

Guilherme Falcão *

AUTO



Guilherme Falcão é designer e editor. Bacharel em Design Gráfico pelo Senac/SP (2006) e pós graduado em Arte: Crítica e Curadoria pela PUC/SP (2012). Sua prática em design abrange edição e jornalismo, educação, a relação design e música, além da pesquisa e produção de autopublicações: fanzines, panfletos, livros e boletins. É criador (2006) e editor responsável (desde 2012) do Zine Parasita. Em 2013, funda CONTRA (2013-17), editora especializada em publicações colaborativas de cultura visual. É co-fundador d'A Escola Livre (2014-), projeto educacional em design gráfico sediado em São Paulo, e desde 2018 integra a equipe de professores da ebac na disciplina de Design Editorial. Seus trabalhos já apareceram em premiações e exposições no Brasil e exterior, e integra coleções como a Biblioteca Wanda Svevo (Bienal de São Paulo), e a biblioteca do MoMA de Nova Iorque.
<contato@guilhermefalcao.com>

Resumo Partindo da crítica aos conceitos de “independente” e “alternativo” no campo de produção do design gráfico editorial, o artigo defende o uso do termo/prefixo “auto” (como em “auto-publicação”). Exemplificando com projetos desenvolvidos ao longo da trajetória do designer e autor, e procurando antecedentes históricos e bibliográficos, é construída uma defesa do entendimento da ação autônoma como um dispositivo de expansão das estratégias e atuações políticas e sociais no trabalho de design gráfico.

Palavras chave Design gráfico, Auto-publicação, Fanzine. Ativismo, Design editorial.

AUTO

Abstract Starting with a critique of the terms “independent” and “alternative” in the field of editorial graphic design, the article instead advocates the use of the term “auto” (as in auto/self-publishing). Using examples of different projects created by the designer/author the article seeks an understanding of the autonomous action of the designer as an expansion of the strategies and political / social importance of graphic design as a field.

Keywords Graphic design, Self-publishin, Fanzine, Activism, Editorial design.

Ao longo dos mais de 10 anos que venho pesquisando e produzindo publicações – fanzines, panfletos, livros de artista, boletins – sempre critiquei em minha prática e em meu discurso o uso dos termos “alternativo” ou “independente” para qualificar esse tipo de produção. Os motivos são diversos – questiono a noção de independência numa lógica de sistema que depende da tecnologia digital e do contato com um público consumidor; não defendo a segmentação de públicos ou cerceamento de culturas – mas prefiro começar esse pequeno ensaio jogando luz sobre o termo (ou prefixo) que prefiro utilizar: “auto”.

Entender esse tipo de produção como auto-publicação é deslocar o foco do meio ou circuito de volta para o indivíduo que o produz. É falar sobre a fagulha altamente combustível que desperta o surto febril de realizar algo, materializar. Sobre o impulso de seguir produzindo.

Pensar em no prefixo “auto” também permite olhar para antecedentes históricos importantes: o movimento Samizdat (que em russo significa auto publicação), que tem na figura de Vladmiir Bukovsky e sua máxima “eu mesmo crio, edito, censuro, publico, distribuo, e vou preso por isso” todo um sistema editorial complexo centrado na atitude de um indivíduo; e também de William Morris, figura chave do movimento Arts and Crafts (e da origem do design gráfico do século XX) ao afirmar que “ser dono dos meios de produção é a única maneira de readquirir prazer no trabalho; e isto, em retorno, pode ser considerado como um pré-requisito para a produção de arte e beleza” abre a possibilidade para um tipo de lógica socialista-criativa, em que o criador produtor se emancipa da demanda de um mercado e torna-se agente social.

Há um outro antecedente histórico importante que aparece aqui, que é a ideia do autor como produtor de Walter Benjamin. Trata-se do criador que por meio de sua obra educa e desmistifica o meio produtivo; discute e tensiona os limites de seu campo de atuação, e o torna acessível e possível. É como a metáfora do palhaço na cidade do velho-oeste, sempre um padre travestido que trazia a mensagem do sermão no show de comédia. Ou o exército escondido no inteiro do cavalo de Tróia, a tática de guerrilha mais antiga que nunca envelhece.

Meu trabalho com publicações desde o início teve essa dimensão tática, mesmo que apenas num gesto latente. O Zine Parasita (2006 – em curso) é uma pequena publicação de 16 a 20 páginas e pequeno formato (13 x 18 cm) que circula “escondida” dentro de outros livros. Visito livrarias, bancas de jornal, respondo a convites de feiras de auto-publicação. Circulo por estes ambientes e escondo os exemplares do Zine – sempre numa tiragem de 100 – dentro dos livros, revistas e demais publicações, para que sejam encontrados pelos consumidores e frequentadores daqueles ambientes.

A graça do projeto vai para além do tema escolhido ou dos trabalhos que ali aparecem. Parte do trunfo do Parasita é que circula como uma incógnita, uma anomalia dentro do ambiente: na grande loja não possui catalogação no sistema, e frequentemente presenciei o staff desorientado com relação a como proceder. É um crime? De onde veio? Pode ser vendido,

é parte do livro em que foi encontrado? Na feira ou no ambiente de arte, em ocasiões nas quais já há familiaridade com sua existência, ele se torna um objeto de “culto” e desejo: onde foi escondido? como consigo um? É uma pequena publicação que se presta a dispositivo social.

Na CONTRA (2013 – 2017), editora de um homem só, a proposta era insistentemente discutir o que podia ser um “zine”, e refinando o design e buscando atalhos na produção gráfica para reduzir custos. Publicações misturavam técnicas de impressão e texturas de papéis, uma publicação de mais de 100 páginas era encadernada com grampos, quase como se estivesse explodindo, enquanto outra era apenas um emaranhado de papéis de diferentes formatos presos por grampos de pressão. O programa de publicações da CONTRA também se expandia com ações de experimentação e subversão de sua fórmula: um selo paralelo de literatura experimental; ou uma coleção de 10 panfletos políticos, todos vendidos pelo mesmo preço, que representou o final da editora. Como se todo o gesto de refino do formato do zine levasse a uma rota de simplificação ao extremo, em que apenas uma folha dobrada ao meio fosse suficiente.

Paralelamente às colaborações com artistas a CONTRA publicava também os “manifestos”, zines de 16 páginas feitos de conteúdo roubado, que discutiam a ação de publicar em si. Era uma tentativa de se permanecer sempre auto-consciente, de tentar responder a pergunta: por que publicar? Ou melhor, por que publicamos nos anos 2010? Como um diário de pesquisa aberto, uma gaveta escancarada, os manifestos acompanhavam a evolução do projeto da editora e compartilhavam os achados de uma pesquisa individual. Se o modelo da CONTRA ecoava as palavras de Bukovsky, os panfletos eram um aceno para o autor como produtor de Benjamin. Se o processo de pensar cada publicação era um diálogo entre editor-designer e autor, o projeto da editora como um todo era um diálogo constante com público receptor e com os próprios colegas de feiras e eventos. Como onde nós, como sistema, nos mantemos em movimento?

Essas atitudes transbordam para outros projetos fora do campo “auto”, e contaminam minha prática como designer em gestos que buscam plantar um pequeno sermão na piada, ou um exército na barriga do cavalo. O folder de programação do seminário Urgênc!as na Arte (Paço das Artes, 2017), por exemplo, traz consigo uma capa falsa, que pode ser desdobrada em um cartaz vermelho que traz a palavra-título do evento – URGÊNC!AS –, colocando um pequeno dispositivo de protesto na mão de todo participante. Esse gesto é ressoado na grafia do título do evento, em que a letra “I” é substituída por um ponto de exclamação invertido.

Ao defender o uso do prefixo “auto”, minha intenção é dizer que o movimento começa em si, e depende de si para seguir a diante. Uma energia que é gerada pelo desejo de criar, percorre todo o corpo materializando formas em atitudes, e se alimenta do que gera para seguir trabalhando. É colocar-se em constante diálogo com colegas, público, e figuras chave de pesquisa e inspiração. Ser auto é assumir uma postura que entendo como fundamental à ação social de minha prática.

Recebido: 10 de março de 2019.

Aprovado: 10 de abril de 2019.