

## O DESIGN AUTORAL NO PROCESSO DE EXPERIMENTAÇÃO

CAROLINE ELISA GONÇALVES DA SILVA<sup>1</sup>; ANNA LAUX SURIZ<sup>2</sup>; LÚCIA BERGAMASCHI COSTA WEYMAR<sup>3</sup>; GISSELE AZEVEDO CARDozo<sup>4</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – caa.elisa@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – anna.suriz@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – luciaweymar@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – gisellecardozo@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como objetivo demonstrar como uma postura autoral do designer é fundamental para derivar soluções diferentes das convencionais para os projetos que desenvolve. O design autoral é um campo que valoriza o papel do designer como comunicador, seja sua participação explícita ou com certa neutralidade. Nele, o designer por meio da experimentação e aprendizagem, através do processo de criação como, também, da capacidade de conectar conhecimento técnico, empírico e pessoal é um profissional que se caracteriza por ser a ponte entre o problema e a solução, capaz de gerar outras designações para produtos e serviços, inclusive vir a intervir na relação com o público.

Pensamos no design enquanto processo, característico do desenvolvimento de ideias, dinâmico. E esse aspecto torna a experimentação uma das formas com que os designers podem testar ideias e conceitos, desenvolver protótipos e trazer soluções criativas contribuindo na expansão do repertório visual e técnico. Para isso, compreender e estudar formas de produção e diferentes suportes de criação colaboram para atender esse propósito.

### 2. METODOLOGIA

Através de um levantamento bibliográfico e análise de projetos de designers discutimos acerca do design autoral, dessa forma, os resultados apresentados neste artigo são parte integral da dimensão teórica do projeto de conclusão de curso das autoras, Anna Laux e Caroline Elisa, em atual desenvolvimento para obtenção do título de Bacharel em Design Gráfico pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel), o qual por sua vez expõe um panorama mais amplo de pesquisa abordando outros questionamentos pertinentes.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A autoria em design é uma discussão que vem sendo construída há mais de três décadas. As implicações entre autoria e neutralidade nos projetos de designers gráficos são decorrentes da inserção deste profissional no campo da arte e da comunicação e de sua interação com o receptor da mensagem criada. O designer gráfico historicamente tem variado sua associação com o cliente e sua relação com questões de autoria em virtude de mudanças na comunicação gráfica.

Atualmente, informações fervilham e percebemos um mundo cada vez mais globalizado no qual o papel do designer gráfico dentro dos projetos sofre alterações, isto é, o design passa a apresentar outras vertentes além da produção de peças gráficas para propagandas permitindo a potencialização desse profissional em projetos multidisciplinares. Essa transformação vai além da questão problema-solução para uma postura mais abrangente; o designer é

incitado a propor novas alternativas para produtos, processos e serviços atendendo uma demanda de um público que não quer apenas consumir, mas, também, vivenciar experiências (FLUSSER, 2013).

Quando o sujeito deixa de desejar o tangível passando a buscar o intangível em suas relações e vivências abre espaço para a produção de um design de caráter mais autoral. A autoria traz personalidade aos projetos, e isso os torna únicos e os aproxima do público. Não se trata apenas de ter um problema; projetar experiências requer imersão com o íntimo e pessoal, seja do público seja do designer. O material humano é tão relevante quanto a técnica. Não se trata de neutralizar e, sim, de enriquecer o projeto com a individualidade do designer; deste modo, se tem espaço para propor novos suportes e meios de produção em seus projetos.

Primeiramente, o significado da palavra autor tem mudado ao longo da história e mais intensamente nos últimos cinquenta anos. As definições iniciais remetem "àquele que origina ou dá existência a algo", outras possuem conotações autoritárias, até patriarcais, como "o pai de toda a vida", "inventor, construtor ou fundador" (ROCK, 1996). Weymar (2010) acrescenta que a etimologia da palavra remete a "ampliar", "aumentar", "fazer crescer".

Mediante essas definições, Barthes contraria o significado autoritário da palavra autor em 1968 na obra "A morte do autor", pois acredita que as intenções de quem escreve não são tão relevantes no momento em que o leitor concebe suas próprias interpretações. Defende que um texto é feito de escrituras múltiplas, oriundas de várias culturas e essa multiplicidade é reunida no leitor e não no autor (BARTHES apud WEYMAR, 2010).

Em 1969 surge "O que é um Autor?" - pergunta retórica em forma de livro lançada por Foucault em resposta ao texto de Barthes - assumindo que o autor não morreu. Dessa forma, percebe-se que para Foucault desaparece a figura do autor autoritário e o que realmente é relevante é "investigar o espaço deixado pelo desaparecimento do autor e as funções livres que aí se descobrem" (WEYMAR, 2010); então, a ideia do "autor Deus" se torna obsoleta.

Esse espaço livre a ser investigado, sugerido por Focault, inspira uma oportunidade de demostrar autoria, descobrir soluções através do processo e experimentar técnicas como forma de derivar conotações e alternativas para a prática do design gráfico em um mundo onde as tecnologias tornam-se inovadoras quase ao mesmo tempo em que estão se tornando ultrapassadas.

Enquanto designers, precisamos acompanhar a velocidade dessas mudanças e isso é possível tornando-nos cada vez mais multifacetados. Dessa forma, Rock (1996) anuncia modelos de autoria os quais demonstram diferentes possibilidades em que o designer pode concentrar seu potencial criativo, sendo eles: "livro de artista", "design ativista", "designers que publicam", "ilustradores", "designers que autorrefenciam", "designers que atuam em projetos de grande escala", dentre outros.

Dos modelos apresentados nos interessa os princípios apresentados em "designers que se autorrefenciam" e "designers que atuam em projetos de grande escala". Sobre o primeiro, entendemos como aqueles designers que usam a mídia do design gráfico profissional para criar composições autorreferenciadas. Esses operam "em um espaço entre projetos orientados para serviços e projetos de liberdade de expressão; estas obras evitam os parâmetros de um relacionamento com o cliente, mantendo as formas ditadas pelas necessidades do comércio" (ROCK, 1996). Stefan Sagmeister exemplifica esse modelo de autoria visto que em seus trabalhos é constante a manifestação de sua própria imagem e do seu eu subjetivo.

Dessa forma, é notável a maestria de artifícios utilizados nos projetos realizados pela *Sagmeister&Walsh*. Em *Take on it* (Fig. 1) foram produzidos posters para *School of Visual Arts* (SVA) que utilizam a fotografia do rosto dos próprios membros do estúdio, incluindo Sagmeister, para a produção de uma campanha publicitária. Justificam a escolha de utilizar os próprios rostos como suporte pelo fato de Stefan Sagmeister e Jessica Walsh atuarem como professores na SVA e Santiago Carrasquilla ser aluno da instituição, tornando-os parte da "comunidade SVA".

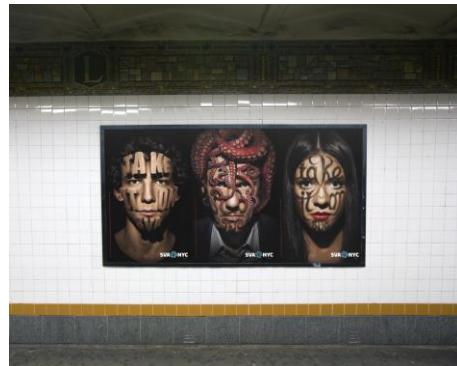


Figura 1: Santiago, Sagmeister e Jessica, respectivamente, em divulgação da campanha "Take it on". Fonte: Sagmeister&Walsh - SVA Poster, 2013.

Já o segundo modelo, "designers que atuam em projetos de grande escala", também chamado *The Big Book*, refere-se a "projetos de larga escala em que o designer é chamado para dar sentido em um mar de materiais e assim construir uma narrativa" (ROCK, 1996). Nele, o designer transpassa dimensões espaciais e temporais na execução de seus projetos como se observa em alguns trabalhos realizados pelo designer Bruce Mau que utiliza o espaço físico em conjunto com a identidade do projeto para criar um ambiente imersivo e participativo.

Em *What makes you wealthy?*, tema da *Interior Design Show* (IDS)<sup>1</sup> de 2004, Bruce Mau foi responsável pela curadoria da exposição que contou com exibições de design, palestras, fabricantes, distribuidores, varejistas, produtos e serviços de designers. Pensando no tema da edição e na experiência total que a IDS proporciona, Mau construiu um ambiente imersivo cobrindo toda a superfície com livros, fotografias de familiares dos membros do estúdio e outras expressões do que consideravam como "verdadeira riqueza" (Fig. 2).



Figura 2: Ambiente da exposição "What makes you wealthy?" do designer Bruce Mau.  
Fonte: Bruce Mau Design, 2004.

<sup>1</sup> Exposição anual com duração de três dias localizada em Toronto, Canadá, responsável por reunir os mais novos projetos de design canadense e internacionais.

Para além da visão de Michael Rock, trazemos a designer gráfico Anne Burdick que defende no ensaio *What has writing got to do with design?*, também publicado na revista *Eye* em 1993, que o projeto de design é composto pela união inseparável tanto da linguagem visual quanto verbal, ou seja, traduzimos mensagens verbais em visuais. Para isso, utilizamos de recursos como a tipografia para manipulações da linguagem nos diferenciando dos ilustradores que possuem foco na imagem. Ressaltamos a importância de entendimento do projeto como um todo mais do que simplesmente representar, mas, também, como desenvolvê-lo a partir das ferramentas disponíveis.

#### 4. CONCLUSÕES

No momento em que nos assumimos como parte do projeto e temos uma certa liberdade para proposição "fortalecemos nossas habilidades de comunicação como autores e, consequentemente, como intérpretes" (BURDICK, 1993). A prática do design autoral é um espaço para a interpretação, experimentação e criação a partir do desenvolvimento processual e da subjetividade do designer, podendo se aproximar de uma proposição artística como também de um projeto com uma assinatura estilística branda no entanto, seja em um único projeto ou em um conjunto, observamos existência de traços de autoria.

Isto posto, nosso objetivo com a explanação sobre o design autoral pretende amplificar a presença do designer como um profissional multifacetado capaz de projetar além do paradigma problema-solução, preenchendo de significado e enriquecendo o projeto por meio da proposição de alternativas que vão além dos meios tradicionais de representação. Cabe ao designer interpretar e solucionar problemas em demandas específicas que, por vezes, exigem certa neutralidade. No entanto, isso não o impede de ser autor.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado:** Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2013.
- ROCK, Michael. **The designer as author.** Eye, n. 20, 1996. Disponível em: <<http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>> Acesso em: 15 de abril de 2016.
- WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa. **Design entre aspas:** Indícios de autoria nas marcas da comunicação gráfica. 2010. 332f. Tese (Doutorado) – Fac. de Comunicação Social, PUCRS, Rio Grande do Sul.
- BURDICK, Anne. **What has writing got to do with design?** Eye, n. 9, 1993. Disponível em:<<http://www.eyemagazine.com/opinion/article/what-has-writing-got-to-do-with-design>> Acesso em: 18 abril 2016.
- Sagmeister&Walsh – SVA Poster. Disponível em: <<http://sagmeisterwalsh.com/news/story/sva-posters/>> Acesso em: 17 abril 2016.
- Bruce Mau Design - What makes you wealthy?Disponível em: <<http://www.brucemaudesign.com/work/what-makes-you-wealthy>> Acesso em: 17 abril 2016.