


**O DESIGNER COMO AUTOR: UMA REVISÃO SOBRE PERSPECTIVAS DA AUTORIA
NO CAMPO DO DESIGN**

**THE DESIGNER AS AUTHOR: A REVIEW OF PERSPECTIVES ON AUTHORSHIP IN
THE FIELD OF DESIGN**

**EL DISEÑADOR COMO AUTOR: UNA REVISIÓN DE LAS PERSPECTIVAS SOBRE LA
AUTORÍA EN EL CAMPO DEL DISEÑO**

 <https://doi.org/10.56238/arev8n5-046>

Data de submissão: 13/04/2026

Data de publicação: 13/05/2026

Thaís Batista de Araújo

Doutoranda em Design

Instituição: Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

E-mail: thaisb.dearaujo@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9960-5717>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2128337748328509>

RESUMO

Este artigo investiga a questão da autoria no campo do design gráfico, utilizando como ponto de partida a trajetória da dupla carioca Elesbão e Haroldinho e sua produção experimental iniciada nos anos 90. A discussão contrapõe a visão modernista tradicional, que pressupõe a invisibilidade e neutralidade do designer em prol da eficácia funcional, a abordagens contemporâneas que defendem o design como um meio de expressão pessoal, crítica e subjetiva. A fundamentação teórica revisita conceitos seminais de autores como Michel Foucault, Roland Barthes e Walter Benjamin, analisando a transição da função autor e o surgimento do designer-autor no período pós-moderno. O texto explora o debate histórico entre a racionalidade objetiva e a subjetividade engajada, além de discutir o modelo do designer-produtor proposto por Ellen Lupton e Michael Rock, que sugere que o profissional deve atuar em todo o processo de produção para evitar a alienação do trabalho. Conclui-se que a autoria no design vai além da busca por visibilidade ou estilo; ela atua como um agente de autonomia e fortalecimento da identidade profissional, permitindo ao designer deslocar-se de uma posição limitada de serviço à indústria para a de um sujeito crítico e consciente de seu papel sociopolítico.

Palavras-chave: Autoria. Design. Design Pós-Moderno.

ABSTRACT

This article investigates the issue of authorship in the field of graphic design, using as a starting point the trajectory of the Rio de Janeiro duo Elesbão and Haroldinho and their experimental production initiated in the 1990s. The discussion contrasts the traditional modernist view, which presupposes the invisibility and neutrality of the designer in favor of functional efficiency, with contemporary approaches that defend design as a means of personal, critical, and subjective expression. The theoretical foundation revisits seminal concepts from authors such as Michel Foucault, Roland Barthes, and Walter Benjamin, analyzing the transition of the authorial function and the emergence of the designer-author in the postmodern period. The text explores the historical debate between objective rationality and engaged subjectivity, in addition to discussing the designer-producer model proposed by Ellen Lupton and Michael Rock, which suggests that the professional should act

throughout the production process to avoid alienation from work. It concludes that authorship in design goes beyond the search for visibility or style; It acts as an agent of autonomy and strengthening of professional identity, allowing the designer to move from a limited position of service to industry to that of a critical subject aware of their socio-political role.

Keywords: Authorship. Design. Post-Modern Design.

RESUMEN

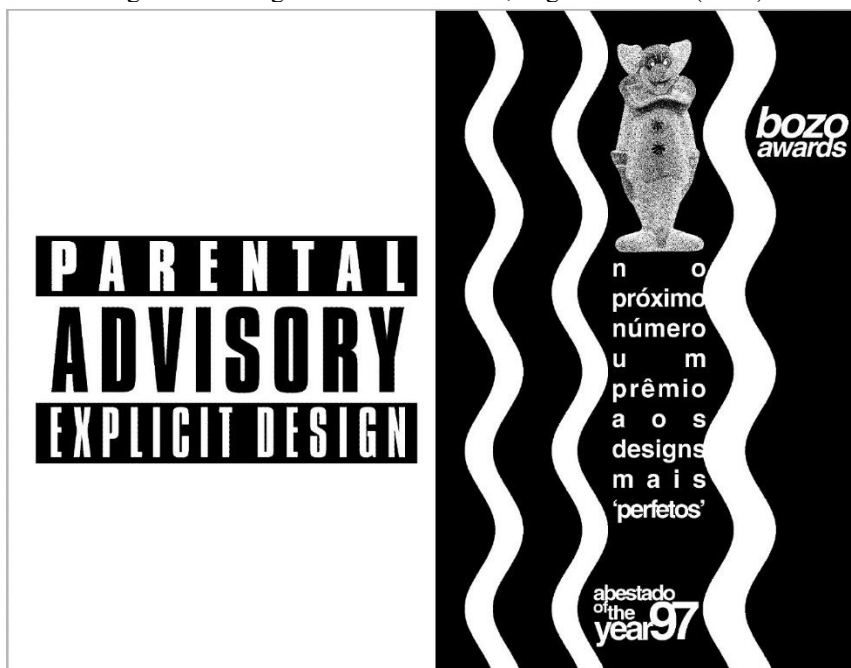
Este artículo investiga la cuestión de la autoría en el campo del diseño gráfico, tomando como punto de partida la trayectoria del dúo rio-ruiseño Elesbão y Haroldinho y su producción experimental iniciada en la década de 1990. El análisis contrasta la visión modernista tradicional, que presupone la invisibilidad y neutralidad del diseñador en favor de la eficiencia funcional, con enfoques contemporáneos que defienden el diseño como un medio de expresión personal, crítica y subjetiva. La base teórica retoma conceptos fundamentales de autores como Michel Foucault, Roland Barthes y Walter Benjamin, analizando la transición de la función autoral y el surgimiento del diseñador-autor en el período posmoderno. El texto explora el debate histórico entre racionalidad objetiva y subjetividad comprometida, además de analizar el modelo diseñador-productor propuesto por Ellen Lupton y Michael Rock, que sugiere que el profesional debe actuar a lo largo de todo el proceso de producción para evitar la alienación del trabajo. Concluye que la autoría en el diseño va más allá de la búsqueda de visibilidad o estilo; Actúa como agente de autonomía y fortalecimiento de la identidad profesional, permitiendo al diseñador pasar de una posición limitada al servicio de la industria a la de sujeto crítico consciente de su rol sociopolítico.

Palabras clave: Autoría. Diseño. Diseño Posmoderno.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo é um recorte de um capítulo de minha dissertação de mestrado onde foi realizado o levantamento histórico e biográfico de uma dupla de designers cariocas originada nos anos 90 conhecida como Elesbão e Haroldinho. A dupla ficou popular pelo célebre fanzine Design de Bolso (Fig.01) e por outras obras de grande repercussão que vieram em seguida (tipografias digitais experimentais, vinhetas para a MTV, video-performances, entre outras). Cláudio Reston (Haroldinho) e José Bessa (Elesbão) encontraram nas experimentações em diversos suportes, uma maneira de apresentar seus trabalhos autorais e exercitar suas linguagens visuais. Os designers exerciam a autoria no sentido em que atuavam por todo o processo: briefing, execução, redação, escolha do formato, material, produção gráfica, edição, arte-finalização, divulgação e distribuição. O design experimental que marca a produção investigada, bem como os processos criativos que a caracterizavam, serviram como ponto de partida para analisar o design autoral e suas implicações. Neste artigo focaremos na questão da autoria no design.

Figura 01: Design de Bolso número 1, Páginas 14 e 15 (1997).



Fonte: acervo da autora.

A autoria é uma questão no mínimo complexa no campo do design e envolve em suas discussões desde fundamentos institucionais e pragmáticos da profissão, até o posicionamento individual do designer como profissional crítico do ambiente sociopolítico no qual está inserido.

Há uma ideia ligada ao design modernista, que a eficácia dos projetos pressupõe a "invisibilidade" do designer que os cria, não havendo espaço para a autoexpressão. No entanto,

contemporaneamente encontramos abordagens de designers, pertencentes ou não à esfera acadêmica, que se opõem a esta visão mais tradicional e funcionalista, defendendo que o designer, dentro de sua subjetividade, sempre irá expressar em algum nível uma linguagem pessoal em seu trabalho. Assim, ele deveria encarar assumidamente o design como um meio crítico e analítico da sociedade.

Somada à crescente popularização do termo designer-autor na segunda metade dos anos 1990 (POYNOR, 2010, p.121), a investigação da questão da autoria é pertinente para pensar a obra de designers conhecidos por trabalhos com características autorais.

Por influência norte-americana, as abordagens sobre a propriedade do conceito de autoria no campo do design têm sido fundamentadas com frequência, nos populares textos: O que é um autor?, de Michel Foucault (1969), e A morte do autor, de Roland Barthes (1967), acrescidos por O autor como produtor, de Walter Benjamin (1934). A discussão posta nos termos destes textos tem origem especialmente a partir de POYNOR (2010), ROCK (2015) e LUPTON (1998), mas também foram ou são influentes nela Bruce Mau, J. Abbott Miller, Johanna Drucker e Mark Danielewski.

Neste artigo serão apresentados fundamentos e linhas teóricas sobre os conceitos de autoria baseados em textos célebres (e outros menos conhecidos) acerca de discussões sobre o tema. Com isso, pretendo situar e cruzar essas teorias dentro do campo do design gráfico e levantar reflexões sobre a figura do designer-autor.

2 HISTÓRICO

Ao estudarmos o termo “autor”, constatamos que ele foi mudando de modo significativo ao longo da história, e foi alvo de intenso escrutínio nos últimos 40 anos (ROCK, p.132). Questões relativas à autoria permeiam o campo do design desde sua origem e consolidação como disciplina, envolvendo a institucionalização da profissão, prática de projeto e contextos sociopolíticos. Como afirma Adrian Forty (2007), o design não evolui naturalmente, mas se elabora social e culturalmente. Ou seja, não é uma formulação estática ou uma designação isolada, sendo esse o contexto em que a autoria é aqui colocada como início de discussões sobre a questão.

Convém lembrar que a discussão sobre autoria como conceito, além da teoria literária, abrange outras disciplinas, como a arte. Podemos neste campo, pelas contribuições de Marcel Duchamp e a inscrição de um urinol em uma exposição de arte, por exemplo, resumir o nascimento do conceito de ready-made que questiona a autoria em sua essência. Uma reflexão muito elaborada sobre a função-autor proposta por Foucault 50 anos depois, levou a concepção do que ditaria o nascimento da arte conceitual (Schettino e Câmara, 2018).

Em sua conferência sobre autoria, Roger Chartier (2012) revisa Foucault que tem como objeto comum a construção do que chama de “função autor”, ou seja “a maneira como o texto aponta para essa figura que lhe é exterior e anterior, pelo menos aparentemente” (FOUCAULT, 1969) e considera o autor como uma “função variável e complexa do discurso” e não somente sua evidência individual ou social. O que leva a constatação fundamental Foucaultiana que a função autor é característica de modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade. Ela é pensada à distância do significado de autor como a pessoa atribuída à responsabilidade de certa ação ou obra. Resulta de operações específicas, complexas, “que relacionam a unidade e a coerência de alguns discursos a um dado sujeito.” (CHARTIER, 2012). Ela é uma função de classificação dos discursos que permite as exclusões e as inclusões em um corpus atribuível a uma identidade única. Ela é, nesse sentido, fundadora da própria noção de obra” (IDEM, p.29).

Foucault estabelece que a teoria literária moderna herda “esquemas bastante próximos da exegese cristã, quando ela queria provar o valor de um texto pela santidade do autor” (FOUCAULT, 1992, p. 51). Daí, no século XIX, consolida-se o princípio da plena compreensão do texto a partir da biografia de seu autor, princípio este que se baseia nos critérios básicos de autoria estabelecidos por São Jerônimo em fins do século IV: constância do valor de suas obras, coerência teórica, unidade estilística e sua relação (nos termos da adequação à doutrina) ao contexto histórico no qual a obra foi produzida.

A postura é crítica frente à “morte do autor” propugnada por Barthes, mas por um viés que de certa forma admite a “morte” do sujeito moderno como um reposicionamento. Porém, conforme observa Azevedo Neto:

(...) Foucault não desejou aniquilar o sujeito das Ciências Humanas, mas retirá-lo do papel central da ordem dos discursos e colocá-lo como uma construção instituída, ele próprio, por vários discursos. O autor não seria um gênio, mas um instaurador de discursividades. O autor pode se fragmentar em vários ao longo de suas guinadas intelectuais. Portanto, diante do público e de debatedores como Jacques Lacan, assim Foucault finaliza sua conferência: que importa quem fala? (AZEVEDO NETO, 2014, p.159).

Este reposicionamento, num aspecto muito restrito, se coaduna com a noção do texto como “um tecido de citações”, estabelecida por Barthes. É neste sentido que ele vê como uma chave para a questão a compreensão da transdiscursividade, a partir daqueles a quem nomeia como "fundadores de discursividade" (FOUCAULT, 1992, p. 57; aspas do autor):

Esses autores têm de particular o fato de que eles não são somente os autores de suas obras, de seus livros. Eles produziram alguma coisa a mais: a possibilidade e a regra de formação de outros textos. [...] eles estabeleceram uma possibilidade infinita de discursos [...] quando

falo de Marx ou de Freud como "instauradores de discursividade", quero dizer que eles não tornaram apenas possível um certo número de analogias, eles tornaram possível (e tanto quanto) um certo número de diferenças.

Abriram o espaço para outra coisa diferente deles e que, no entanto, pertence ao que eles fundaram. Dizer que Freud fundou a psicanálise não quer dizer (isso não quer simplesmente dizer) que se possa encontrar o conceito da libido, ou a técnica de análise dos sonhos em Abraham ou Melanie Klein, é dizer que Freud tornou possível um certo número de diferenças em relação aos seus textos, aos seus conceitos, as suas hipóteses, que dizem todas respeito ao próprio discurso psicanalítico (ibidem, p.57-58)

Rick Poynor, em seu texto sobre autoria no livro “Abaixo as regras do Design Gráfico” (POYNOR, 2010, p.118) afirma que o surgimento do “designer como autor” é um dos conceitos-chave no design gráfico do período pós-moderno. E é também uma das ideias mais problemáticas, uma vez que “(...) conforme algumas correntes da teoria crítica, a própria noção de um ‘autor’ como fonte autoritária de validação para uma obra cultural é ultrapassada, retrógrada e reacionária. (IDEM, p.118)”. Assim, Poynor cita “A morte do Autor” de Roland Barthes (1968) como a expressão mais célebre dessa noção refutada.

Poynor inicia sua reflexão sobre autoria afirmando que o argumento de Barthes quando diz que "apesar da figura do autor estar sendo regularmente proclamada como um objetivo desejável (inclusive na crítica cultural pós-modernista) ele é perfeitamente lógico e razoável". Barthes observa que uma obra escrita é um “tecido de citações” que a tudo deve à massa de escritos que a precedeu. Um texto não é uma linha de palavras que libera um único significado “teológico” (a mensagem autor-Deus) e sim um espaço multidimensional no qual uma variedade de escritos, nenhum deles originais, se combina e se confronta.” (BARTHES, p.146).

Designers em sintonia com a teoria pós-moderna e suas expressões populares, muitas vezes evocam o leitor ou espectador usando ideias e termos semelhantes (POYNOR, 2010). Segundo Poynor, eles diziam que seu objetivo não era impor uma única leitura fechada e restritiva, mas oferecer estruturas abertas que incentivassem a participação e interpretação do público. Mas este argumento parece não estar coerente já que:

(...) No entanto, normalmente não havia nessa estratégia o menor sinal de modéstia, e muito menos um desejo de morte. O design experimental chamava atenção para si, e o inevitável resultado era colocar seus criadores no centro das atenções. Desde os primórdios da arte comercial, sempre houve um punhado de designers que se tornaram "estrelas" da profissão, tendo suas obras aclamadas em revistas especializadas, exposições e às vezes até mesmo em monografias (IDEM, p.119)

Podemos identificar aqui uma semelhança ao que ocorreu com Elesbão e Haroldinho em termos de visibilidade. Poynor segue falando sobre como esse discurso evoluiu e como nos últimos

30 anos tem sido comum a participação de designers em palestras e conferências e jornalismo especializado (adiciono aqui também textos acadêmicos).

(...) as personalidades dos designers recebiam tanta atenção quanto seus projetos, surgindo diversos livros celebrando o conjunto da obra de alguns expoentes. Alguns designers gráficos — Neville Brody, David Carson, Tibor Kalman — atraíram a atenção da mídia de massa, na qual eram apresentados como importantes formadores da cultura visual contemporânea (IBIDEM, p.120).

Voltamos a Foucault com Maingueneau em seu artigo “Autoralidade e pseudonímia” (MAINGUENEAU, Dominique, 2016). Este aponta que, para que um indivíduo seja “autor” em ato, é preciso que terceiros o instituem como tal, produzindo enunciados sobre ele e sobre sua obra, assim conferindo-lhe uma “imagem de autor” e o tornando numa “autoridade” que pode figurar em antologias ou dicionários.

Segundo ele, esta é a acepção que Foucault visa de maneira privilegiada em “O que é um autor?” (1969), cujos elementos essenciais são retomados em seu livro A arqueologia do saber (1969).

O autor é, acima de tudo, uma entidade que permite unificar um conjunto (neste caso, de textos) em torno de um ponto de vista singular, conferindo-lhe uma identidade.

“Na verdade, se falam com tanto prazer e sem maiores questionamentos sobre a “obra” de um autor, é porque a supomos definida por uma certa função de expressão. Admite-se que deve haver um nível (tão profundo quanto é possível imaginar) no qual a obra se revela, em todos os seus fragmentos, mesmo os mais minúsculos e os menos essenciais, como a expressão do pensamento, ou da experiência, ou da imaginação, ou do inconsciente do autor, ou ainda das determinações históricas a que estava preso.” (Tradução da obra por Luiz Filipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986: 27) (Referência do original citado no texto em francês: 1969b: 35)

Michael Rock em “O Designer como autor” (ROCK, 1996) faz um breve levantamento histórico citando novamente Foucault (1969) quando afirma que ao longo dos séculos a relação entre autor e texto passou por muitas mudanças. Segundo Foucault, os primeiros textos sagrados não tem autor e justamente suas autorias anônimas serviam como uma espécie de autenticação. Ele afirma que na antiguidade, não havia necessidade de uma identificação do autor. Os primeiros textos sagrados não os tem, e suas origens se perdem na história. “O escritor é o escriba de uma Palavra que vem de fora e que o habita. É sobre esse modelo evangélico que será, durante muito tempo, concebido e representado o gesto do criador, inspirado e sagrado” (CHARTIER, 1999, p.28).

Segundo Foucault, somente os textos científicos requisitavam o nome de um autor como validação. Contudo, até o século XVIII a situação havia se invertido de modo que a literatura passou a ter autores e a ciência se tornou algo anônimo. Com a ascensão do método científico, as

comprovações matemáticas passaram a ser encaradas como fenômenos existentes que apenas eram descobertos e assim poderia ser feito por qualquer outro dotado das mesmas condições. O cientista poderia ser o primeiro a descobrir um fenômeno e assim atribuir-lhe seu nome, mas jamais poderia reivindicar sua autoria (ROCK,1996).

Assim a noção evangélica de autoria muda quando da ascensão da Renascença, do pensamento Iluminista e com ele, do nascimento do indivíduo.

Numa fundamentação histórica, Foucault demonstra que, ao longo dos séculos, a relação entre autor e texto passou por diversas mudanças e que o elo entre ambos foi estabelecido firmemente quando autores passaram a ser punidos por adotarem posições contestatórias no que escreviam. A punição só seria possível mediante a identificação do autor do discurso, e estaria aí a gênese do sujeito moderno: a noção de autoria nasce de um momento de transgressão.

Segundo ele, a questão da autoria surge a partir do nascimento do indivíduo moderno, quando a ideia do sujeito ganha importância tal, que passa a se tornar indispensável a identificação do criador do texto.

Carolina Noury Azevedo (2018) em seu artigo “Reflexões acerca da autoria no design: notas sobre o nascimento do autor e as origens do direito autoral”, seguindo a lógica de Foucault, considera que antes de identificar o momento em que surge no ocidente a figura do autor, é preciso compreender como se deu o nascimento do indivíduo. E novamente cita Foucault quando afirma que o homem é uma invenção da modernidade.

Grande parte da filosofia ocidental engloba reflexões ou refinamentos da concepção do indivíduo e para Foucault, um crítico em profundidade do que poderíamos chamar de concepção do sujeito, o homem é uma invenção da modernidade e produzido no discurso.

Em “A identidade cultural na pós-modernidade”, Stuart Hall traz reflexões sobre o surgimento da noção de identidade do indivíduo. A partir delas podemos fazer um paralelo para analisar como a autoria foi acompanhando essas mudanças de concepção. Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX (HALL, 2006, p.9). Segundo ele, são metamorfoses que fragmentam as paisagens e criam transformações que abalam os conceitos pré-estabelecidos que nos asseguram como indivíduos. Hall chama esta transformação de “deslocamento ou descentração do sujeito” (HALL, 2006, p. 9) e diz que esse fenômeno traz a crise de identidade do indivíduo, se embasando na afirmação do crítico cultural Kobena Mercer: "a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza" (apud Mercer, 1990, p.43). “O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado;

composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas por vezes contraditórias ou não-resolvidas.” (HALL, 2006, p. 12).

Pontuamos aqui um fato relacionado aos designers (José Bessa e Claudio Reston/ Elesbão e Haroldinho) mencionados como exemplo neste artigo: a frustração com trabalhos limitantes, os levou à mudança de atitude e, inclusive, à mudança de identidade e à criação do Design de Bolso. A questão da autoria aqui não é abordada somente como resultado de uma crise, mas como um agente fortalecedor, no sentido de ajudar a compreender sistematicamente os processos, e o papel do designer dentro da cadeia de produção.

A história do design gráfico é um tanto recente e “o próprio campo do design gráfico ainda se configura num campo instável — como qualquer campo historicamente determinado.” (VILLAS-BOAS, 1998, p.105). Ou seja, as reflexões acerca da autoria deslocariam o designer de uma limitada posição de serviço à indústria, para a de um profissional com autonomia para decidir quando, onde e como deseja atuar. Fazendo um paralelo com a lógica de Hall sobre o sujeito da pós-modernidade, podemos dizer que hoje o designer pode possuir diferentes “identidades”, a de autor sendo uma delas.

A interpretação sobre a visão, desde sempre polêmica acerca da autoria, pode ser justificada pelo fato do design ter crescido como ofício a partir de sua filiação à indústria. Porém, suas origens são vanguardistas. Ou seja, o design tem uma “genética” vanguardista apesar do crescimento da profissão ter se dado por conta de sua ligação com a produção industrial.

Segundo André Villas-Boas em “Utopia e disciplina” (VILLAS-BOAS, 1998, p.52) a relação entre design gráfico e Modernismo é tão estreita que o segundo não apenas originou o primeiro como seu desdobramento histórico alterou radicalmente o próprio papel social daquele primeiro.

“A partir do momento em que as transgressões vanguardistas começaram a ser incorporadas positivamente, o design gráfico imediatamente respondeu ao processo — aderindo a esta incorporação positiva e passando a servir de corpo e alma à produção e à reprodução do capital, negando sua origem como transgressão. Tal é, em linhas gerais, o papel histórico da Bauhaus, ainda hoje grande marco histórico do design.” (IDEM, p.53)

Por essa lógica, podemos ligar a questão de situar a autoria no design à sua própria origem vanguardista. Isso é justificado mais tarde no período pós-moderno, onde as linguagens e trabalhos considerados autorais desafiavam as regras através de experimentações, e tinham o designer autor como figura central.

3 MAPEANDO A AUTORIA NO DESIGN

Ao longo da pesquisa constatei que assim como o design permite uma atuação de formas diversas, a autoria atravessa múltiplas frentes e precisa ser analisada de uma maneira ampla.

Márcia Fortunato em sua dissertação de mestrado afirma que as possibilidades de autoria de cada sistema podem se diversificar na medida em que se altera o status material do discurso. “Produzir uma obra sobre materialidade de um livro, ou de um quadro, ou de uma peça musical, certamente supõe procedimentos de autoria distintos, que levam em conta as possibilidades materiais de composição.” (FORTUNATO, 2003, p.38)

No livro “O Debate - O lendário enfrentamento de dois gigantes do design gráfico” (CROUWEL, Wim; TOORN, Jan Van, 2008, tradução da autora) temos o registro de um evento em 1972 onde dois designers holandeses de grande reconhecimento, Wim Crouwel e Jan Van Toorn, participam de um debate público onde cada um expõe suas visões sobre autoria no design gráfico.

Wim Crouwel e Jan Van Toorn são representantes de duas escolas opostas do design gráfico: a de abordagem racional e a de linha mais subjetiva. Eles representam o clássico antagonismo entre uma visão matemática-científica e racional, o designer como um prestador de serviços versus o designer que é mais propenso a trabalhar o design como uma expressão pessoal. Crouwel inicia o debate colocando a sua visão funcionalista sobre a questão:

“Como designer você responde a um tópico social ou padrão cultural, isso pode dar origem primeiro a uma abordagem analítica a fim de chegar a uma participação objetiva em um processo de comunicação. Essa é uma abordagem de valor duradouro e de longevidade. Acredito que como designer nunca devo ficar entre a mensagem e o destinatário. Ao invés disso, tento apresentar a questão da forma mais neutra possível” (CROUWEL, Wim; TOORN, Jan Van, 2008, p.22, tradução nossa).

A afirmação de Crouwel “esta é uma abordagem de valor duradouro e de longevidade”, sugere que somente aquelas abordagens são as corretas, contextualizando a época e escola que ele defende.

Segundo Villas-Boas em “Utopia e disciplina” (1998, p.106), para uma adequação à lógica da produção e suas relações sociais, o design funcionalista determinou regras (cânones) que passaram a caracterizar sua própria definição como se fossem da sua própria natureza. Mas não são.

A emergência de trabalhos que não seguem essas regras e, no entanto, alcançam seus objetivos, demonstra que elas representam apenas uma das muitas formas que o exercício da atividade pode tomar para a consecução de seus fins. “Estas regras, portanto, não representam qualquer essência da atividade, o caminho correto para seu exercício e muito menos a única maneira acertada de desenvolvê-la.” (IDEM, p.106).

O discurso de Crouwel é muito similar ao célebre texto “The crystal goblet” (BEATRICE, 1932) que emprega uma metáfora da taça de cristal para representar a tipografia e afirma que a mesma precisa ser neutra e transparente para não influenciar na percepção do conteúdo do texto.

Michael Rock mais de 50 anos depois emprega o mesmo texto em “Fuck content” (ROCK, Michael, 2009):

“A taça de cristal afirma que o design (o copo), deve ser um recipiente transparente para o conteúdo (o vinho). Qualquer um que preferisse o copo ornamentado ou o decorado com joias era um idiota da época das cavernas. Agitadores de ambos os lados do espectro ideológico iniciaram o debate: os minimalistas o adotaram como um manifesto; os maximalistas o criticaram como fascismo estético. Nenhum dos campos questionou a premissa implícita básica: é tudo sobre o vinho.”

Van Toorn rebate Crouwel argumentando: “o que você chama de design analítico eu considero como designer tecnólogo. Porque trabalha com métodos derivados da tecnologia e ciência. Não acredito que um designer possa adotar a posição de um intermediário neutro. Os atos que você realiza acontecem através de você. E você é um link subjetivo. E essa subjetividade está sendo negada nessa visão. Não tem como ver essa atividade como puramente neutra pois seu uso sempre terá um significado e objetivo social, e por isso é subjetivo. Aí entra a influência do designer, seja pessoal ou influência como grupo, tudo depende de como você usa seus meios.”

A autoria como expressão própria, aproxima o design da esfera da arte. E embora a função social do design tenha nascido da esfera produtiva, é da esfera da arte que ele efetivamente emerge, através das experiências estéticas de vanguardas modernistas (VILLAS-BOAS, p.138). Assim, um design de atuação mais autoral, é considerado pelo senso comum como expressão artística.

Ellen Lupton afirma em seu ensaio “The Designer as Producer” (LUPTON, ELLEN, 1998) que a palavra autor sugere agência, intenção e criação, em oposição às funções mais passivas de consultoria, estilo e formatação. E segue: “a autoria é um modelo provocativo para repensar o papel do designer gráfico no início do milênio.” (tradução da autora).

Assim como Lupton, outros designers e estudiosos do tema sugerem a autoria ligada à participação de todo o processo de produção. Fazem uma comparação com a abordagem de viés marxista que Walter Benjamin emprega em sua conferência “O autor como produtor”.

Lupton, Steve MC Carthy, Michael Rock e Bruce Mau adaptam o pensamento de Benjamin ao design ao sugerirem que a figura do designer-autor seja abordada como designer-produtor considerando assim que, por este viés, o designer teria acesso a todo o processo de produção sem ter seu trabalho alienado em nenhum momento.

Esta seria uma situação ideal mas pouco provável no dia-a-dia da profissão, sendo mais frequente quando se trata de trabalhos pessoais sem um cliente envolvido. Segundo Ellen Lupton (1998) a produção é um conceito incorporado na história do modernismo.

Ela afirma que artistas e designers de vanguarda trataram as técnicas de fabricação não como meios neutros e transparentes para o seu fim, mas como dispositivos equipados com significado e caráter estético.

Ela aponta que Benjamin exigiu que os artistas não apenas adotassem o conteúdo político, mas que também revolucionassem os meios através do qual seu trabalho é produzido e distribuído.

“Ele ataca o modelo do escritor como um expert no campo literatura, equipado apenas para empregar palavras em textos e não questionar a vida física do trabalho. O produtor deve perguntar: onde o trabalho vai ser lido? Quem o lerá? Como será fabricado? Que outros textos e figuras estarão à sua volta? Benjamin argumentou que artistas e fotógrafos não devem ver sua tarefa apenas como visual, para que não se tornem meros fornecedores ao aparato existente da publicação burguesa: o que exigimos do fotógrafo é a capacidade de dar à sua foto a legenda que a tira do comércio moderno e dá um valor útil revolucionário. Mas devemos enfatizar essa demanda quando nós — os escritores — aceitarmos a fotografia. Também aqui, portanto, o progresso técnico é para o autor como produto a base do progresso político” (LUPTON, ELLEN, 1998, tradução nossa)

Seguindo com a interpretação de Benjamin por Lupton (1998), a autora frisa que o mesmo era “comprometido com a noção de que as tecnologias de fabricação deveriam ser de propriedade dos trabalhadores que as operam”. Na terminologia marxista, os meios de produção são o coração cultural da humanidade e devem ser de propriedade coletiva. Benjamin afirmou que a escrita (e outras artes) está fundamentada nas estruturas materiais da sociedade, desde as instituições educacionais que estimulam a alfabetização até as redes editoriais que fabricam e distribuem os textos. Ao detalhar uma agenda para uma prática literária politicamente engajada, Benjamin demanda que os artistas não apenas adotem o "conteúdo" político, mas que também revolucionem os meios através do qual seu trabalho é produzido e distribuído.” (IDEM, 1998).

Este pensamento pode ser transposto para a relação entre a tecnologia (meio de trabalho) e o design, mas segundo Vilém Flusser, existe um limite entre a criação e a produção por estes meios. O computador (a caixa preta) é uma máquina a ser decifrada. Como observa em seu texto "Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia":

No caso das imagens tradicionais, é fácil verificar que se trata de símbolos: há um agente humano (pintor, desenhista) que se coloca entre elas e seu significado. Este agente humano, elabora símbolos “em sua cabeça”, transfere-os para a mão munida de pincel, e de lá, para a superfície da imagem. A codificação se processa "na cabeça" do agente humano, e quem se propõe a decifrar a imagem deve saber o que se passou em tal “cabeça”. No caso das imagens técnicas, a situação é menos evidente. Por certo, há também um fator que se interpõe (entre

elas e seu significado): um aparelho e um agente humano que o manipula (fotógrafo, cinegrafista). Mas tal complexo "aparelho-operador" parece não interromper o elo entre a imagem e seu significado. Pelo contrário, parece ser um canal que liga imagem e significado. Isto porque o complexo "aparelho-operador" é demasiadamente complicado para que possa ser penetrado: é caixa preta e o que se vê é apenas input e output. Quem vê input e output vê o canal e não o processo codificador que se passa no interior da caixa preta. Toda crítica da imagem técnica deve visar ao clareamento dessa caixa. Dada a dificuldade de tal tarefa, somos por enquanto analfabetos em relação às imagens técnicas. Não sabemos como decifrá-las. (FLUSSER, 2002: p.15)

Julio Plaza¹ escreve que o artista (em nosso caso transpomos para o designer) "aparece como responsável pela intenção criadora, enquanto da máquina deriva o automatismo, pelo qual se organizam as rotinas previamente estabelecidas, que se abrem numa infinidade de possibilidades a explorar." (TEMIN, 2015 apud PLAZA, 1998: p.63).

Steven McCarthy em "The designer as...: Author, producer, activist, entrepreneur, curator and collaborator: New models for communicating" ("O designer como autor, produtor, ativista, empreendedor, curador e colaborador: novos modelos de comunicação" - tradução da autora) afirma que "Em todas as décadas desde o alvoroço da atividade, o design autoral tem amadurecido sendo vastamente assimilado ao ponto de ser raramente questionado." (McCARTHY, 2013).

Por outro viés, se considerarmos a autoria no âmbito legal do termo, ela não quer dizer exatamente posse total da criação e sim dos seus direitos. Direito de autor é um conjunto de prerrogativas conferidas por lei à pessoa física ou jurídica criadora da obra intelectual, para que ela possa usufruir de quaisquer benefícios morais e patrimoniais resultantes da exploração de suas criações. 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 transferido; já o segundo refere-se ao direito de exploração da obra, pertencente ao cliente.

Roger Chartier (2012, p.43), revisa a genealogia do conceito de autoria e o aproxima do design por relacioná-lo à questões de registros de patentes e copyright, ou seja, ao mercado.

Poynor enfatiza sobre autoria (2010, p.146) dizendo que: "o termo só é útil à medida que abre um espaço para pensar sobre o design que transcenda as definições estabelecidas e possivelmente limitadas. Abrir esse espaço questionador é o objetivo destas reflexões (friso da autora).

Elesbão e Haroldinho e tantos(as) profissionais do design buscavam por autoexpressão — seja nos projetos em si ou no discurso que veiculavam suas ações como um todo. Por autoexpressão

¹ Julio Plaza González (Madrid, 1938 – São Paulo, 2003) foi um artista intermídia, escritor, gravador e professor espanhol radicado no Brasil, reconhecido por sua atuação nas artes visuais de vanguarda entre as décadas de 1970 e 1980, com ênfase em arte postal, vídeo, novas mídias e experimentações conceituais. Fonte: Wikipedia

estamos nos referindo antes de tudo a uma postura expressa e enunciada (e não somente constatável por meio da análise gráfica de um conjunto de projetos de um mesmo designer, à maneira de um estilo).

Como reflexão final, podemos dizer que a autoria no design, muito além do status, constrói e reforça uma identidade através de discursos e processos criativos. Como comenta José Bessa em entrevista concedida à autora:

"Presumo que todo trabalho seja autoral em essência, e aqui não me pretendo filosófico ou genérico. Acredito que todo processo ecoa o indivíduo e uma medida de seu repertório... Não trato a autoria como um elemento evidente, talvez óbvio e muitas vezes repetitivo, mas a filigrana de um raciocínio projetual que, mediante o correto observador, mostra com delicada evidência uma personalidade. (BESSA, JOSÉ, 2021)".

Do ponto de vista mercadológico, um maior poder de escolha de clientes e serviços, entregaria ao designer mais autonomia para definir sua atuação, uma situação que não seja puramente por motivos de sobrevivência. O estimado “bom projeto/ trabalho” seria além de algo esteticamente qualificado, também um sucesso econômico para o profissional. Para tal, é importante o apoio à organização coletiva, estruturas dirigidas pelos trabalhadores do design e a partilha de conhecimentos. Assim, talvez possamos alcançar um fortalecimento do campo e abrir caminhos para melhores condições de trabalho, com processos e resultados mais gratificantes.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Carolina Noury. O design editorial brasileiro no capitalismo cognitivo: a lógica do campo das publicações com design autoral. 2019. 164f. Tese (Doutorado em Design). Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

AZEVEDO, C.N.; CAMPOS, J.L. de. Reflexões acerca da autoria no design: notas sobre o nascimento do autor e as origens do direito autoral. Disponível em: <https://www.academia.edu/40434532/Reflex%C3%B5es_acerca_da_autoria_n_o_design_notas_sobre_o_nascimento_do_autor_e_as_origens_do_direito_autoral_Reflections_on_a_uthorship_in_design_notes_on_the_birth_of_the_author_and_the_origins_of_copyright>. Acesso em: 14 de janeiro de 2026.

AZEVEDO NETO, Joachin. A noção de autor em Barthes, Foucault e Agamben, in: Floema, Vitória da Conquista, v. 8, n. 10, p. 153-164. 2014.

BENJAMIN, Walter. O autor como produtor. In: Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas I. São Paulo: Brasiliense, 1994.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor?. Lisboa: Vega / Passagens, 1992

CHARTIER, Roger. O que é um autor?- Revisão de uma genealogia. São Carlos: EdufSCar, 2014.

CROUWEL, Wim; TOORN, Jan Van. The Debate: legendary contest of two giant of graphic design. Holanda: (Z)OO Producties, 2008.

DE ARAÚJO, Thaís B. Uma perspectiva histórica sobre a obra de Elesbão e Haroldinho no design visual carioca da virada do séc. XXI e reflexões sobre autoria. 2024. Dissertação (Mestrado em Design) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

FLUSSER, Vilém. Filosofia da Caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FORTUNATO, Marcia V. Autoria sob a materialidade do discurso. Dissertação (Mestrado de Educação). Programa de Pós-graduação em Educação, USP, 2003.

FORTY, Adrian. Objetos de Desejo. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor? In: FOUCAULT, Michel. Ditos e escritos: estética, literatura e pintura, música e cinema. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. v. 3, p. 1-44.

HALL, Stuart. Cultura e representação. Rio de Janeiro: Apicuri, 2016.

LUPTON, Ellen. The designer as producer, in: HELLER, Steven (Ed.). The education of a graphic designer. Nova York: Allworth Press, 1998, pp. 159-162. Disponível em: <https://designopendata.wordpress.com/portfolio/the-designer-as-producer-2004-ellen-lupton/> . Acesso em: 12 ago 2020.

MAINGUENEAU, Dominique. Autoralidade e pseudonímia. Revista da ABRALIN, v.15, n.2, p. 101-117, jul./dez. 2016.

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

POYNOR, Ricky. Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ROCK, Michael. O designer como autor, in: ARMSTRONG, Helen (org.). Teoria do design Gráfico. São Paulo: Cosac & Naify, 2015.

VILLAS-BOAS, André. A complexidade da inserção do design visual na dinâmica da cultura. In: GRIMALDI, Madalena; PIRES, Julie (org.). Arquivos 30. Rio de Janeiro: Rio Books, 2020.

VILLAS-BOAS, André. Design gráfico: Produção formalizada de tipo específico, in: Congresso Internacional de Pesquisa em Design (2), 2003, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPED - Associação Nacional de Pesquisa em Design, 2003.

VILLAS-BOAS, André. Utopia e Disciplina. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

WARDE, Beatrice. The Crystal Goblet- Sixteen Essays on Typography. Cleveland and New York World Publishing Co, 1956.