

DESIGN AUTORAL E DESIGN DIGITAL: UMA APROXIMAÇÃO TEÓRICA

RENAN HUMBERTO LUNARDELLO FONSECA¹;
GABRIELA DA SILVA ZAGO²

¹UFPel (Universidade Federal de Pelotas) – renanhlf@gmail.com

²UFPel (Universidade Federal de Pelotas) – gabrielaz@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho é resultado das discussões iniciadas no projeto de pesquisa “Design Digital na Cibercultura: interfaces, processos e metodologias” e da revisão bibliográfica feita sobre Autoria no Design. Tem como tema o Autor e a Autoria no Design, para construir as bases e discutir, posteriormente, como relacionar Design Autoral e Design Digital e como a questão do Autor se comporta dentro da Cibercultura. Nesse contexto, os conceitos de Cibercultura, Design Digital e Autoria são fundamentais para nortear a discussão.

A Cibercultura pode ser entendida como o estudo de vários fenômenos sociais associados à internet e a comunicação em rede (LEMOS, 2005). Já o Design Digital é compreendido, nesse contexto, como a área onde os designers atuam no desenvolvimento e na criação de interfaces digitais para os diversos dispositivos tecnológicos (ROYO, 2008), como no caso de sites da web, aplicativos para dispositivos móveis e jogos. Normalmente, esses trabalhos envolvem equipes multidisciplinares e não são o resultado do trabalho de um único profissional, o que traz implicações para se pensar a questão da autoria.

De acordo com ROCK (1996) o significado da palavra 'autor' mudou significativamente ao longo da história e têm sido muito discutido nos últimos 40 anos. As primeiras definições não estão associadas diretamente a literatura em si, mas sim indicam pessoa que origina ou dá existência a qualquer coisa. Outros usos possuem conotações autoritárias ou patriarcais, como por exemplo: “o pai de toda a vida, governante, construtor ou fundador”.

A partir de Roland Barthes com seu ensaio a ‘Morte do Autor’, em 1968, foi iniciada uma interessante discussão. BARTHES (2004, p. 06) afirma que “o nascimento do leitor tem de pagar-se com a morte do Autor”. Com isso podemos pensar que essa ideia não se aplica só ao universo da literatura e da escrita, mas também ao universo da arte e do design. Podemos imaginar que cada pessoa que observar uma obra de arte (como por exemplo, uma escultura) terá sua interpretação particular, ou seja, de acordo com BARTHES (2004), a obra pertence a quem a observa e interpreta e não à intencionalidade de seu criador. Como resposta a Barthes, em 1969, Michel Foucault faz uso da pergunta retórica ‘O que é o Autor?’ como título de seu ensaio, no qual ele expõe as principais características do autor, através de análise histórica de como as relações autor versus obra mudaram ao longo do tempo. Foucault conclui que a função do autor está ligada intrinsecamente aos sistemas sociais e culturais que se apropriam do discurso, ou seja, a função do autor não é igual em todos os discursos, em todos os lugares e épocas.

Paralelamente aos estudos de Barthes e Foucault, o cineasta e crítico de cinema francês François Truffaut (apud LIMA, 2012), juntamente com outros críticos e cineastas contemporâneos, centralizou a responsabilidade da obra filmica ao diretor, tal como a um pintor, escritor ou escultor em obras artísticas. Truffaut definiu que um filme não era mais obra do resultado de trabalho coletivo

com mero propósito comercial e de distração em massa, mas sim (por meio de um conjunto de critérios que ele estabeleceu) expressão idiosincrática do diretor (TRUFFAUT, 2000 apud LIMA, 2012).

A partir do exposto, o objetivo desse estudo foi compreender o que é o Autor e a Autoria no Design e relacionar essas conceituações com o Design Digital na Cibercultura. Trata-se de uma importante discussão, que pode contribuir com o campo de estudos acerca da área.

2. METODOLOGIA

A partir do emprego de revisão bibliográfica, o trabalho busca aproximar dois campos: o Design Autoral e o Design Digital. A pesquisa assume, assim, um caráter exploratório (GIL, 2008), uma vez que essas duas áreas não costumam comumente aparecer juntas.

Não é interesse de esse artigo trazer respostas definitivas acerca do que é Design Autoral, mas sim apresentar ideias e dissertar sobre o tema, a fim de contribuir para esse campo de estudo, e mostrar a situação atual da discussão sobre o mesmo dentro do projeto de pesquisa voltado para o estudo do Design Digital na Cibercultura.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

É possível que a questão de autoria no design pareça um ato egocêntrico para alguns. Entretanto, o design também não seria agente transformador? Para FLUSSER (2007, p.14) “a base de toda a cultura é a tentativa de enganar a natureza por meio da tecnologia(...)” e o design é um dos responsáveis por criar soluções para problemas, ou seja, criar novas tecnologias, que conforme a etiologia da palavra significa técnica, arte, ofício ou estudos. No passado “(...) intelectuais fizeram a diferença porque deixaram sua marca na história recente colocando à prova estruturas tradicionais da arte e da cultura em geral.” (WEYMAR, 2013, p. 129). E quando um designer cria algo novo ele também pode estar criando algo que revolucione um período e deixe sua marca na história, assim como os intelectuais do passado mudaram toda uma geração.

No entanto, para isso o designer não pode ser tão neutro ou pouco singular nas suas produções, senão de que outra maneira o seu trabalho se destacaria dentre tantos? Se o designer fizer apenas o que comumente é feito, como isso poderia conferir destaque a ele ou poderia mudar verdadeiramente algo? Quando um designer é autoral em suas produções, ou seja, quando “(...) a sua função de autor excede a sua própria obra” (FOUCAULT, 2001, p. 21), ele cria algo que é relevante tanto para ele como para seu cliente, pois sua produção passa a ter uma identidade visual, destacando-se das demais. Quando o designer não cede à pressão convencional e confere a sua produção algo que a torne única ou que a diferencie das demais, ele dá destaque para o que produz e para ele como profissional.

No meio digital, tem se tornado cada vez mais fácil criar interfaces digitais autorais. Se antes os sites eram todos iguais, pois seguiam rígidos padrões técnicos, hoje eles se diversificam em inúmeras maneiras. Empresas e designers têm usado o meio digital como forma de expressão de suas produções autorais, criando sites que são verdadeiros portfólios marcados por suas identidades, o que os tornam amostras e parte de sua produção autoral, conferindo destaque em seu meio.

Uma particularidade do design digital diz respeito ao fato de que muitas produções são coletivas. Porém, não coletivas no sentido dito por VILLAS-BOAS (2000), no qual a autoria no design é apenas “autoria compartilhada” entre o designer e o cliente. Mas sim no sentido de demandar muito trabalho e pelos prazos de produção muito curtos. Dessa maneira, é quase impossível um só designer produzir a interface de um site ou aplicativo para celular, o que os obriga a trabalhar em equipes. O autor, nesses casos, pode ser compreendido em um sentido mais próximo ao de TRUFFAUT (2000), como alguém que “dirige” uma obra e imprime nela suas características estilísticas, similar ao trabalho de diretor de arte que coordena a equipe e é o responsável pela produção como um todo.

4. CONCLUSÕES

As aproximações dos campos ainda são iniciais. Os próximos passos da pesquisa serão: fazer estudo de caso para identificar assinatura estilística no design digital, o que servirá para compreendermos melhor o quão autoral é uma produção para o meio digital e também qual é a influencia de um diretor de arte em uma produção coletiva. Além de abordarmos os sites de redes sociais como espaço para os autores divulgarem seus trabalhos.

O aprofundamento desse estudo é considerável, pois nos levará a entender melhor como se relaciona o Design Autoral com o Design Digital na Cibercultura e também poderá contribuir com os estudos e discussões já existente da área.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, R. **O Rumor da Língua**. Trad. Mário Laranjeira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

FLUSSER, V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

FOUCAULT, M. O Que é um Autor? In.: FOUCAULT, M. **Ditos e Escritos**: Estética – literatura e pintura, música e cinema. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. 3v.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LEMOS, A. **Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão**. Trabalho apresentado no Intercom 2005. Acessado em 20 jul. 2015. Online. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>>.

LIMA, W. Cinema de massa e cinema de autor sob o ângulo da autoria. **e-Com**, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 1-9, 2012.

ROCK, M. **The Designer as Author**. Eye Magazine, Londres. 1996. Acessado em 5 jun. 2015. Online. Disponível em:
<<http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>>

ROYO, J. P. **Design Digital**. São Paulo : Rosari, 2008.

VILLAS-BOAS, A. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico.** 5. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

WEYMAR, L. B. C. A questão da autoria e da morte do autor. **Paralelo 31**, Pelotas, ed. 01, p. 128-137, dez. 2013.