



NOVOS MODOS DE PRODUÇÃO E AUTORIA¹

New modes of production and authorship

ALMEIDA, Christiane Camara de

Doutora em Design (PUC-Rio)
titanigrdesigner@gmail.com

NOJIMA, Vera Lucia

Doutora em Arquitetura e Urbanismo; (PUC-Rio)
nojima@puc-rio.br

RESUMO

O design editorial narrativo caracteriza-se por projetos integrais que constroem as narrativas multissensoriais por diversas linguagens, desenvolvidos pelo escritor lado-a-lado com o designer, desde as fases iniciais. Esse processo gera grande envolvimento do designer e exige de ambos esforço intelectual, capacidade criativa e técnica, podendo ser considerado como coautoria. O tema – a coautoria entre designer e escritor na produção de livros de design editorial narrativo – suscita reflexões relevantes. Em sua trajetória, o Design tem passado continuamente por mudanças de paradigmas. Nas últimas décadas, a explosão do meio digital transformou profundamente a economia, a política e a paisagem social e cultural, trazendo novas questões para o designer editorial. O surgimento da internet e de diferentes tecnologias de informação e comunicação vieram facilitar o uso de ferramentas de criação e de produção, mudando o cenário unilateral de transmissão da mensagem para um ambiente descentralizado e interativo. Essas mutações alteram a maneira com a qual lidamos com os projetos, nos relacionamos com outros

¹ Conteúdo baseado na tese Design Editorial Narrativo – compartilhando novos modos de produção e autoria, de Christiane Camara de Almeida, com orientação de Vera Lucia Nojima.

profissionais, com clientes e com a população em geral. Nesse cenário, o designer passa a explorar as diferentes tecnologias e a participar ativamente na produção de artefatos multissensoriais, desde a concepção até a finalização – as narrativas construídas por todo esse processo têm importância distinta no discurso dos produtos editoriais. Consequentemente, o campo do Design vem agregando novas disciplinas e práticas, ampliando-se como área do conhecimento e colocando as questões sobre autoria no Design no âmbito dos grandes debates sobre o assunto. Portanto, o objetivo do artigo é fazer uma reflexão sobre a questão da autoria no design editorial diante das recentes mudanças tecnológicas. Por meio de uma revisão bibliográfica e entrevistas direcionadas, o artigo apresenta e comenta ideias de designers, teóricos e ilustradores relacionados a esse tema, para demonstrar que na era da inteligência artificial, torna-se ainda mais fundamental revisar os parâmetros que guiam as questões que possam promover a coautoria. É do interesse do Design posicionar-se proativamente diante dos cenários em constante evolução.

Palavras-chave: design editorial; narrativa não-verbal; autoria.

Referências

ALMEIDA, C. C. (2018). S. – O navio de Teseu, navegando pelo design das narrativas integradas. PUC-Rio.

ARMSTRONG, Helen (2009). *Graphic Design Theory, Readings from the field, a design theory guide*. Princeton Architectural Press

BARTHES, Roland (2004). *Rumor da Língua*. Editora Martins Fontes.

BEIRUT, Michael; DRENTTEL, Willian; HELLER, Steven (2006). Looking Closer 5. Allworth Press, New York.

BJØRNARD, K., & MUIR, L. M. (2011). In LUPTON. Indie publishing: A produção de um livro independente, um guia para autores, artistas e designers. (E. Lupton, Ed.) São Paulo: Rostari.

BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera. (2014a). Por que Design é linguagem? Rio de Janeiro, Brasil: Rio Books; Faperj.

BRINGHURST, Robert (2018). Efeitos do estilo tipográfico, versão 4.0. Editora Ubu. BRUNER, Jerome (1997a). Atos de significação. Editora Artes Médicas.

_____. (1997b). Realidade mental, mundos possíveis. Editora Artes Médicas.

BURDICK, Anne (1993). What has writing got to do with design?. Eye Magazine, no 9, winter. Disponível em: <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/what-has-writing-got-to-do-with-design>

CARDOSO, Rafael Denis (2008). Uma introdução à história do design. Editora Blucher.

_____, (1998). Design, Cultura Material e o fetichismo dos objetos. In Arcos Design Volume 1, número único, p.14-39

CAUDURO, F. V. (1998). Desconstrução e tipografia digital. In Arcos Design Volume 1, número único, p.77-101

CHARTIER, R. (2014). O que é um Autor?: Revisão de uma Genealogia. São Carlos: EdUFSCar. CHARTIER, R. (1998). A aventura do livro: do leitor ao navegador. São Paulo: Fundação Editora da INESP.

- FERRARA, L. (2001). *Leitura sem palavras*. Editora Ática.
- FORTY, Adrian. (2008). *Objetos de desejo*. Design e sociedade desde 1750. CosacNaify.
- GANCHO, Cândida Vilares (2002). *Como analisar narrativas*. Série Princípios, Editora Ática.
- HELLER, S. (2000). *Reputations: Bruce Mau*. Eye Magazine, no 38, winter,2000. Disponível em: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-bruce-mau>, acessado em 05/10/2021.
- HESKETT, J. (2008). *Design*. Ática.
- KRIPPENDORFF, K. (2018). *Projetando sociabilidades: o discurso do design e seus impactos*. iDeia Design Magazine-book, 2 64-71. Retrieved from https://repository.upenn.edu/asc_papers/603
- LINDEN, S. V. (2014). *Para ler o livro ilustrado*. Cosac Naify.
- LUPTON, E.; MILLER A. (2011). *Design, Escrita, Pesquisa: A Escrita no Design Gráfico*. Editora Bookman.
- _____. (1998). *Designer as a producer*. Disponível em: elupton.com/2010/10/the-designer-as-producer; Acessado em 10/04/2019.
- McCOY, K.; FREJ, D. (1998). *Typography as discourse*. Disponível em: <https://designopendata.wordpress.com/portfolio/typography-as-discourse-1988-katherine-mccoyn-david-frej/>
- MARGOLIN, V. (2002). *The designer as a producer*. Acesso em 10 de setembro de 2017, disponível em http://kellyludwig.com/kcai-embeds/va3-designer_as_producer.pdf

MILLER, A. (1993). Quentin Fiore massaging the message. Eye Magazine, no8, Autumn. Acesso em 05 de outubro de 2019, disponível em [eyemagazine.com: http://www.eyemagazine.com/feature/article/quentin-fiore-massaging-the-message](http://www.eyemagazine.com/feature/article/quentin-fiore-massaging-the-message)

NORMAN, D.A. (2006). O design do dia-a-dia. Editora Rocco.

NOVOSEDLIK, W. (1994). The producer as author. Eye Magazine, v. 15, winter. Disponível em: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-producer-as-author>

ORLANDI, E. P. (2007). Interpretação, autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Editora Pontes.

PAIVA, A. M. (2010). A aventura do livro experimental. Belo Horizonte; São Paulo: Autêntica; EDUSP.

POYNOR, R.. (2010) Abaixo as regras - Design gráfico e pós modernismo. Editora Bookman.

ROCK, M. (2005). Fuck Content, 2005. Disponível em: <https://2x4.org/ideas/2009/fuck-content/> (1996). Designer as author. Disponível em [2x4.org: https://2x4.org/ideas/22/designer-as-author/](https://2x4.org/ideas/22/designer-as-author/)

SANTAELLA, Lucia (2012). Leitura de imagens. Coleção Como eu ensino. Editora Melhoramentos.

SANTAELLA, Lucia. (2007). Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus.

SARRYS, A. (1962). Notes on the auteur theory. Acessado em 20/06/2022. Disponível em: <https://alexwinter.com/media/>

pdfs/andrew_sarris_notes_on_the- auteur_theory_
in_1962.pdf

WARD, Beatrice (1956). The Crystal Goblet, sixteen essays on typography. World Publishing Company, p. 11-17.

Entrevistas

LIMA, G. (2019). C. C. ALMEIDA, Entrevistadora LINS, G. (2019). C. C. ALMEIDA, Entrevistadora.