

DESIGN AUTORAL NA IDENTIDADE VISUAL LÍQUIDA: A FRAGMENTAÇÃO DE IDENTIDADE A PARTIR DA AUTORIA E DA EXPRESSÃO DO EU

LUCAS PESSOA PEREIRA¹; ANA PAULA PENKALA²

¹Universidade Federal de Pelotas – lucaspergrafico@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – penkala@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho é um recorte de uma pesquisa mais ampla, apresentada como monografia de conclusão de curso, que abordou de forma teórica as identidades visuais contemporâneas, considerando a resposta visual ou as manifestações visuais do design em relação à pós-modernidade. A pesquisa geral também se propõe a caracterizar o que é chamado nela de *identidade visual líquida*, o que foi fundamentado a partir de três referenciais teóricos, os quais ajudaram a construir e compreender o paradigma pós-moderno nos âmbitos cultural, social e político, a saber: a tese sobre a modernidade líquida, proposta e desenvolvida nas obras do sociólogo polonês Zygmunt Bauman (1998; 1999; 2001; 2003; 2005; 2007a; 2007b); a abordagem de Stuart Hall (2006) sobre o sujeito fragmentado da pós-modernidade; e a *lógica cultural* vislumbrada por Fredric Jameson (1996; 2006) como aquilo que perpassa a experiência social no terceiro estágio do capitalismo. Este aporte, na pesquisa maior, foi cruzado com as taxonomias das retóricas visuais do pós-moderno construídas por Flávio Vinícius Cauduro e Pedro Perurena (2008), Cauduro e Beatriz Rahde (2005) e Rudinei Kopp (2009), constituindo-se em uma base de compreensão das manifestações visuais do pós-moderno (especialmente na produção visual gráfica).

A partir desse aporte, uma reflexão e discussão teórica propõe pensar como o design representa, em marcas e identidades visuais, conceitos da modernidade líquida. A problematização que se coloca é no sentido de começar a pensar a identidade visual líquida, perguntando-se de que forma o design, especialmente as marcas e identidades visuais, representam a concepção de modernidade líquida formulada a partir dos conceitos de Bauman, Jameson e Hall.

Categorias de análise, criadas da articulação entre a abordagem teórica e o mapeamento de marcas e identidades visuais exemplares dessa produção visual gráfica contemporânea, dão conta de caracterizar e, a partir disso, elucidar a manifestação visual dos conceitos-chave surgidos a partir da problematização e da abordagem teórica e empírica da pesquisa. Esses conceitos, presentes nas manifestações formais e técnicas das identidades visuais contemporâneas, evidenciam uma lógica líquido-moderna atravessando o pensar e o fazer design contemporâneos. Quatro categorias foram eleitas por evidenciar, manifestar e sintetizar tais conceitos, servindo, assim, para uma primeira abordagem do que a pesquisa propõe como o conceito de *identidade visual líquida*. Neste artigo será apresentada a discutida uma dessas categorias de análise, a qual foi criada a partir da marca exemplar da designer norte-americana Meagan Roach. Sua marca pessoal é a base da variável de pesquisa chamada *fragmentação de identidade a partir da autoria e da expressão do eu*. A categoria evidencia e manifesta a fragmentação do sujeito em suas expressões identitárias, demarcando, também, na própria relação de autoria do designer para com sua própria marca, um dos traços da modernidade baumaniana mais evidentes na cultura contemporânea: a identidade líquida.

2. METODOLOGIA

O ponto de partida da pesquisa de conclusão de curso foi o interesse em entender como os conceitos de líquidos/fluidos e de modernidade líquida de Bauman, associados aos conceitos de Hall e Jameson já apresentados aqui, podem ajudar a compreender as manifestações visuais na produção gráfica contemporânea.

A partir da abordagem teórica, tanto fundamentada pelos autores de estudos culturais quanto pelos autores do design, foi feito um pré-mapeamento das identidades visuais que apresentariam características visuais, técnicas ou conceituais alinhadas ao que poderia ser a definição de uma identidade visual líquida. Depois de definidas as figuras da pós-modernidade – conceito apresentado por Omar Calabrese (1987) – que seriam especificamente relacionadas às identidades visuais contemporâneas, foram elencadas, dentro do mapeamento, as marcas exemplares do que seriam as formas correspondentes a essas figuras. Essas mesmas marcas foram as que nomearam, a partir de suas características, as categorias definidas que serviram para a análise dessas mesmas marcas.

Essas análises, de caráter reflexivo e que consideram as teorias do pós-moderno discutidas na primeira etapa da pesquisa, tiveram como tônica esclarecer qual é e como se dá a resposta do design em relação ao pós-moderno, focando na identidade visual, que é considerada no trabalho a instância do design que consegue se articular de maneira mais nítida com alguns desses conceitos estudados no início. O foco metodológico deste texto será o mesmo utilizado nessas categorias de análise.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A marca pessoal da designer Meagan Roach é exemplar da categoria que foi chamada de *fragmentação de identidade a partir da autoria e da expressão do eu*, e ilustra de forma abrangente – não apenas em sua visualidade, mas também no processo de construção da marca, que é múltipla – os conceitos trabalhados na pesquisa de identidade líquida, a partir de Bauman, e fragmentação do sujeito (identificações), de Hall. A designer cria uma marca de base, sobre a qual faz modificações consideráveis, ora expressando seu *eu* em identificações diversas e não necessariamente excludentes entre si (como “ser *nerd*” ou “ser *hipster*”), ora manifestando sua identidade frente a algo com o que está se relacionando em dado momento (como homenagens ou referências diretas às influências da designer, como Van Gogh). Essa multiplicidade de variações da marca pessoal nos ajuda a pensar, dentro da abordagem teórica sobre a modernidade líquida, a questão da autoria e de como a manifestação autoral no design está fortemente relacionada com essas novas expressões de sujeito na pós-modernidade.

A profissional da área gráfica tomou para si o mote “*stimulating design*” (design estimulante), o que justifica a forma de uma xícara de café assimilada ao seu rosto, estilizado na marca. O primeiro traço de expressão do eu que pode ser percebido é a forma da fumaça que sai da bebida, que delinea os contornos de um cabelo com um penteado específico e icônico, estilo esse que é adotado de fato por Meagan, revelando uma filiação identitária – o *black power* é um estilo de afirmação e orgulho de traço da origem étnica. Ao demarcar, já na marca de base, que seu *design estimulante* é parte da expressão de um sujeito que afirma sua origem e, com ela, uma ideologia que a atravessa, a designer já delinea uma *persona* múltipla a fragmentada em identificações que nem sempre foram

coerentes. Em um breve estudo de caso sobre a profissional é possível perceber que sua marca carrega dois traços marcantes de sua identidade: “amo café” e “sou afrodescendente”. Seu cabelo *black power* não faz, na marca, uma afirmação excludente de outras manifestações, não entrando em conflito, por exemplo, com o título de “*nerd*”, antes nunca relacionado à ideologia *black power*.

Os indícios de autoria ficam evidentes nas variações da marca. Cada uma representa uma *identificação* da designer: seu lado *gamer*, sua identificação como “*nerd hipster*”, a referência à sua admiração pelo designer Saul Bass, seu gosto pela cultura japonesa, etc. Tais identificações ora tensionam o que anteriormente era considerado incoerente, ora ratificam a fragmentação que estabelece a lógica do sistema de identidade visual de Meagan, relação traçada a partir da compreensão do que Hall explora como sujeito fragmentado pós-moderno. A designer revela, através de todas as variáveis de sua marca, uma das características mais típicas da pós-modernidade, que é exatamente a falência de um discurso identitário único, fechado e obrigatoriamente coerente. O sujeito pós-moderno que Hall delinea é fragmentado em identificações, não em identidades fixas. Essas identificações também assimilam a diferença, as ambivalências dos sujeitos contemporâneos, as multiplicidades e suas pluralidades e capacidades fluidas de mutação. Por isso há, nesta marca, a forte representação de uma visualidade líquida, pois a figura da fluidez se atualiza na forma com que Meagan transborda os limites de sua identidade. De forma irônica, as marcas múltiplas da designer são bem delimitadas a partir de um padrão revelado em seus traços de autoria, centrados na ideia do café/estimulante e do rosto da autora que, mais que sua fisionomia, é estilizado em uma espécie de “conceito pessoal”, de uma “*nerd black power*” – figura evidenciada pelos óculos e pelo estilo de cabelo ilustrados em sua identidade visual.

Conforme aponta Lúcia Bergamaschi Costa Weymar (2010), utilizando-se de um termo proferido por Michael Rock, usualmente os designers costumam se colocar como “facilitadores sem rosto”, focando-se na ideia de serem apenas *mediadores* nos processos de comunicação. A autoria da designer fica evidente não só por ela mostrar o próprio rosto (mesmo que de forma estilizada), seguindo a sugestão de Rock de que talvez os rostos desses facilitadores estejam prontos para serem mostrados, como, mais do que isso, por ela mostrar *quem* ela é e *como* ela é enquanto sujeito.

4. CONCLUSÕES

A fragmentação de identidade a partir da autoria e da expressão do eu assimila o caráter *fragmentário* e fluido da contemporaneidade, uma vez que explora justamente a noção de fragmentação do sujeito pós-moderno, como vista nas “identificações” – e não “identidades” – trabalhadas por Hall (2006). Essa expressão autoral no design também delinea uma cada vez mais presente expressão do eu enquanto identidade multifacetada. Sua fluidez é evidenciada na maneira com que a designer transborda suas identidades. Os resultados reflexivos da pesquisa demonstram um vislumbre de como o design líquido pode ser de fato caracterizado, tendo implicações significativas para estudos futuros sobre o design relacionado com a modernidade líquida, podendo, algum dia, ajudar na construção de uma melhor compreensão da prática do design e, sobretudo, quais seriam as suas consequências culturais, políticas e sociais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- _____. **Globalização**: As conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.
- _____. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- _____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- _____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- _____. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007a.
- _____. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007b.
- CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1987.
- CAUDURO, Flávio Vinícius; PERURENA, Pedro. A retórica visual da pós-modernidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 15, dezembro de 2008.
- CAUDURO, Flávio Vinícius; RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Algumas características das imagens contemporâneas. **Revista Fronteiras**. São Leopoldo. v. 7. no 3, setembro/dezembro de 2005.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP & A Editora, 2006.
- JAMESON, Fredric. **A virada cultural**: reflexões sobre o pós-modernismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- _____. **Pós-modernismo**: A lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo. Editora Ática, 1996.
- KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. Teresópolis: 2AB Editora, 2009.
- WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa. **Design entre aspás**: indícios de autoria nas marcas da comunicação gráfica. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação da Faculdade dos Meios de Comunicação Social (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), Porto Alegre/RS, 2010.