

**Reflexões acerca da autoria no design:
notas sobre o nascimento do autor
e as origens do direito autoral**

Reflections on authorship in design:
notes on the birth of the author
and the origins of copyright

Carolina Noury Azevedo¹
Jorge Lucio de Campos²

Resumo: A noção de autor surge a partir do nascimento da de indivíduo, quando a ideia do sujeito ganha uma importância tal que passa a se tornar indispensável à identificação do criador do texto. O objetivo deste artigo é lançar algumas luzes tanto sobre o conceito de autoria e o surgimento histórico da figura do autor e do direito autoral quanto sobre suas manifestações no contexto do design.

Palavras-chave

Autor. Autoria. Direito autoral. Design. Design gráfico.

Abstract: The notion of author arises from the birth of the notion of the individual, at the same time that the idea of the subject gains such importance that it becomes indispensable to the identification of the creator of the text. The purpose of this article is to shed some light on both the concept of authorship and the historical emergence of the figure of author and copyright as well as its manifestations in the context of design.

Keywords

Author. Authorship. Copyright. Design. Graphic design.

Considerações preliminares

Antes de identificar o momento em que surge no ocidente a figura do autor, é preciso compreender como se deu o nascimento do indivíduo. Para Michel Foucault (1996), o homem é uma invenção da modernidade. De acordo com Roberto Machado (2000), ao afirmar que o homem é uma invenção recente, o pensador francês teria sido influenciado pela constatação nietzschiana da “morte de Deus” (NIETZSCHE, 2008).

1 Aluna do Programa de Pós-Graduação em Design (Doutorado) da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e professora do Instituto INFNET.

2 Doutor e Pós-Doutor em Comunicação e Cultura (História dos Sistemas de Pensamento) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor da graduação em Desenho Industrial e do Programa de Pós-graduação (Mestrado e Doutorado) em Design da ESDI/UERJ.

Assim, a autoridade divina e da Igreja é transferida para o homem que passa a ser objeto de seu próprio saber.

Portanto, a noção de *autor* surge a partir do nascimento do indivíduo, quando a ideia do sujeito ganha uma importância tal que passa a se tornar indispensável à identificação do criador do texto. Desta forma, o objetivo deste artigo é lançar algumas luzes sobre o surgimento histórico da figura do autor e do direito autoral e suas manifestações no campo do design.

A identificação do autor dos textos nem sempre foi uma necessidade, pois este era considerado um veículo de transmissão da palavra inspirada por Deus. "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).

A partir do momento em que surgem textos que transmitiam ideias contrárias às doutrinas políticas e religiosas da época, surge a necessidade de identificar a autoria da obra. Portanto, a autoria do texto nasce com a intenção de condenar e punir os escritores de textos transgressores, ou seja, surge com a transgressão do discurso. Foucault (1992) chama essa censura e interdição dos textos de "apropriação penal do discurso", o que justificava a destruição dos livros e a punição não só dos autores como também de seus editores e leitores.

Ele [o discurso] foi historicamente um gesto carregado de riscos, antes de ser um bem extraído de um circuito de propriedades. E quando se instaurou um regime de propriedade para os textos, quando se editoram regras estritas sobre os direitos do autor, sobre as relações autores-editores, sobre os direitos de reprodução, etc. [...] é nesse momento em que a possibilidade de transgressão que pertencia ao ato de escrever adquiriu, cada vez mais, o aspecto de um imperativo próprio da literatura (FOUCAULT, 1992, p.14-5).

Na modernidade busca-se identificar não apenas o nome do autor como também a explicação da obra pela ótica de quem a produziu, ou seja, procura-se saber os detalhes da vida de quem escreveu, seus traumas, decepções, tudo aquilo que o levou a produzir determinada obra (LÉVY, 2011). "Procurar dados do escritor e atribuir um dono ao texto constituem maneiras de garantir uma suposta verdade do que se lê" (IDEM, p. 63). Desta forma, a autoria funciona como um instrumento de controle do discurso.

Tratar da autoria em textos escritos não se refere apenas ao escritor, mas também de se atribuir identidade e autoridade ao texto. Se, antes da invenção dos tipos móveis

de Gutenberg, os livros eram escritos à mão pelos escribas, de modo que cada cópia era diferente das outras, com a invenção da imprensa houve uma padronização desses textos que atribuiu autoridade à palavra escrita.

A imagem do autor enquanto autoridade só começou a ser discutida no final dos anos 1960 a partir dos escritos de Roland Barthes e de Foucault. Tais obras foram fundamentais para a construção do pensamento acerca da autoria no design, principalmente nos Estados Unidos e na Inglaterra.

“A morte do autor”³ de Barthes e “O que é um autor?”⁴ de Foucault foram escritos em um período em que a teoria da literatura buscou se afirmar como ciência e são textos fundamentais para compreender a noção de autor. Apesar de se referirem à questão da autoria no texto literário, são o ponto de partida para a discussão do tema também em outras áreas.

O ensaio de Barthes foi escrito em 1968, ano de intensas manifestações estudantis em diversas partes do mundo. Na França, estudantes tomaram a Universidade de Nanterre, reivindicando melhores condições de ensino.

Não é difícil compreender a inclinação ideológica de seu gesto, bem como a vinculação que estabelece entre a figura autoral e a imagem de um tirano. Seu manifesto é fruto de um momento coletivo de grande élan revolucionário. Não por acaso, ele está entremeado de expressões que apontam para um mesmo universo conotativo: o autor é o dono de um Império muito poderoso, diz Barthes. Portanto, a autoria é considerada sinônimo de autoridade, aprisionamento, restrição, centralização, e contra ela operam termos como “destruição”, “apagamento”, “desligamento”, “afastamento” e “dessacralização” (GAGLIARDI, 2012, p. 48).

Barthes (2004) proclama a morte do autor e o nascimento do leitor, argumentando que uma obra literária é construída a partir de escritos anteriores. Nesse caso, a linguagem se torna mais importante que o autor, pois pode produzir múltiplos significados para o texto em vez de um único sentido. Sem a presença do autor, o leitor vira o protagonista da história; é ele quem decide o significado das palavras que compõem o texto.

Entretanto, argumenta que o texto é um campo neutro em que há a dissolução do sujeito, com a perda da sua identidade e ausência da sua voz. Utilizando como exemplo a narrativa de uma personagem da novela *Sarrasine*, de Honoré de Balzac (1799-1850), Barthes divaga sobre a origem daquela voz que fala e afirma que

3 Ensaio integrante do livro *O rumor da língua*, publicado no Brasil em 1988 pela Brasiliense.

4 Conferência publicada originalmente no Brasil em 2011 no livro *Ditos e escritos III: estética: literatura e pintura, música e cinema* pela Forense Universitária.

Jamais será possível saber, pela simples razão de que a escritura é destruição de toda voz, de toda origem. A escritura é esse neutro, esse composto, esse oblíquo pelo qual foge o nosso sujeito, o preto-e-branco em que vem se perder toda identidade, a começar pela do corpo que escreve (BARTHES, 2004, p. 57).

Ao destruir a voz da origem, ele confirma a anulação do sujeito e a perda da identidade anunciando, desta forma, o início da escrita. Apesar de decretar a morte do autor no final dos anos 1960, esse fantasma ainda reina sobre nós. Através da figura do autor, da sua história, gostos e paixões, buscamos as explicações das obras como uma espécie de confiança (BARTHES, 2004).

Ele, porém, nos alerta que a tentativa de decifrar um texto se torna inútil, uma vez que "dar ao texto um Autor é impor-lhe um travão, é provê-lo de um significado último, é fechar a escritura" (BARTHES, p. 63).

Um texto é composto por um conjunto de escritos anteriores, de origens diferentes, reunindo uma multiplicidade de significados que se encontram não no autor, mas sim no leitor. Barthes (2004) afirma que "o leitor é o espaço mesmo onde se inscrevem, sem que nenhuma se perca, todas as citações de que é feita uma escritura; a unidade do texto não está na sua origem, mas no seu destino" (IDEM, p. 64).

Sabemos agora que um texto não é feito de uma linha de palavras, a produzir um sentido único, de certa maneira teológico (que seria a 'mensagem' do Autor-Deus), mas um espaço de dimensões múltiplas, onde se casam e se contestam escritas variadas, das quais nenhuma é original: o texto é um tecido de citações, oriundas dos mil focos da cultura (BARTHES, 2004, p. 62).

Desta forma, escritor e leitor assumem o mesmo patamar, sendo ambos produtores do texto. Porém, para que aconteça o "nascimento do leitor", é preciso haver a "morte do Autor". "Para devolver à escritura o seu futuro, é preciso inverter o mito: o nascimento do leitor deve pagar-se com a morte do Autor" (BARTHES, p. 64).

Já a conferência de Foucault, publicada em 1969, um ano após Barthes decretar a morte do autor, nos leva a questionar a importância de quem fala. Em resposta a Barthes, Foucault alerta para o fato de que o autor não morreu e seu espaço se mantém preservado através da noção de obra⁵ e da noção de escrita⁶.

5 Foucault questiona a noção de obra e sua relação com o autor. "A teoria da obra não existe, e aqueles que, ingenuamente, tentam editar obras, falta uma tal teoria e seu trabalho empírico se vê muito rapidamente paralisado (...) A palavra 'obra' e a unidade que ela designa são provavelmente tão problemáticas quanto a individualidade do autor" (p. 8).

6 A escrita deveria permitir a ausência do autor, mas ela acaba afirmando dois princípios: o religioso e o crítico. A escrita representa em termos transcendentais "o princípio religioso do sentido oculto (com a

O nome do autor não se refere ao indivíduo propriamente dito, mas ao tipo de discurso que é construído segundo determinadas regras, ou seja, à sua produção discursiva. Logo, a noção de autor, longe de ser um nome próprio ou de se referir à identidade tradicional do indivíduo, remete a uma função: a *função-autor*.

Foucault destaca algumas das dificuldades criadas ao se fazer uso do nome do autor. A primeira delas é que o nome do autor é um nome próprio que, além de possuir uma função indicativa equivale também a uma descrição. "A ligação do nome próprio com o indivíduo nomeado e a ligação do nome do autor com o que ele nomeia não são isomorfias nem funcionam da mesma maneira" (FOUCAULT, 1992, p. 11).

Atribuir um nome ao autor de um texto permite classificar o discurso agrupando um certo número de escritos, delimitando-os, opondo-os a outros e até mesmo excluindo deles alguns textos. Para Foucault, atribuir o nome do autor a diversos escritos indica uma relação dos textos entre si, caracterizando um certo modo de ser do discurso. O nome do autor "manifesta a ocorrência de um certo conjunto de discurso, e refere-se ao status desse discurso no interior de uma sociedade e de uma cultura" (IDEM, p. 13).

Para apontar o autor de um texto, ele relata que a crítica literária se baseou na mesma maneira utilizada pela tradição cristã para autenticar seus escritos, validando-os mediante a santidade do autor:

a homonímia não basta para identificar legitimamente os autores de várias obras: indivíduos diferentes puderam usar o mesmo nome. O nome como marca individual não é suficiente quando se refere a tradição textual. Para fazer atuar a função-autor é necessário que haja: 1. um nível constante de valor; 2. uma coerência conceitual ou teórica; 3. uma unidade estilística; e 4. um momento histórico definido (IDEM, p. 17-8).

Desta forma, não basta atribuir um discurso a um indivíduo para fazer atuar a função-autor, ela é resultado de uma operação mais complexa. A crítica moderna utilizaria os mesmos critérios definidos por São Jerônimo, ao localizar a noção de autoria no interior da própria obra.

A autoria no design

Tanto “A morte do autor” quanto “O que é um autor”? se referem principalmente ao texto escrito e não especificamente a outras linguagens. No entanto, podem ser úteis para pensar o campo do design. Antes de apresentar a discussão acerca da autoria nesta área, primeiro faz-se necessário definir o termo “autor”, para evitar os riscos da falta de clareza e da persistência das contradições.

Juliana Martins (2010), em sua dissertação de mestrado intitulada *Autoria: conceitos e valores no campo do design* faz um levantamento dos significados e sinônimos da palavra na visão do senso comum e, em seguida, propõe uma análise sociológica do termo. Na visão do senso comum sobre o termo "autor", ela apresenta as definições de diversos dicionários, além de seus sinônimos. Estas indicam que um autor é considerado como tal quando realiza ou produz algo utilizando sua capacidade intelectual. Entretanto, originar algo nem sempre envolve uma atividade totalmente intelectual e, neste caso, "sua capacidade mental fica apenas subentendida como um dom, um poder, ou um elemento de valor que caracteriza o seu processo produtivo, o seu processo criativo" (MARTINS, 2010, p. 13).

Ao atribuir a ação de criar/inventar/descobrir algo a uma pessoa, surge outro aspecto da definição do termo “autor”: identifica-se um responsável pela ação e tal responsabilidade está associada à ideia de posse. Esses aspectos de responsabilidade e de posse revelam o caráter uno, individual do termo, ou seja, o autor é único. Essa característica pode ser identificada na definição dada pelo dicionário Houaiss: "indivíduo responsável pela criação de algo".

Na análise realizada por Martins, os termos "inventor" e "criador" aparecem em alguns dicionários como sinônimos de "autor". Ao definir o termo “inventor” como sendo "aquele que cria algo novo, original", aquele dicionário reforça a ideia de unicidade do autor através da noção de singularidade, além de se referir, mais uma vez, à sua capacidade intelectual.

Assim como "inventor", o termo "criador" também ratifica a ideia de singularidade, bem como da capacidade intelectual do autor. Porém, surge um novo elemento: o religioso. Ao definir o termo "criador" como "Deus"; "que possui força criadora suprema e que, nesse contexto, teria criado tudo que existe"; ou "aquele que deu origem a tudo que existe (diz-se de Deus)", os dicionários ressaltam o caráter religioso do criador e definem o autor como sendo alguém com poderes e características semelhantes a Deus (MARTINS, 2010).

A questão da autoria na visão do senso comum é baseada na individualidade do sujeito e no seu poder de criação. Já a visão sociológica vai contra essa posição do senso comum, visto que o homem é um indivíduo histórico imbuído de crenças e valores sociais. Sendo assim, o processo de criação não pode ser um ato individual já que as condições sociais influenciam nesse processo. Deste modo, podemos dizer que a autoria é coletiva não se tratando o resultado dessa criação como um poder único e singular.

Tal questão no design começou a ser discutida nos Estados Unidos no período pós-moderno,⁷ através de autores como Michael Rock, Rick Poynor, Ellen Lupton e Anne Burdick. Em “The designer as author”, Rock corrobora os discursos de Barthes e Foucault e também nos alerta para o fato de que a teoria acerca da autoria pode contribuir para reforçar noções conservadoras e subjetivas baseadas no talento individual. Por isso, ele (2015) nos leva a refletir sobre o que significa para um designer ser chamado de autor e ressalta a complexidade dessa prática, que envolve métodos artísticos e comerciais, individuais e colaborativos.

Rock nos chama atenção para a semelhança na relação entre o trabalho do designer e o do diretor de cinema. Assim como este, o designer, muitas vezes, também trabalha de maneira colaborativa, dirigindo a atividade criativa de outras pessoas. Pensando na questão de como tornar um trabalho colaborativo como o de um artista único, o cineasta François Truffaut lançou em 1955 na revista francesa *Cahiers de Cinema*, o movimento teórico *Política dos autores*⁸ que tinha o objetivo de reconfigurar a teoria crítica do cinema. Sendo assim,

a solução foi adotar critérios que permitissem definir quais diretores seriam considerados autores. A fim de estabelecer o filme como um trabalho de arte, a teoria do autor deu ao diretor – até então um terço da trinca criativa – o controle total de todo o projeto (IDEM, p. 239).

7 De acordo com Fredric Jameson (2000), o início da pós-modernidade está relacionado ao surgimento da nova fase do capitalismo avançado, multinacional e de consumo. Para o autor, o termo pós-moderno não deve ser utilizado para descrever um determinado estilo, mas sim como uma forma de relacioná-lo com o surgimento de uma nova ordem econômica, a do capitalismo tardio, em que já não é mais possível a criação de um estilo novo, uma inovação estilística. Como tudo já foi criado, através do pastiche passamos a imitar o passado havendo uma revisitação constante ao modernismo. Porém, esse rearranjo do original se dá de forma acrítica, através apenas da imitação pela imitação. Com isso passou-se a valorizar, cada vez mais, os diferentes estilos e repertórios.

8 A *Politique des auteurs* procurava justificar o caráter artístico do cinema desvinculando-o da ideia de ser uma diversão para as massas. François Truffaut não considera o filme uma obra coletiva e, por isso, deve ter apenas um único autor "fazendo com que roteiristas, músicos, diretores de fotografia, produtores e todo o arsenal de profissionais que constituem o universo de uma produção fílmica não passem de auxiliares inteiramente subordinados" (TORRES, 2012, p.3).

O crítico americano Andrew Sarris aponta três condições para que os diretores possam ingressar no seleto grupo dos autores: 1) devem demonstrar expertise técnica; 2) devem apresentar uma assinatura estilística capaz de ser perceptível após alguns filmes; 3) mostrar consistência de visão subjetiva através da escolha dos projetos e do tratamento cinematográfico.

É fácil se identificar com duas das condições apontadas por Sarris: proficiência técnica e assinatura estilística, porém apenas virtuosismo técnico e estilo não elevam ninguém à categoria de autor. A dificuldade em estabelecer a autoria está justamente na terceira categoria, ou seja, identificar a visão subjetiva do designer.

Em *Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo*, Poynor (2010) também localiza a discussão sobre a autoria no design no período pós-moderno e defende as argumentações de Barthes em relação à morte do autor e ao nascimento do leitor, ressaltando a ideia de que os designers oferecem mecanismos para que cada leitor desenvolva sua própria interpretação, em vez de impor uma única leitura. Cada vez mais, os designers buscam imprimir um estilo próprio como uma forma de assinatura tornando possível identificar sua autoria. Com isso, ele nos alerta para a possibilidade de os criadores tornarem-se o centro das atenções, afirmando sua presença e importância, mesmo quando ainda há a crença de que os designers devam expressar a mensagem de um cliente de forma neutra.

Para ele, o ato de criar nunca pode ser um ato completamente neutro, uma vez que envolve incluir algo ao projeto. "Até certo ponto é impossível que um design não seja baseado em gosto pessoal, entendimento cultural, crenças sociais e políticas e profundas preferências estéticas" (IDEM, p. 120). Além disso, os designers alegam que, para um melhor desempenho, precisam reescrever o *briefing* dos clientes e, ao mesmo tempo, necessitam da aprovação dos seus pares.

Até os anos 1980, poucos profissionais cogitavam atribuir uma autoria gráfica à sua prática. A expressão "designer como autor" ganhou força a partir dos anos 1990 e teve Bruce Mau como uma referência dessa ideia (IDEM). Parodiando o texto de Walter Benjamin, "O autor enquanto produtor",⁹ Mau propõe ocupar o papel inverso de "o produtor como autor". O objetivo de Mau, segundo Weymar (s/d),

9 De acordo com Sequeira (2010), "um dos princípios defendidos seria o modo como forma e conteúdo estão intrinsecamente ligados na produção de significado. Assim, no exemplo do livro, tratando o escritor da parte do conteúdo e o designer da parte da forma, ambos partilhariam a autoria do objeto final" (s/p).

era colocar seu design acima do campo onde o conteúdo se desenvolve e daí defende um design menos fragmentado no sentido da divisão de trabalho onde o designer se encarregue também da pesquisa e do aprimoramento das ideias de criação.

Conforme a questão da autoria foi sendo discutida, mais a escrita passou a se tornar um elemento essencial no reconhecimento do autor. De acordo com Mau, para que o designer seja considerado um autor é preciso que se envolva plenamente com o conteúdo. Quando ele não tem o controle do texto, atribuir-lhe uma autoria seria questionável, pois determinar a forma final de um texto é considerado um aspecto relevante para a produção de significado. Porém,

a centralidade da forma e da superfície na cultura pós-moderna e uma crença mcluhanesca em que é o meio e não a mensagem específica que faz diferença, contribui para a ideia dos designers de que o design merece uma atenção maior e incentiva a visão de que o estilo em si é uma forma de conteúdo suficiente (POYNOR, 2010, p. 128).

Anne Burdick defende a ideia de que no design, o verbal e o visual são inseparáveis e se relacionam de maneira intrínseca, ou seja, "quando as palavras se materializam na forma de tipografia, os significados da 'escrita' e do 'design' não podem ser separados" (POYNOR, 2010, p. 127). Desta forma, tanto o designer quanto o escritor compartilham a responsabilidade sobre a produção de significado.

Entretanto, Burdick ressalta que atribuir autoria ao designer pode sugerir uma forma de poder na medida em que há uma tentativa de controle das áreas do processo editorial. "Como autores, os designers percebem que, apesar de algumas influências que emanam do domínio da imagem visual e da forma tipográfica, controlar as próprias palavras e, portanto, a maior parte da mensagem, é uma arma poderosa" (McCARTHY, *apud* POYNOR, 2010, p. 128).

Já Ellen Lupton questiona a utilidade da autoria para a prática do design contemporâneo e retoma o conceito de Benjamin ao propor o "designer como produtor". Nesse modelo, o designer encontra oportunidades para assumir o controle dos meios de produção tecnológicos e o compartilha com o público leitor, dando a ele o poder de ser tanto produtor quanto consumidor de significado" (IDEM, p. 146).

Marcia Fortunato afirma que a autoria se manifesta de forma diferente dependendo do tipo de produção (pintura, música, filme, fotografia, etc.) em função do universo de criação de cada um deles que utilizam procedimentos de produção específicos.

As possibilidades de autoria sob cada um desses sistemas [pintura, música, cinema, desenho etc.] podem ser diversas, na medida em que se altera o *status* material do discurso: produzir uma obra sobre a materialidade de um livro, ou de um quadro, ou de uma peça musical, certamente supõem procedimentos de autoria distintos, que levem em conta as possibilidades materiais de composição (FORTUNATO, 2003, p. 38).

Ao longo da história do design editorial brasileiro, a preocupação com o projeto gráfico do livro e com a construção de uma identidade visual nem sempre foi uma constante entre os editores. Podemos dizer que, somente a partir do início do século XX, o mercado livreiro passou por uma revolução estética trazendo uma qualidade gráfica e visual a este produto.¹⁰

Muitas vezes nos referimos a determinados livros somente pelo autor do texto. Entretanto, o livro é um produto constituído não apenas por um conteúdo (textual ou imagético que vão compor os cadernos), mas também pela forma. Se pensarmos que não podemos dissociar forma e conteúdo na produção de significado, o livro é um bom exemplo de múltipla autoria onde escritor, fotógrafo e/ou ilustrador e designer trabalham juntos na produção de um resultado único.

Com as transformações ocorridas no papel do editor, seus interesses se voltaram mais para questões econômicas de modo que o designer passou a ocupar algumas de suas atribuições. Victor Burton acredita que o designer muitas vezes assume também o papel do editor

quando você tem uma reedição de um livro, o autor evidentemente vai receber de novo, o fotógrafo envolvido também vai receber de novo, mas na cultura editorial brasileira até agora, o designer gráfico não tem mais direito a nada. Você tem livros que fazem razoável sucesso editorial e acredito que participa desse sucesso porque, no mínimo, criou a cara daquele produto. [...] eu acho que realmente em muitos casos, como os livros de arte, a gente é um pouco coautor sim. Isso é uma luta que a gente deveria encarar. Na Europa e nos Estados Unidos, as editoras são mais organizadas, mais profissionalizadas. O papel do editor lá fora é muito mais ativo do que aqui no Brasil que te entregam um texto geralmente mal organizado, um bando de imagens e vire-se. Então, realmente o designer se torna um colaborador. Se você for observar bem, o crédito do design gráfico na França, Alemanha, EUA é muito discreto, mas porque o editor é muito presente. No Brasil, se dá crédito, mas se paga pouco. Acho que o crédito acaba sendo uma espécie de consolo. E não é isso que se quer. O que se quer é uma remuneração correta e sobretudo papéis bem definidos. Aqui os papéis são muito misturados. As editoras ainda são muito amadoras nesse sentido (BURTON, 2013).

10 Em matéria publicada na revista *Valor* de 10 de abril de 2015, Luiz Schwarcz, editor da Companhia das Letras, comenta que "os livros se transformaram em um produto e não existe vergonha alguma nisso (...) O editor tem que fazer um bom produto, mas é um produto." (p. 22).

De acordo com Lupton (2011), ao desempenhar também a função do editor, o designer assume uma posição privilegiada, uma vez que tem o controle de todas as etapas de construção do livro, desde o domínio do texto, da imagem, do projeto gráfico até ao da produção final. Se, por um lado, essa dupla função permite que o designer desenvolva projetos integrados ao conteúdo do livro, pelo outro não há uma remuneração por esse segundo exercício.

O fato do livro ser um produto de múltipla autoria em que se pode ter diversas pessoas trabalhando sobre um mesmo projeto, muitas vezes sem nem sequer dialogarem, pode acarretar em um projeto gráfico sem unidade entre as partes do livro. Acreditamos que a autoria está vinculada a uma ideia de projeto, ou seja, quando forma e conteúdo de alguma maneira se relacionam.

Parece que, com o advento da tecnologia, o designer foi perdendo o domínio das etapas do processo de produção do livro. Com a chegada dos *softwares* de editoração eletrônica houve a fragmentação do trabalho levando a uma perda da compreensão e domínio do todo. Acreditamos que essa alienação acirrada pela fragmentação do trabalho também enfraquece a própria noção de autoria.

Considerações finais

O historiador francês Roger Chartier, especialista em história do livro e da leitura, explica nos primeiros capítulos da obra *A aventura do livro: do leitor ao navegador* (1999) como surgiu a figura do autor-proprietário e o direito do autor.

Para ele, o papel do editor sofreu, desde o seu início nos anos 1830, algumas modificações, ligada que foi a uma atividade tanto intelectual quanto comercial de busca textos e autores e de controle do processo. Indo desde a impressão da obra até a sua distribuição, sua atividade acabou por se equiparar com a dos autores dos textos, o que frequentemente tornou a relação com eles um pouco delicada.

De acordo com Bragança (2000), o foco do editor é no texto original. Seu conhecimento é mais voltado para o mercado de bens culturais, o que vai determinar sua linha de atuação no momento da seleção de originais. Ele é movido por interesses econômicos e culturais e, geralmente, sente-se com responsabilidades políticas diante da sociedade, ou seja, ao mesmo tempo em que está preocupado com a venda dos seus títulos, sua linha editorial costuma seguir suas crenças ideológicas. Nesse modo de edição podemos destacar a atuação de Monteiro Lobato, Caio Graco Prado, Carlos

Lacerda e Ênio Silveira, editores, respectivamente, da Monteiro Lobato & Cia, da Brasiliense, da Nova Fronteira e da Civilização Brasileira.

O sucesso do trabalho do editor está ligado à sua inventividade pessoal e, em alguns casos, ao apoio do Estado e à criação de novos nichos de mercado. Chartier não tem dúvida em apontar Hachette, Larousse e Hetzel, por um lado, e Gallimard e Flammarion, pelo outro, como os grandes editores dos séculos XIX e XX, respectivamente. Porém,

as transformações do capitalismo editorial, contudo, originaram reagrupamentos, criaram empresas multimídia, de capital infinitamente mais variado e muito menos pessoal, e provocaram um certo enfraquecimento desse vínculo que unia a figura do editor e a atividade de edição (CHARTIER, 1999, p. 53).

Chartier identifica ainda outras duas atuações anteriores à do editor, entre os séculos XVI e XVIII: a do livreiro-editor e a do impressor-editor ou gráfico-editor. A atuação do livreiro-editor se dá basicamente na livraria ou a partir dela. O foco do seu trabalho está no domínio do comércio e dos interesses do mercado buscando sempre obter lucro para a empresa. Seu foco é descobrir as necessidades e demandas do mercado para lançar autores e obras esperadas pelo público (BRAGANÇA, 2000). Nesse sentido, podemos citar a atuação de Baptiste Louis Garnier, um dos mais importantes editores brasileiros do século XIX que esteve à frente da livraria Garnier Frères, e de Francisco Alves, fundador da livraria homônima, que teve um importante papel na edição do livro didático no Brasil.

Já o impressor-editor ou gráfico-editor detém o conhecimento das técnicas de impressão, desde a fundição do tipo até a impressão do texto. Seu local de trabalho é nas oficinas gráficas e, por ser proprietário dos meios de produção, consegue negociar financiamentos e empréstimos a banqueiros ou investidores interessados em sua produção, lhe ficando assegurada a função de editor (IDEM). Nesse sentido, podemos igualmente citar a atuação de Silva Serva, fundador da primeira oficina tipográfica da Bahia em 1811, e de Francisco de Paula Brito, fundador da Imperial Typographia Dous de Dezembro em 1850.

No Brasil, a palavra editor surge no dicionário em 1813. Vocábulo de origem latina, seu significado está associado ao movimento de “dar à luz” e “publicar”. No dicionário Aurélio da língua portuguesa, “editor” é:

4. O responsável pelo ato de publicar textos de qualquer natureza, estampas, partituras, discos, etc. 5. O responsável pela supervisão e preparação de textos especializados numa publicação que abrange assuntos diversos 6. O responsável pela editoração; editorador.

Chartier (1999) explica os privilégios de publicação na Inglaterra e França. A partir do século XVI, na Inglaterra, os livreiros-gráficos de Londres, ao adquirirem o direito de registrar um manuscrito, concedido pela comunidade, ganhavam o privilégio da exclusividade de editá-lo e reeditá-lo indefinidamente.

Já na França, esse privilégio era concedido pela monarquia e o prazo de exclusividade de publicação de um título podia variar entre cinco e quinze anos. Porém, a monarquia permitia que esses privilégios fossem renovados quase indefinidamente, de modo que nenhum outro livreiro ou gráfico tivesse o direito de publicar o mesmo título.

Essa perpetuação de privilégios concedidos pelo sistema corporativo inglês ou pelo sistema estatal francês aos grandes livreiros-editores acabou difundindo a falsificação, tornando-a uma atividade econômica essencial para o mercado europeu. O objetivo era descentralizar o domínio das edições e incluir os livreiros-editores das províncias no mercado dos novos lançamentos.

Teoricamente, a entrada dos livros falsificados no reino é proibida, mas eles são introduzidos no país por diferentes caminhos e através de alianças com livreiros de província que por eles se interessam. Não tendo que pagar o manuscrito nem o privilégio, os falsificadores podem vender o livro a um melhor preço. É assim quem, entre o século XVI e a época das Luzes, a falsificação de livraria tornou-se, pouco a pouco, uma atividade econômica muito importante (IDEM, p. 57).

Com a propagação das falsificações no século XVIII, um grupo de autores e editores se reuniu na Alemanha para tentar definir uma propriedade literária que valesse para além dos limites do Estado e protegesse os livreiros-editores e também os próprios autores, já que estes cedem seus manuscritos àqueles que os transformam em livros (IDEM).

Os direitos de publicação, praticamente perpétuos, dos manuscritos adquiridos pelos livreiros-editores só não gerou a revolta e a luta dos autores, pois havia uma resistência em considerar as composições literárias como mercadorias, como, de fato, eram. Os livreiros compravam os manuscritos por uma quantia ínfima e lucravam com a venda dos exemplares publicados. Ao autor do texto restava apenas alguns exemplares suntuosamente encadernados (IDEM).

Essa situação permaneceu até o século XVIII, quando os livreiros-editores (e não os próprios autores) decidiram defender seus privilégios (seja no sistema inglês ou no francês), pois, ao ceder o manuscrito a um editor, o autor do texto continuava sendo "detentor de uma propriedade imprescritível sobre as obras que exprimem seu próprio gênio" (p. 49). Isso fez com que os editores, ao comprarem esses textos se tornassem seus donos, dando origem à figura do autor-proprietário. "O livreiro-editor tem interesse nisso, pois, se o autor se torna proprietário, o livreiro também se torna, uma vez que o manuscrito lhe fora cedido! É este caminho tortuoso que leva à invenção do direito do autor" (IDEM, p. 64).

O que era considerado objeto de propriedade (*copyright*) dos livreiros e gráficos era o manuscrito da obra. Entretanto, para ser comercializado ele precisava ser transformado em livro que, de acordo com Chartier, era o objeto que "se aplicava o conceito de *right in copies*, isto é, direito sobre o exemplar, sobre o objeto" (IDEM, p. 67).

A partir do início do século XVIII, os Estados europeus, principalmente na Inglaterra e na França, tentaram regular o direito do autor e acabar com essa garantia eterna de propriedade de uma obra e de sua publicação pelos livreiros e gráficos buscando, assim, proteger o autor e o público. Para Chartier, "proteger o autor supõe que algo seja reconhecido de seu direito: impõe-se a ideia de ver as composições literárias como um trabalho; a retribuição desse trabalho é legítima, justificada" (IDEM, p. 66).

A partir desse momento, tentou-se também acabar com aquela ideia de que os livreiros e gráficos possuíam a propriedade tanto sobre o manuscrito da obra quanto sobre o exemplar, sobre o objeto livro. Buscou-se atribuir essa propriedade somente ao texto e não ao objeto que o suporta. Desta forma, entendemos que, desde então, o livro passou, portanto, a carregar um duplo caráter de mercadoria, um referente ao manuscrito e outro ao objeto em si. Nesse sentido, tem-se o escritor como autor do texto e o designer como autor do artefato.

Como a revolução estética no mercado editorial brasileiro se deu recentemente, no início do século XX, momento em que as editoras passaram a se preocupar mais com os projetos gráficos dos livros procurando criar uma unidade entre as estruturas do livro, as pesquisas referentes à autoria no design editorial ainda são isoladas.

Chico Homem de Melo, em palestra realizada no 3º Congresso Internacional de Design da Informação, em 2007, relata sua experiência no mercado editorial brasileiro,

em especial na produção do livro didático. Ao apontar as dificuldades na produção de um livro didático, como a ausência de interlocução entre os atores do processo editor-autor-designer devido a uma radical fragmentação do trabalho, Melo defende que o aprimoramento deste tipo de livro se dará através da participação plena do designer desde o início do processo de produção, podendo este ter uma maior liberdade de intervenção.

A produção de um livro didático é um ponto de partida que deve ser pensado e repensado ao longo de todas suas etapas. Para tanto, é necessário que uma nova configuração na relação entre editor-autor-designer. O "aprimoramento [do livro didático] virá das editoras que ampliem o papel do designer, e que compreenderem a possibilidade de ele se tornar um coautor do livro" (MELO, 2009).

Ana Luisa Escorel (2004) faz uma crítica às sociedades que dissociam o resultado final do processo de produção, o produto, do trabalho do designer e que ainda limitam seu desempenho e muitas vezes desconhecem sua função. A autora ressalta ainda a importância de reconhecer a autoria do designer em diversas áreas, inclusive no design editorial, uma vez que seu trabalho faz parte do processo de feição do produto.

De uma forma geral, percebemos que as discussões que envolvem a autoria no design gráfico ressaltam uma valorização da subjetividade, característica típica do campo da Arte.

Referências

BARTHES, Roland. "A morte do autor". In: *O rumor da língua*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BRAGANÇA, Aníbal. "Introdução à história do livro no Brasil". In: *Margem*. Faculdade de Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo: EDUC, v.12, pp. 169-83, 2000.

BURTON, Victor. "Entrevista concedida à Carolina Noury Azevedo". Rio de Janeiro, 25 novembro 2013. In: AZEVEDO, Carolina Noury. *O design de Victor Burton*. Dissertação (Mestrado de Design). Programa de Pós-Graduação em Design, ESDI/UERJ, 2013.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

ESCOREL, Ana Luisa. *O efeito multiplicador do design*. São Paulo: Editora Senac, 2004.
FORTUNATO, Marcia V. *Autoria sob a materialidade do discurso*. Dissertação (Mestrado de Educação). Programa de Pós-graduação em Educação, USP, 2003.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. Loyola: São Paulo, 1996.
_____. *O que é um autor?* Lisboa: Vega, 1992.

GAGLIARDI, Caio. “Autor, autoria e autoridade: argumentação e ideologia em Roland Barthes”. *Magma*, [S.l.], n. 10, p. 32-49, dez. 2012. ISSN 0104-6330. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/magma/article/view/48465>>. Acesso em: 19 de junho de 2015.

HELLER, Steven. *Looking closer four: critical writings on graphic design*. New York: Allworth Press, 2002, p. 237-44.

JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Editora Ática, 2000.

LEVY, Tatiana. *A experiência do fora*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

LUPTON, Ellen. *A produção de um livro independente: um guia para autores, artistas e designers*. São Paulo: Rosari, 2011.

MACHADO, Roberto. *Foucault, a filosofia e a literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

MARTINS, Juliana A. *Autoria: conceitos e valores no campo do design*. Dissertação (Mestrado de Design). Programa de Pós-graduação em Design, PUC-Rio, 2010.

MELO, Chico Homem de. *Livros didáticos e as relações editor-autor-designer*. ABC Design, 3 de março de 2009. Disponível em: <<http://www.abcdesign.com.br/livros-didaticos-e-as-relacoes-editor-autor-designer/>> Acesso em 26 de fevereiro de 2017.

NIETZSCHE, Friedrich W. *Assim falava Zaratustra: um livro para todos e para ninguém*. Petrópolis: Vozes, 2008.

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

ROCK, Michael. “The designer as author”. In: BIERUT, Michael; DRENTTEL, William; SANT'ANNA, Ronaldo. *Pós-modernidade, imagem e reencantamento: o papel da televisão*. Disponível em: http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos/artigo_ronaldosantana.pdf. Acesso em 30 de setembro de 2015.

SEQUEIRA, Mafalda. “O designer como autor/produtor”. Disponível em: <<http://mestradoprojecto1fbaul.wordpress.com/2010/10/22/o-designer-como-autorprodutor/>>. Acesso em 22 de junho 2014.

TORRES, José Wanderson L. “Cinema de massa e cinema de autor sob o ângulo da autoria”. Disponível em: <<http://revistas.unibh.br/index.php/ecom/article/download/514/441>>. Acesso em 27 de maio de 2014.

WEYMAR, Lúcia B. C. “Autoria em design gráfico: estilo individual ou imaginário coletivo”? *Strategic Design Research Journal*, nov.-dez. 2009.