa de negócios pode fazê-lo) – é absurdo de se considerar!<sup>5</sup> (McCARTHY, 2013, p. 9, tradução minha. Grifo Meu.).

---

<sup>5</sup>“*In the almost decades since this flurry of activity, design authorship has matured and has been so widely assimilated that its tenets are rarely questioned. Imagine the furor of designers to these propositions: you cannot write the text (only a ‘writer’ can do that), you cannot publish*

Durante esse tempo, o termo autoria, conforme mencionado por Rock (in BIERUT, DRENTTEL, HELLER, 2002), tornou-se popular em alguns círculos do design, especialmente nos extremos da profissão, sendo eles o território acadêmico e a linha tênue entre design/arte – áreas das quais por coincidência pertencem, sendo estudante de um curso originado a partir das Artes Visuais – e o termo “designer como autor”, como alega Poyner (2010), passa a ser um dos conceitos chave do design pós-moderno.

Porém, como o próprio Rock (2002) diria, o que implica chamar um designer como autor?

O design é por natureza um processo colaborativo, o que indica que requer mais do que um elemento produtor (designer + cliente na equação mais simples). No capítulo “*It is what it is (or, are we there yet)*” de seu livro, Rock (2013) explica o processo de criação colaborativa.

Um projeto de design gráfico começa como um relacionamento, transforma-se em um processo de análise e mais ou menos especulação perspicaz, logo entra em uma fase de geração visual praticamente autista, seguido de uma síntese de especulação e experimentação que evolui para uma produção puramente mecânica e computacional [...] e finalmente surge para o mundo mediante um complexo de socialização e aculturação que inclui publicidade, relações públicas, distribuição, varejo, propaganda, testes focais e críticas<sup>6</sup> (ROCK, 2013, p. 101, tradução minha.).

Com isso em mente, como pode o designer querer denominar-se dono de algo que não é inteiramente seu? Quer ele dar crédito a cada indivíduo presente no processo de criação de uma peça? Antes de continuar a discussão deixemos claro que há diferença entre autoria e posse. Autoria não é posse; autoria são direitos. Segundo Gomes (2011 apud PIRES, 2013), a autoria compartilhada do design outorga Direitos Morais e Direitos Patrimoniais, sendo o primeiro aquele dirigido ao designer, referente ao direito de “paternidade” oferecido àquele que gerou e que, portanto, não pode ser

---

*your work (only a ‘publisher’ can do that); you cannot use your designs for social or political commentary (only a cliente can commission new work); you cannot conceive of new products and services (only a ‘business person’ can do that) – it is absurd to consider!”*

<sup>6</sup>“*A graphic-design project starts out as a relationship, transforms into a process of loose analysis and more or less insightful speculation, then enters into a practically autistic phase of visual generation, followed by a synthesis of speculation and experimentation that morphs into a purely computational and mechanical production [...] and finally emerges into the world through a complex of socialization and acculturation that includes publicity, public relations, distribution, retailing, advertising, focus testing and criticism.*”

transferido; já o segundo refere-se ao direito de exploração da obra, pertencente ao cliente. Direitos compartilhados, ainda resta a dúvida – o que implica chamar um designer de autor?

A discussão sobre autoria no âmbito do design estende-se por algumas décadas. Autores e membros da academia não apenas questionam a existência – por falta de um melhor termo –, e, dentro daquele círculo que defende sua existência, a discussão se ramifica; pessoas debatem sobre direitos autorais, empreendedorismo, ativismo, sobre o termo “autor” como produtor ou sobre alguma outra expressão de suas próprias preferências. Aonde quero chegar com isto é que a discussão estende-se em muitas direções e apresentar e debater cada uma das associações de autoria no design tornaria esta pesquisa quase infinita. Opto, então, por um recorte na história que beneficia o melhor entendimento deste projeto.

“[...] (A) o menos até a década de 1960, a retórica profissional insistia que o design era uma atividade essencialmente anônima” (POYNOR, 2010, p. 119). Para respaldar sua afirmação, Poynor indica que poucos membros do público saberiam citar o nome de um designer – sequer isso – se questionados, à diferença de outras profissões como artistas, escritores ou diretores de cinema.

Durante uma entrevista no seu estúdio 2x4, Rock (2013) profere que, segundo o Estatuto de Anne de 1709, um autor ao ser considerado dono do texto tornava-se também, segundo Foucault, sujeito à penitência em função de seu conteúdo – o que me parece pertinente. O cliente é o novo autor, enquanto o designer é a ferramenta para a publicação do texto do autor, metaforicamente, é claro. E como meras ferramentas, designers começaram a apagar os vestígios de sua presença no que acreditavam ser atitude mais honesta para com o cliente. Influenciando pela transparência do designer no decorrer das décadas. Poynor também oferece sua parte ao debate, dizendo que embora muitos designers estejam se libertando das amarras e quebrando fronteiras, outras acreditam que designers são “um grupo cuja função é expressar a mensagem de um cliente com a maior eficácia possível em um espírito de profissionalismo neutro” (POYNOR, 2010, p. 120), e a retórica do design, em muitas ocasiões, pode ter influenciado e nutrido essa assimilação do papel do profissional.

Alguns críticos questionam a ideia do design autoral, sob o pretexto de ser um veículo para os designers exercerem seu egos em expansão. À diferença de trabalhar nos bastidores, discreta e anonimamente, designers-autores

‘esquecem seu lugar’ e ambicionam a glória de produtores culturais, como *auteurs*. À diferença de meramente focar na forma visual, estes designers desejam envolver-se com o conteúdo – ao contrario da sabedoria convencional da profissão e de como muitos designers foram treinados<sup>7</sup> (McCARTHY, 2013, p. 12, tradução minha.).

Como mencionado acima, embora teóricos ainda hoje insistem que o design é essencialmente uma atividade anônima, “Como atividade profissional, o design gráfico enfrenta um futuro incerto [...]. Ao mesmo tempo, estão mais livres do que nunca para questionar, discordar e, quem sabe, começar a reescrever o papel que o design desempenhará no futuro.” (POYNOR, 2010, p. 17) Mais adiante, completa insistindo que o design nunca pode ser considerado um ato neutro, visto que produzir significa acrescentar algo de nós ao projeto.

Quando falamos em designer como autor, há quem pense que, com isso, queremos estampar nossos nomes em cada peça que produzimos. No entanto, poucos são os designers que, com o Bruce Mau<sup>8</sup>, são premiados com o privilégio de encontrar seu nome estampado na capa na posição de co-autor de Rem Koolhaas, no livro “*S,M,L,XL*” (1995) (Fig. 1).

O conteúdo do livro é essencialmente de Koolhaas *sobre* Koolhaas, porém, Mau mostrou nele um intenso envolvimento. O livro levou quase cinco anos para ser finalizado, como menciona Poynor (2010), expandindo das 264 páginas iniciais a um exorbitante número de 1.344 páginas em sua versão final, o que quase levou o estúdio canadense à falência.

A abordagem de Mau dependia de encontrar clientes que tivessem por ele a confiança e o respeito necessários para convidá-lo a se envolver nos projetos já no estágio inicial. Outros designers iniciam seus próprios projetos e são responsáveis por seu conteúdo, gerado inteiramente ou em grande parte por

---

<sup>7</sup>“Some critics question the idea of design authorship, claiming that it’s a vehicle for designers to exert their rapidly expanding egos. Rather than working behind the scenes, discretely and anonymously, designer-authors ‘forget their place’ and strive for glory as cultural producers, as auteurs. Rather than merely focusing on visual form, these designers wish to be involved with content – this is contrary to the conventional wisdom of the profession and how many designers have been trained.”

<sup>8</sup> Bruce Mau é um designer canadense. Estudou na Ontario College of Art and Design (OCAD U), porém desistiu de sua formação prévio ao graduar-se. De 1985-2010 atuou como Diretor de Criação na Bruce Mau Design (BMD) e fundador do *Institute without Boundaries*. (“**Bruce Mau**”. *Famous Graphic Designers, On-line*, n/a. Disponível em <<http://www.famousgraphicdesigners.org/bruce-mau>> Acessado em 25 oct 2015 20:25)



**Figura1: S,M,X,XL (KOOLHAAS, R.; MAU, B.; 1995) [Fonte: auction.catawiki.com]**

Ellen Lupton (apud McCARTHY, 2013) diz que a autoria no design pode ser interpretada de várias maneiras; seja desenvolvendo uma assinatura visual, atuando como *auteur*, seja escrevendo sobre design, editando e publicando. Pode-se também comentar e debater design e assim ela o faz, em parte de sua carreira. Lupton cita Bruce Mau como exemplo de um conjunto destas ações, gerando conteúdo com sua própria assinatura visual.

Projetos pessoais, paralelos, que não são encomendados por um cliente e que servem o propósito de agradar um público muito limitado, raramente se expandindo além do próprio designer/criador/autor, são muito importantes para o designer. Não só este tipo de projeto estimula sua criatividade como também auxilia a manter sua sanidade mental – é um momento em que ele trabalha para ele, talvez para além dos motivos financeiros, mas por motivos internos, de expressão emocional, sem prazos, sem pressões.

Por algum tempo esta pesquisa foi meu projeto pessoal, um projeto paralelo a minha vida acadêmica – embora fosse parte da minha vida acadêmica. Neste tempo, eu não me sentia obrigada a escrever ou pesquisar, mas o fazia por vontade e percebi que meu rendimento era assim mais satisfatório. Não sentia necessidade de procrastinar ou evitar este trabalho porque, com toda sinceridade, trabalhava nele quando precisava tirar

minha mente de outros trabalhos. No momento em que a pesquisa passou a ser uma prioridade, encontrei-me preferindo trabalhar no desenvolvimento de um livro de artista como projeto prático, e também como novos projetos. Não pela necessidade de produzir para gerar uma renda, mas produzir para me expressar como pessoa, através do design.

Na década de '80, emergiram na atmosfera do design vários nomes influentes através do gênero de livros de artista, cujo motivo, como ressalta Poynor (2010), era a expressão do seu próprio conteúdo. Ainda,“(P)oucos designers profissionais operam, ou buscam operar, com esse nível de autoria, trabalhando com conteúdo tão próprio que expressa uma visão individual e consistente.” (POYNOR, 2010, p. 134.)

Autoria também existe nas decisões que os autores tomam. [...] ‘Todos os bons designers que admire têm desenvolvido uma convicção de que maneira em que melhor servem seus clientes é apresentando um forte ponto de vista na relação designer/cliente. Isto não sempre significa impor um forte estilo visual em tudo. Também significa se importar com o significado do trabalho, o que é a mensagem [e] como ela é direcionada’<sup>9</sup> (McCARTHY, 2013, p. 12, tradução minha.).

Quando falamos em designer como autor, há quem pense que, com isso, queremos estampar nossos nomes em cada peça que produzimos. Não queremos reconhecimento para alimentar nossos egos. Contudo, neste trabalho, quando me refiro ao designer como autor quero, sim, que estes assinem seus projetos, que valorizem seu trabalho e talento da melhor forma possível – não com seus punhos e canetas, mas com seu estilo; afinal, “estamos íntima e fisicamente conectados com o trabalho que nós produzimos, e é inevitável que nosso trabalho porte nossa estampa”<sup>10</sup> (ROCK, 2013, p. 95, tradução minha.). Como afirmado por McCarthy (2013), o design autoral teve e continua a ter nada além de impactos positivos no campo do design, aprimorando, enriquecendo e ampliado a disciplina.

---

<sup>9</sup> “*Authorship also exists in the incremental decisions that designers make. [...] ‘All of the good designers I admire have developed a conviction that the way they serve their clients the best is by bringing a strong point of view to the designer/client relationship. This doesn’t always mean simply imposing a strong visual style on everything. It can also mean caring deeply about the meaning of the work, what the messages are, [and] how they’re directed’.*”

<sup>10</sup> “[W]e are intimately, physically connected to the work we produce, and it is inevitable that our work bears our stamp.”

## CONCLUSÃO

A autoria no design ainda tem muito fôlego para discussões, portanto acredito que se estenderá por um período de tempo significativo no qual presenciaremos novas perspectivas e aspectos para enriquecer o legado do design e a valorização do designer e suas competências no mercado. No entanto, não teríamos chegado em este ponto, mesmo depois das mais de quatro décadas de debate, se não pela influência da revelação – principalmente nas artes e na literatura que repercutiram não só na sociedade como um todo, mas em nichos específicos como o design – que deu coragem aos membros de sua comunidade para explorar, celebrar e vindicar sua singularidade como profissionais.

## REFERÊNCIAS

BIERUT, Michael, DRENTTEL, William, HELLER, Steven “*Looking Closer 4: Critical Writings on Graphic Design*” Allworth Press, 2002.

MCCARTHY, Steven. “*The Designer as...: Author, Producer, Activist, Entrepreneur, Curator and Collaborator: New Models for Communicating*”. Amsterdam: BIS Publishers, 2013. 247p.

POYNOR, Rick. “**Abaixo as Regras: Design Gráfico e Pós-Modernismo**”. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ROCK, Michael. “*Graphic Authorship*”. Typotheque.com. 2004. Disponível em: <[https://www.typotheque.com/articles/graphic\\_authorship](https://www.typotheque.com/articles/graphic_authorship)> Acessado em 30 abr. 2015 23:17

ROCK, Michael, 2x4. “*Multiple Signatures: On designers, authors, readers and users*”. New York: Rizzoli International Publications, Inc., 2013.

PIRES, Florencia Rodríguez “**A Valorização da Assinatura Estilística no Design Autoral**”. Congresso de Iniciação Científica da UFPel, 22, 2013. Pelotas. Resumo. Pelotas: UFPel, 2013.

WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa. “**Design entre aspas: indícios de autorias nas marcas da comunicação gráfica**” 2010. 332 f. Tese – Faculdade dos Meios de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2010.