



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

GABRIELA ARAUJO FERRAZ OLIVEIRA

A PRÁTICA DO DESIGN DE LIVROS:
compreendendo o objeto impresso como materialização probabilística

Recife
2023

GABRIELA ARAUJO FERRAZ OLIVEIRA

A PRÁTICA DO DESIGN DE LIVROS:
compreendendo o objeto impresso como materialização probabilística

Tese apresentada ao ao Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de doutora em Design. Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos.

Orientador: Hans da Nóbrega Waechter

Recife
2023

Catálogo na fonte
Bibliotecária Mariana de Souza Alves – CRB-4/2105

O48p Oliveira, Gabriela Araújo Ferraz
A prática do design de livros: compreendendo o objeto impresso como materialização probabilística / Gabriela Araújo Ferraz Oliveira. – Recife, 2023.
204f.: il., fig.

Sob orientação de Hans da Nóbrega Waechter.
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2023.

Inclui referências e apêndice.

1. Design de livros. 2. Cadeia produtiva. 3. Materialidade probabilística.
I. Waechter, Hans da Nóbrega (Orientação). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2023-175)

GABRIELA ARAUJO FERRAZ OLIVEIRA

“A prática do design de livros: compreendendo o objeto impresso como materialização probabilística.”

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Design.

Aprovada em: 11/09/2023.

BANCA EXAMINADORA

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Solange Galvão Coutinho (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Rosângela Vieira de Souza (Examinadora Externa)
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Ana Elisa Ferreira Ribeiro (Examinadora Externa)
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Bárbara Emanuel (Examinadora Externa)
Universidade Federal Fluminense

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Maria Teresa de Carvalho Poças (Examinadora Externa)
Faculdade SENAC de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

“Deus me livre de ter medo agora / depois que eu já me joguei no mundo / Deus me livre de ter medo agora / depois que eu já pus os pés no fundo”. Ouvi essa música de Gil quando estava perto de finalizar o documento. E o fim, não importa o quão esperado ele seja, dá uma pontinha de medo.

Com quantas mãos se fazem uma tese? Muitas. E muitas delas me ajudaram a chegar até aqui. Primeiro, agradeço às forças divinas, a quem chamo de Deus, pela luz que me acompanhou ao longo do caminho.

A Hans Waechter, orientador querido e uma grandiosa referência que está comigo desde a graduação, pela confiança depositada nesses 14 anos de convívio, pelas trocas e pela generosidade nos encontros.

A Solange Coutinho, professora por quem tenho uma admiração e um encantamento imensos desde as primeiras aulas na graduação e é uma grande inspiração na minha trajetória profissional. A Ana Elisa Ribeiro, poeta e professora apaixonada pelo mundo dos livros. Nossos caminhos se entrelaçaram na qualificação e, desde então, minha admiração só aumenta.

Como diz Manoel de Barros, “a palavra oral não dá rascunho”. Agradeço aos entrevistados Tereza Bettinardi, Flávia Castanheira, Ildembergue Leite, Rodrigo Acioli e Luísa Zardo pela generosidade de partilhar um pouco da vivência de vocês comigo.

A Eva, Débora, Catarina, Josinaldo e Tereza, pela leitura atenta dos textos e pelas contribuições valiosas nas discussões.

Existem diversos outros designers de livros que eu gostaria de ter entrevistado, em especial Luciana Calheiros e Eduardo Souza. Muito do que faço hoje, enquanto designer, vem deles – pessoas com as quais dividi muitos projetos de design e que, devido à proximidade, seus modos de fazer me são muito familiares e, também, são parte de mim. Deixo aqui a menção e a gratidão pelas partilhas.

Aos meus amigos tão queridos. Vocês foram a força sublime para que isso exista. As conversas, os afetos, as trocas foram fundamentais.

Aos meus pais e ao meu irmão, por todo suporte, incentivo e por sempre estarem ali, não importa a circunstância. Obrigada por serem minhas raízes profundas.

A Eduardo, pela partilha dos dias, pelo suporte e por tanto. As palavras não dão conta da importância de tê-lo junto ao longo de toda essa trajetória. É imenso.

Aos professores, às professoras, aos servidores e às servidoras do dDesign UFPE, da graduação e da pós-graduação.

*“Desfrutar de boas casas e de bons livros,
com dignidade e conforto adequado,
parece ser o agradável objetivo pelo qual
todas as sociedades deveriam lutar.”*

WILLIAM MORRIS

*“Quando eu aprendi a ler, devorava os livros,
e pensava que livro era como árvore, como
bicho, coisa que nasce. Não sabia que havia
um autor por trás de tudo.”*

CLARICE LISPECTOR

RESUMO

Esta tese explicita as diversas categorias materializadas no objeto impresso por meio da prática do design de livro. No capítulo 1, realizamos uma revisão de literatura para compreender a cadeia produtiva e circulação do livro. Para isso, apresentamos um panorama das áreas de conhecimento que têm o livro como objeto, depois discutimos os modelos que apresentam a cadeia produtiva do livro e, finalmente, apresentamos os conceitos de amplificação, filtro, modelo e enquadramento, a fim de articular a configuração do livro com sua complexa cadeia produtiva. No capítulo 2, propomos a prática do design de livros a partir da materialidade probabilística. Com esse objetivo, fizemos uma revisão crítica de literatura, com um recorte disciplinar do design de livros, para fundamentarmos uma crítica à posição tradicional da disciplina do design de livro – a que defende a neutralidade da configuração gráfica. Por fim, defendemos a abordagem da materialidade probabilística em oposição à materialidade mecanicista como abordagem para a prática contemporânea de design de livro. No capítulo 3, dialogamos sobre o design de livro no Brasil a partir de cinco perspectivas contemporâneas. Entrevistamos cinco designers de livro para compreender sua prática e coletar informações de como a cadeia produtiva funciona atualmente. A partir da transcrição das entrevistas feitas remotamente, analisamos os relatos e elaboramos rótulos conceituais para discutir o caráter complexo e contingencial dessa prática. Por fim, no capítulo 4, apresentamos uma proposta de diagrama em que consolidamos a nossa contribuição. Assim, está centrado em relatar e elaborar sobre os aspectos heterogêneos discutidos e elencados nos capítulos anteriores, demonstrando os diversos fatores que intervêm na prática do design de livros. Para demonstrar sua aplicação em casos concretos, apresentamos uma análise de caso do livro *Mala quadrada, cabeça quadrada* (2018). Portanto, essa contribuição sugere direcionamentos teóricos e projetuais para o design de livro no Brasil, a partir da defesa de uma abordagem probabilística para a prática.

PALAVRAS-CHAVE design de livros; cadeia produtiva; materialidade probabilística.

ABSTRACT

This thesis takes account of different categories materialized in the printed object through the practice of book design. In chapter 1, we carried out a literature review to understand the production chain and circulation of books. For this, we present an overview of the areas of knowledge that take the book as object of study, then we discuss the models that present the productive chain of the book and, finally, we present the concepts of amplification, filter, model and framing, in order to articulate the configuration of the book with its complex production chain. In chapter 2, we propose the practice of book design based on probabilistic materiality. With this objective in mind, we carried out a critical literature review, with a disciplinary focus on book design, to support a critique of the traditional position of the discipline of book design—one that defends the neutrality of the graphic configuration. Finally, we defend the probabilistic materiality approach as opposed to mechanistic materiality as an approach to contemporary book design practice. In chapter 3, we discuss book design in Brazil from five perspectives. We interviewed five contemporary book designers to understand their practice and collect information on how the production chain currently works. We analyzed the transcription of the interviews conducted remotely and created conceptual labels to discuss the complex and contingent nature of this practice. Finally, in chapter 4, we describe the proposed diagram in which we consolidate our contribution. Thus, this chapter is focused on reporting and elaborating on the heterogeneous aspects discussed and listed in the previous chapters, demonstrating the various factors that intervene in the practice of book design. To demonstrate its application in concrete cases, we present a case analysis of the book *Mala quadrada, Cabeça quadrada* (2018). Therefore, this contribution suggests theoretical and project directions for book design in Brazil, based on the defense of a probabilistic approach to practice.

KEYWORDS book design; productive chain; probabilistic materiality.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	10
	Procedimentos metodológicos	16
	Estrutura do documento	18
1	CADEIA E CIRCULAÇÃO DE LIVROS	20
1.1	O(s) campo(s) de pesquisa do livro	21
1.2	Modelos da cadeia de produção do livro impresso	27
1.3	Teoria da publicação	44
1.3.1	Quadro	46
1.3.2	Modelo	47
1.3.3	Filtros	49
1.3.4	Amplificação	50
2	O DESIGN DE LIVRO: DA CRÍTICA AO CÂNONE À MATERIALIDADE PROBABILÍSTICA	53
2.1	O cânone do design de livro e suas fissuras: uma revisão da literatura na disciplina	55
2.1.1	O cânone do design de livro...	55
2.1.2	...E suas fissuras	62
2.2	Crítica à neutralidade da configuração gráfica	67
2.3	A materialidade da configuração: escrita diagramática e a forma do livro	74
2.4	Da materialidade mecanicista à materialidade probabilística	88
3	O DESIGN DE LIVRO NO BRASIL: CINCO PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS	97
3.1	Briefing e leitura do texto	104
3.2	Demandas para o projeto gráfico	106
3.3	A superfície da página	109
3.4	Aspectos materiais	113
3.5	Outros atores e cadeia do livro	116
3.6	Os modelos das editoras e o design de livros	121
3.7	O trabalho do designer de livros	127
3.8	Sobre um bom design de livro	133

4	PROPOSTA DE DIAGRAMA SOBRE A PRÁTICA DO DESIGN DE LIVROS	137
4.1	Processo de construção do diagrama	138
4.2	A prática do design de livros	143
4.2.1	Categorias, por classificação	144
4.2.1.1	Econômica	144
4.2.1.2	Distribuição	146
4.2.1.3	Difusão	148
4.2.1.4	Modalidade de trabalho do designer	149
4.2.1.5	Matéria-prima	150
4.2.1.6	Enquadramento editorial	152
4.2.1.7	Capital simbólico do designer	154
4.2.1.8	Hermenêutica	156
4.2.2	Projeto gráfico	157
4.2.2.1	Superfície da página	157
4.2.2.2	Aspectos materiais	161
4.3	Aplicação do diagrama: uma análise do livro <i>Mala quadrada, cabeça quadrada</i>	163
4.3.1	Projeto gráfico	164
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	173
	REFERÊNCIAS	183
	APÊNDICE A CADERNO DE EXPERIMENTOS DIAGRAMÁTICOS	192



INTRODUÇÃO



Na última década, o mercado editorial brasileiro sofreu transformações contraditórias. De um lado, o fechamento de grandes redes de livrarias, como Cultura e Saraiva¹ – dentre os fatores para isso, está a chegada da Amazon ao Brasil em 2014, que intensificou a venda de livros pelo e-commerce. Com a pandemia do Covid-19, a importância dessa plataforma se ampliou à medida que cresceu a venda de livros digitais² no território nacional. O Bookwire Brasil³ analisou 1.600.000 registros de dados e aponta que no Brasil “a crise serviu de catalisador na aceleração de uma tendência já existente em direção à transformação digital”. Entre os meses março e julho de 2020 houve um aumento de 157% de vendas na categoria de não ficção e 227% em e-books infantis e juvenis. De outro, há o crescimento de editoras independentes e feiras literárias⁴, impulsionando a bibliodiversidade. Com isso, constatamos os imbricamentos entre mídias digitais e analógicas, que não se dão sem conflitos ou fricções. Há muito, temos lastro de discussões acerca da pauperização da experiência de leitura. Nesse sentido, autores como Chartier (2002) apontam que o próprio suporte estabelece a ordem do discurso: nas mídias digitais, “todos os textos, sejam eles quais forem, são entregues à leitura num mesmo suporte (...) e nas mesmas formas” (p. 109).

Essas contradições ensejam a delimitação do recorte do objeto de pesquisa desta tese. Ao longo destas páginas, discutiremos o design de livros; mas não o design de livros de artista, os artesanais e os experimentais (Cf. Derdyk, 2013; Paiva, 2010; Silveira, 2008). Em larga medida, escolhemos evitar essas categorias, que consideramos difusas: elas tendem a procurar respaldo nos aspectos formais, mas, via de regra, adquirem seu significado mais pelos campos em que são produzidos e circulam. Para além disso, a definição de livro torna-se cada vez mais uma discussão em si mesma, diante da sua complexidade no ambiente informacional atual (Cf. Ribeiro, 2018, p. 75-90; Hansen, 2019).

Assim, em vez de fixarmos o tema desta pesquisa no objeto que é produzido, a melhor maneira de caracterizá-lo é pensar na prática de um ator em uma cadeia produtiva que passou por mudanças históricas significativas – mas que se mantém reconhecível. Aqui, discutimos o design de livro “inserido em uma cadeia produtiva comercial e industrial e ao mesmo tempo explora as suas especificidades formais e sua relação com o conteúdo” (Ramos, 2013, p. 95). Dessa maneira, o nosso objeto é a produção de livros fundamentada “nas restrições técnicas, econômicas e humanas

1 De onde vem a crise de grandes redes de livrarias no Brasil. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/10/31/De-onde-vem-a-crise-de-grandes-redes-de-livrarias-no-Brasil>>.

2 Quanto o brasileiro leu em 2020. E o que mais leu. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2021/01/26/Quanto-o-brasileiro-leu-em-2020.-E-o-que-mais-leu>>.

3 The digital consumer book barometer: Covid-19 Special Edition Brazil. Disponível em: <https://www.bookwire.de/fileadmin/downloads/whitepapers/Brazil_Covid_Special_ConsumerBookBarometer2020_PT.pdf>

4 Como editoras e livrarias independentes buscam se reinventar em meio à crise mais dramática do mercado editorial. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/como-editoras-livrarias-independentes-buscam-se-reinventar-em-meio-crise-mais-dramatica-do-mercado-editorial-22929251>>

inerentes ao processo (...) [e] sua obra é o produto acabado, resultado de uma ideia que, depois de nascer, sobreviveu a todas as etapas do processo” (*ibid.* p. 96).

A partir dessa premissa, podemos caracterizar o objeto produzido que nos servirá de ponto de contato para investigar a prática. Nesse sentido, a citação anterior já evidencia o primeiro critério para caracterizar o livro no qual estamos interessados: o **produtivo**. Com a centralidade das ferramentas digitais em virtualmente toda atividade da sociedade hoje, à primeira vista, há pouca diferença na elaboração de projetos gráficos de livros impressos ou digitais, “exceto por uma etapa final diferenciada (nos aspectos do produto, da distribuição, do marketing e da logística)” (Ribeiro, 2018, p. 75). Ou seja, da perspectiva da cadeia editorial, ao compararmos o livro digital e o impresso, o último é um processo mais longo, custoso e árduo. Ainda assim, ele persiste e segue crescendo. Por isso, estamos interessados em localizar e atualizar a prática do design de livro em uma cadeia, cuja complexidade pode ser constatada em sua longuíssima história e que as mídias digitais complicaram ainda mais. Portanto, em última instância, o critério produtivo diz respeito a uma cadeia que subentende o processo físico de reprodução: a impressão.

Um outro critério muito relacionado ao primeiro é o **físico**. O livro ao qual nos referimos não é o livro digital (*e-book*). Isso implica outra ressalva: não nos opomos à coexistência dos dois tipos de livro – físico e digital – e nem pretendemos compará-los. Pelo contrário, endossamos a assertiva formulada pelo jornalista e editor alemão Wolfgang Riepl em 1913. Conhecida como a lei de Riepl, ela afirma que, com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, as mídias não são eliminadas, mas readequadas para outras finalidades (Schweighauser, 2013). Isso enseja uma interação complexa entre essas tecnologias. Por exemplo, a comercialização online de livros impressos⁵ é um fenômeno que corrobora a lei de Riepl e é fundamental para compreender o mercado editorial mundial hoje. De um lado, como apontamos, amplia a venda de livros, mas, por outro lado, como afirma Carrión (2020) em sua crítica à Amazon, a dinâmica da compra online faz com que toda experiência seja restrita a um mesmo suporte, em uma mesma plataforma, em uma mesma mídia: “comprar na Amazon [...] iguala uma determinada experiência à anterior e à seguinte. Nubla o contorno de cada leitura, torna-as nebulosas” (p. 30). Nesse sentido, os aspectos tecnológicos permeiam toda a nossa discussão.

Assim, embora o aspecto físico do livro possa alterar apenas as etapas finais de sua produção, o diagnóstico se transforma se considerarmos o poder da forma, como faz Melot (2012) – sobretudo na dimensão da recepção. Nesse sentido, Lomme (2018) aponta que a taticidade no design de livro é concebida cada vez mais como “uma sensação física ao mesmo tempo que uma experiência mental” (p.5). Aqui, podemos lembrar também de Jorge Luís Borges (2009), que explicita que não está

⁵ Para discussões mais aprofundadas sobre o papel da Amazon na disseminação desse modo de comercialização dos livros, ver Carrión (2020) e Caine (2023).

“interessado nos livros fisicamente” (s.p.). No entanto, ao imaginar o Paraíso para si, imagina uma biblioteca – e confessa, em sua conferência intitulada *A cegueira*, apreciar o acolhimento dos 900 mil volumes da Biblioteca Nacional argentina, quando já cego se tornou diretor dela. De maneira semelhante, como aponta Carrión (2020), em uma livraria, o leitor precisa “buscar o livro; encontrá-lo; folheá-lo; decidir se o desejo tinha razão de ser; talvez abandonar esse livro e desejar o desejo de outro” (*ibid.* p.30). Há o contato direto com a sua materialidade, com a textura do papel, com o peso do livro e seu cheiro. Além de, ao folheá-lo, ir de encontro à diagramação, margens, imagens e ilustrações – caso haja. É por meio da materialidade que temos a experiência que Steiner (2020) descreve sobre o encontro do texto com o leitor: “o texto que [...] dá a nossa existência um fim e um critério, pode estar a nos esperar na estante dos livros de ocasião, usados, com desconto. Talvez empoeirado e esquecido, na estante ao lado do livro que procurávamos” (p. 12).

Portanto, a etapa final a que Ribeiro (*op. cit.*) se refere faz toda diferença para nós. Desse modo, ainda que a ênfase desta pesquisa não seja a recepção do livro impresso por leitores empíricos, a taticidade explícita outro critério: **estético**. Utilizamos esse termo não apenas no que diz respeito ao estilo gráfico – como é, em geral, compreendido no campo do design –, mas da própria experiência de leitura: “a produção de sentido de textos literários (...) implica a possibilidade de que podemos formular a nós mesmos e, assim, descobrir o que antes parecia enganar nossa consciência” (Iser, 1972, p. 299). Eu mesma poderia oferecer um testemunho, dado que foi graças ao encontro com um livro em uma disciplina na graduação que construí as bases da minha vida acadêmica, incorporando a minha própria experiência de leitura a partir da fenomenologia, como discuti anteriormente na minha dissertação de mestrado (*Cf. Oliveira, 2016*).

Aqui, gostaria de fazer uma breve digressão pessoal. Enquanto leitora, meu interesse pelos livros não vem desde criança. Apenas desenvolvi o gosto de ler na pré-adolescência, quando li Machado de Assis para uma prova do colégio. E o interesse pelo objeto surgiu em uma disciplina durante a minha graduação em Design, na disciplina design editorial, no curso de Design da UFPE, ministrada por Hans Waechter, o orientador desta tese, e Isabella Aragão. Os professores levaram para a sala de aula a edição da Coleção Particular da editora Cosac Naify de *A fera na selva*, de Henry James. Na ocasião, o projeto gráfico e, em especial, a mudança de gramatura do papel ao longo da narrativa, aguçou muito a minha curiosidade. Além disso, dentre os cinco artefatos editoriais que desenvolvemos, dois estavam mais relacionados com o livro: um era livro de ficção e o outro, livro experimental. Essa experiência plantou o livro tanto minha prática profissional quanto minha prática de pesquisa. Sobre a primeira, foi a partir desses projetos que consegui alimentar o portfólio para concorrer a vagas de estágios nessa área – e o meu primeiro estágio foi no *Jornal do Commercio*. Lá, sob a supervisão e mentoria de Renata Cadena e,

posteriormente, de Isadora Melo, desenvolvi habilidades de diagramação a partir de um mesmo projeto gráfico pré-determinado. Depois, ingressei na Zoludesign, escritório de design formado por Luciana Calheiros e Aurélio Velho. Lá, tive a oportunidade de conhecer e aprender sobre outros aspectos da prática do design, em especial do design editorial. O olhar aguçado e criterioso de Luciana, bem como as inventividades primorosas de Aurélio foram uma parte de especial importância na minha prática do design. Desde direcionar o olhar para o detalhe da paginação, até pensar em como subverter os processos de impressão industriais para produzir livros e catálogos cuja materialidade também constituía ativamente uma camada de significado. Sobre a prática de pesquisa, aquele volume de *A fera na selva* se tornou um dos objetos do meu TCC, intitulado *O papel no design de livros*, que buscou compreender como o papel poderia contribuir para a narrativa dos livros (Cf. Oliveira; Waechter, 2015; Souza; Oliveira; Campello, 2015). Depois, expandi o escopo e, no mestrado, pesquisei sobre *O design na construção do livro: a Coleção Particular da editora Cosac Naify*, no qual argumentei como todos os elementos do projeto gráfico contribuem para a significação no processo de leitura dos livros. O passo seguinte é esta tese.

Ainda, nosso recorte não possui marcos **cronológicos** explícitos, mas poderíamos classificar como o *agora*. Ao adotarmos essa postura, estamos reconhecendo também as limitações do contexto em que estamos situados; escutamos os designers de livro que estão atuando no mercado atualmente, mas outros poderiam – e devem – ser escutados. Além disso, estamos cientes dos riscos implicados em pesquisar os fenômenos no calor do momento e com tanta aproximação. Por outro lado, acreditamos também que é um ato de esperança: esperança de que esta pesquisa pode contribuir para a sociedade trabalhar para construir o seu futuro a partir dos livros.

Houve outras dificuldades de ordem prática, dado esse recorte. Na tentativa de abranger alguma diversidade de cenários nas entrevistas realizadas, mapeamos alguns designers de livros contemporâneos brasileiros. O primeiro critério que elencamos foi o geográfico. Entretanto, tivemos dificuldades de avançar no sentido de representação geográfica. Dada a concentração da cadeia produtiva no sudeste, é comum que os atores sejam oriundos de lá, ou tenham migrado para lá a trabalho. Além disso, a prática do design de livro no Brasil é difícil de se sustentar financeiramente; ou seja, é comum que os designers trabalhem com outros artefatos gráficos, além do livro. Por isso, nossos entrevistados não trabalham exclusivamente com livros – se é que existem no país. Ademais, não consideramos os capistas, pois compreendemos como outro modo de trabalho fundamentalmente diferente do de desenvolver o projeto gráfico de todo o livro (Cf. Souza, 2022).

No processo de mapear esses designers, observamos que existem diferentes modos de trabalho na área editorial e que esses modos, por si só, já modificam os resultados, a cadeia, direcionam as escolhas. Assim, elencamos três modos de trabalho do designer de livros no mercado editorial: (1) *freelancer*; (2) *in house*; e (3)

tem sua própria editora. É importante ressaltar que esses modos de trabalho não são excludentes, eles são frequentemente exercidos paralelamente. Assim, escolhemos cinco designers de livros que, no momento da pesquisa, operavam em modos de trabalho distintos e que possuem trajetórias diversas em relação ao trabalho com o livro. Portanto, nossa compreensão da prática do design de livro já extrapola a ideia de que a prática é muito mais complexa do que pensar na legibilidade e diagramação do livro.

As entrevistas nos levam a ressaltar a compreensão da singularidade de cada designer de livro, bem como de cada projeto realizado. Cada designer está imerso em um contexto sociocultural diferente, que implica outros aspectos que também influenciam nesse processo: geografia, economia, política, sociabilidade, formação, etc. Além disso, é significativo me posicionar enquanto designer de livros – trabalho que realizo desde 2011 – e que, indo de encontro a toda e qualquer possibilidade de neutralidade, essa experiência influencia na minha atuação enquanto pesquisadora.

Por fim, é importante ressaltar o aspecto **disciplinar**. O livro é reiteradamente apontado como um objeto de estudo complexo nas diversas disciplinas que se dedicam a ele, por carregar a implicação de múltiplos fatores no seu corpo. Nesse sentido, sobretudo no Capítulo 1, fizemos uma incursão em diferentes áreas de conhecimento que estudam o livro, dando a esta pesquisa um aspecto fortemente interdisciplinar – o que também acarreta diversos desafios. Cada uma delas tende a reconhecer e enfatizar faces diferentes desse objeto multifacetado – e, ainda quando observam um mesmo aspecto, empregam ferramentas teóricas diferentes, cada qual com sua própria história e tradição. Portanto, uma boa parte do nosso esforço foi o de dialogar com outras disciplinas, mas com o objetivo de fazer uma crítica interna ao próprio design de livro. Como argumentamos algumas vezes ao longo da tese, a inquietação inicial foi da limitação da própria disciplina, da qual nos afastamos a fim de, então, retornar para alargá-la e enriquecê-la.

PERGUNTA DE PESQUISA

Quais os fatores que determinam aspectos projetuais na prática do design de livros?

HIPÓTESE

Os aspectos projetuais da prática do design de livros não são determinados apenas por demandas formais e técnicas (materialidade mecanicista), mas consistem na materialização de uma pluralidade de categorias heterogêneas (materialidade probabilística). Nesse sentido, os fatores que determinam aspectos projetuais são sempre contingentes. Ou seja, embora possamos indicá-los, eles nem sempre estão presentes ou exercem a mesma influência em instâncias específicas da prática do design de livro.

OBJETIVO GERAL

Compreender a prática do design de livros a partir da materialidade probabilística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar o design de livros nos modelos de cadeia produtiva dos campos de estudo do livro;
- Contextualizar o paradigma da materialidade probabilística para o design de livro;
- Elencar fatores da prática do design de livros no mercado editorial atual por meio de entrevistas com profissionais brasileiros;
- Articular as contribuições da literatura com as entrevistas por meio de um diagrama centrado na prática do design de livro.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é de **natureza aplicada**, pois “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos” (Prodanov; Freitas, 2013, p.51). É do tipo **exploratória** porque tem como objetivo “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias” (Gil, 2019, p. 26). Além disso, tem como característica ter uma menor rigidez no planejamento e, comumente, envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o objeto pesquisado e análises de casos com o objetivo de estimular a compreensão (Gil, 2019; Prodanov; Freitas, 2013).

Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. Quando o tema escolhido é bastante genérico, torna-se necessário seu esclarecimento e delimitação, o que exige revisão de literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos (Gil, 2019, p. 26).

A abordagem desta pesquisa é **qualitativa**, uma vez que temos “o propósito de estudar a experiência vivida das pessoas e ambientes sociais complexos, segundo a perspectiva dos próprios atores sociais” (Gil, 2019, p. 57). Ainda, consideramos que o nosso objeto de estudo é construído socialmente. O paradigma é **interpretativista**, pois se fundamenta “na interação entre as características de determinado objeto e a compreensão que os seres humanos constroem a seu respeito, por meio da intersubjetividade” (*ibid.* p.7). Assim, não acreditamos que há “uma realidade objetiva a ser descoberta” (*ibid.* p. 7), mas sim uma realidade que é sempre situada, contextualizada e, portanto, enviesada.

A modalidade de pesquisa é a **teoria fundamentada** (*grounded theory*), pois, a partir de diversos procedimentos, reunimos um volume de dados referentes a um determinado fenômeno. E, “após compará-los, codificá-los e extrair suas regularidades”, definimos uma teoria fundamentada – que emerge que situações específicas e, portanto, não pode ser compreendida como uma representação de uma

realidade objetiva, externa aos sujeitos, mas sim como reconstruções da experiência. Assim, essa modalidade surge da revisão de literatura que fizemos e das entrevistas com os sujeitos e não pode, portanto, ser generalizada sem adequações para cada contexto, pois é uma “explicação de uma realidade tornada real pelos sujeitos da pesquisa” (Gil, *op. cit.*, p.66).

O tipo de entrevista que realizamos foi do tipo **semiestruturada**, na qual as questões são predeterminadas, mas a sequência e a forma com que ela será conduzida vai se adequando de acordo com o curso da entrevista e com cada sujeito (Gil, *op. cit.*). Assim, conseguimos levar em consideração a especificidade dos contextos e das particularidades das pessoas entrevistadas. A teoria fundamentada prevê a análise de dados das entrevistas por meio de três processos de codificação: codificação aberta; codificação axial; e codificação seletiva (Gil, *op. cit.*). No entanto, consideramos mais produtivo **decompor os dados sem uma codificação formal** devido ao nível de proximidade que temos em relação ao tema (Yin, 2016). Por isso, observamos temas recorrentes que emergiram das respostas das pessoas entrevistadas e, em um processo iterativo, criamos categorias (ou rótulos conceituais) e refinando-as à medida em que analisávamos os dados (Strauss; Corbin, 2008). Dessa maneira, descobrimos uniformidades e ordenamos os dados por similaridade, conexões e ordenamentos conceituais (Gil, *op. cit.*).

Além disso, é importante ressaltar que consideramos que eu, enquanto pesquisadora, também defino vários caminhos pelos quais a pesquisa seguiu, pois acreditamos que tanto nós, pesquisadores, somos moldados pelos dados coletados, como nós também os moldamos (Strauss; Corbin, 2008). Portanto, a nossa pesquisa está muito mais calcada na construção do que na falseabilidade de alguma lei e, assim, não há interpretações imparciais ao longo das próximas páginas.

Na tabela abaixo, relacionamos os capítulos aos objetivos específicos e explicitamos quais os métodos predominantes para responder a cada um deles. Assim, de maneira sucinta, a estrutura da tese está constituída de modo que coletamos dados da revisão de literatura nos capítulos 1 e 2, adicionando às experiências dos designers de livro, descritas no capítulo 3. E, assim, discutimos e chegamos a uma visualização que está descrita no capítulo 4.

CAPÍTULO	OBJETIVO ESPECÍFICO	PROCEDIMENTO
CAPÍTULO 1 Cadeia e circulação do livro	Identificar o design de livros nos modelos de cadeia produtiva dos campos de pesquisa do livro	Revisão de literatura
CAPÍTULO 2 O design de livro: da crítica ao cânone à materialidade probabilística	Contextualizar o paradigma da materialidade probabilística para o design de livro	Revisão de literatura
CAPÍTULO 3 O design de livro no Brasil: cinco perspectivas contemporâneas	Elencar fatores da prática do design de livros no mercado editorial atual por meio de entrevistas com profissionais brasileiros	Entrevista e codificação
CAPÍTULO 4 Proposta de diagrama sobre a prática do design de livros	Articular as contribuições da literatura com as entrevistas por meio de um diagrama centrado na prática do design de livro	Construção da visualização e análise de caso/relato de experiência

ESTRUTURA DO DOCUMENTO

No capítulo 1, tratamos sobre a **cadeia produtiva e circulação do livro**. Primeiro, apresentamos um panorama das áreas de conhecimento que têm o livro como objeto, desde a revista *Book History*, lançada em 1998, até a proposta de estudo de livros no longo século 21 (Noorda; Marsden, 2019) e de cultura impressa (Murray, 2021). Em seguida, direcionamos a revisão de literatura com o objetivo de apresentar e discutir os modelos que apresentam a cadeia produtiva do livro, desde o modelo comunicacional de Darnton (1982), apontando suas lacunas no que diz respeito à atividade de configuração, uma vez que essa é uma preocupação tradicional do campo do design. De maneira mais específica, discutimos 1) modelos presentes na literatura do design de livro, e; 2) modelos que buscam explicar o contexto brasileiro. Enfim, apresentamos a teoria da publicação de Bhaskar (2013), que é dividida em quatro processos: amplificação, filtros, modelo e enquadramento, sendo esses dois últimos o que melhor articula a configuração com a rede complexa do livro.

No capítulo 2, abordamos sobre o **design de livro: da crítica ao cânone à materialidade probabilística**. Para isso, fizemos uma revisão crítica de literatura, com um recorte disciplinar do design de livros, evidenciando o contexto histórico para demonstrar como esses discursos respondiam a necessidades produtivas específicas. Com isso, discutimos como os designers de livro conceituam e descrevem sua própria atividade na produção desse objeto. Depois, elaboramos uma crítica à posição tradicional da disciplina do design de livro – a que defende a neutralidade da configuração gráfica. Em contraponto, aprofundamos a discussão de como a configuração estrutura as informações apresentadas graficamente por meio do conceito de escrita diagramática e, assim, expandimos a discussão para evidenciar como a forma do

livro também codifica as informações semanticamente. Por fim, retomamos uma figura canônica do design de livro, Jan Tschichold, e argumentamos que o paradigma moderno que ele representa é caracterizado pela abordagem da *materialidade mecanicista*, conforme denominada por Drucker (2009), e, portanto, defendemos que a abordagem da *materialidade probabilística* é a mais adequada para a prática contemporânea de design de livro. A abordagem da materialidade probabilística considera que o objeto estético apresenta um conjunto de limitações e possibilidades de interpretações possíveis, e, portanto, pode ser lido de diversas maneiras (Drucker, 2009). Assim, não se reduz à literalidade da forma, mas compreende que o objeto está condicionado por fatores históricos, culturais, ideológicos e cognitivos. Portanto, a indeterminação da materialidade probabilística propõe uma provocação para interpretação, afastando-se da materialidade mecanicista de correspondência de significado – “isso significa isso” (Oliveira e Waechter, 2021).

No capítulo 3, dialogamos sobre **o design de livro no Brasil: cinco perspectivas contemporâneas**. Entrevistamos cinco designers de livro para compreender sua prática e coletar informações de como a cadeia produtiva funciona atualmente. A partir da transcrição das entrevistas feitas remotamente, analisamos os relatos e elaboramos rótulos conceituais para agruparmos aspectos que influenciam nas decisões projetuais dos designers. Assim, entrelaçamos seus relatos observando similitudes e diferenças para compreender o fenômeno, corroborando seu caráter complexo, atravessado por diversos fatores contextuais, diretos e indiretos. Portanto, reiteramos o que encontramos na literatura, acerca da não-linearidade e contingencialidade do processo. Estruturamos a discussão a partir dos seguintes tópicos: *briefing* e leitura do texto; demandas para o projeto gráfico; a superfície da página; aspectos materiais; outros atores e cadeia do livro; os modelos das editoras e o design de livros; o trabalho do designer de livros; e, por fim, sobre um bom design de livro a partir da perspectiva individual de cada um dos entrevistados.

No capítulo 4, por sua vez, desenvolvemos um diagrama para conectar os aspectos heterogêneos discutidos e elencados nos capítulos anteriores. Assim, está centrado na apresentação da **proposta de diagrama sobre a prática do design de livros**. Nele, consolidamos a nossa contribuição por meio de uma visualização que busca compreender e demonstrar os diversos fatores que intervêm na prática do design de livros. Dessa maneira, relatamos o processo de construção da visualização, compreendendo que a sua configuração visual também faz parte do discurso que construímos. Depois, explicamos cada uma das classificações que elencamos e suas respectivas categorias, bem como o projeto gráfico e os atributos pertencentes à superfície da página e aos aspectos materiais. Por fim, apresentamos uma análise de caso do livro *Mala quadrada, cabeça quadrada* (2018) para demonstrar como a visualização pode ser utilizada em casos concretos e para ajudar na compreensão da teoria fundamentada ao longo da tese.

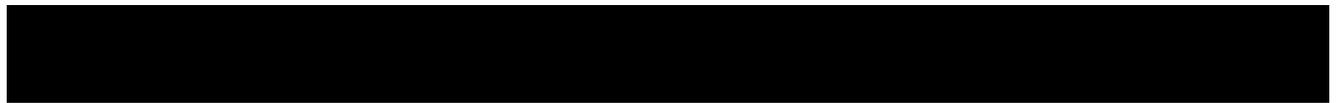
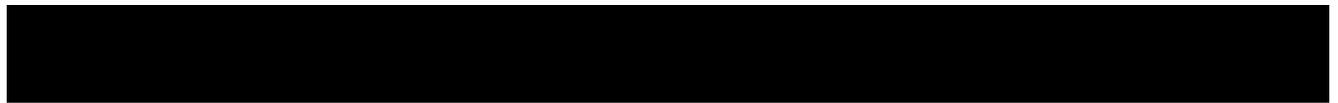
CAPÍTULO 1



CADEIA

E CIRCULAÇÃO

DE LIVROS



Partindo da materialidade e da dimensão experiencial dos livros, buscaremos compreender a estrutura de produção desses objetos. A complexidade e a interdisciplinaridade constituem esses estudos desde meados do século 20 (Cf. Darnton, 1982), que se consolidaram no campo conhecido como **história do livro**. Assim, na seção a seguir, apresentaremos um panorama da pesquisa sobre a publicação de livros no século 21. Com essa apresentação, nosso objetivo é expandir as possibilidades de relacionar o livro enquanto objeto com as demais mídias na contemporaneidade. Em seguida, afunilaremos a revisão de literatura para apresentar e discutir os modelos que consideram a cadeia produtiva do livro, demonstrando suas deficiências no que diz respeito à atividade de configuração – uma preocupação tradicional do campo do Design. Por fim, apresentaremos a teoria da publicação de Bhaskar (2013) como uma alternativa que articula a configuração a uma complexa rede, enfatizando os processos que ele denomina **enquadramento** e **modelo**. Essa deverá ser a base a partir da qual desenvolveremos uma visualização da prática do design de livros no Capítulo 4, a partir das demais contribuições trazidas nos Capítulos 2 e 3.

1.1 O(S) CAMPO(S) DE PESQUISA DO LIVRO

Esta seção terá como objetivo apresentar o panorama da pesquisa sobre a publicação de livros no século 21, a fim de identificar como ela pode nos ajudar a situar a prática do design de livros nas dinâmicas envolvidas na publicação. Apresentaremos três diferentes disciplinas que nos ajudam a delimitar o modo como discutiremos o Design de livros: Estudos de publicação, Estudos de livros no longo século 21 e Cultura impressa. Elas possuem uma genealogia e adjacências semelhantes e ajudam a especificar a perspectiva teórica sob a qual compreenderemos e discutiremos nosso objeto de pesquisa. Além disso, como Weber e Dane apontam, essas concepções buscam “alavancar a riqueza de investigações de antigas e novas mídias (...) a fim de analisar as estruturas de valor e poder que moldam como a informação é criada e circula hoje” (2020, p. 7).

O ancestral comum dessas três disciplinas é a História do livro. Finkelstein e McCleery (2005) delineiam uma breve história desse campo, que tem raízes na área da História, relacionada a disciplinas como Bibliologia, Estudos literários e História econômica e social. Diversas iniciativas foram fundamentais para estruturar o campo da História do livro, como a fundação da revista científica *Book History*, de 1998, a fim de contemplar

toda história da comunicação escrita: a criação, disseminação e usos da escrita e impressão em qualquer mídia, incluindo livros, jornais, periódicos, manuscritos e efêmeros... A história social, cultural e econômica da autoria, publicação, impressão, as artes do livro, direitos autorais, censuras, vendas e distribuição de livros, bibliotecas, alfabetismo, crítica literária, hábitos de leitura e respostas dos leitores (Greenspan; Rose, 1998, p.IX).

Desse modo, a revista reconhece que há muito parâmetros, variáveis, atores sociais, artefatos, processos, metodologias de análise, que compõem as instâncias e possibilidades de análise nesse campo. Esse momento coincide com o período que Murray indica como uma virada: “até recentemente, a publicação se constituía como um meio de difusão da pesquisa acadêmica em vez de seu objeto explícito” (2006, p. 3). A partir daí, a autora aponta para o crescimento de cursos de publicação – inicialmente em nível superior e, em seguida, no âmbito da pós-graduação.

Quando publica seu texto, Murray aponta que “a área está experimentando agora um senso de urgência que surge tanto dos pesquisadores quanto de suas instituições para se reconfigurar como uma área crítica” (2006, p. 3). Então, ela propõe uma sondagem sobre a pesquisa de publicação de livros e, enfim, sugere aos pesquisadores que se identifiquem com os Estudos de publicação (*publishing studies*):

O artigo examina algumas tendências atuais para propor possíveis direções futuras para pesquisa de publicação como uma disciplina identificável, beneficiando-se de seus vínculos herdados com as tradições de pesquisa existentes, mas não limitada por seus pressupostos disciplinares ou pontos cegos metodológicos. É uma chamada para ação para que mais pesquisadores tragam suas perspectivas analíticas para examinar as complexidades da publicação contemporânea de livros e para que acadêmicos que já fazem isso se identifiquem explicitamente com uma disciplina de estudos de publicação. (Murray, 2006, p.5)

A tentativa de delimitar uma disciplina parece surgir da constatação de uma multidisciplinaridade radical. Ela explica que o livro também é objeto de estudo em subdisciplinas de diversas áreas como Estudos literários, Bibliologia e Biblioteconomia, Comunicação, Estudos Culturais e de mídia, Sociologia, História, ou, de maneira interdisciplinar, como nos Estudos de gênero, sexualidades ou Identidades nacionais. Além disso, Murray aponta limitações significativas da História do livro em relação à pesquisa de livros contemporâneos, sobretudo em sua completa disjunção em relação a outras áreas: os poucos casos de pesquisas sobre a publicação contemporânea “chamam atenção pela falta de envolvimento com paradigmas teóricos extraídos de Comunicação, Mídia e Estudos culturais” (Murray, 2006, p. 10).

Para nós, também é indicativo que a autora não mencione a disciplina de Design de maneira específica em nenhum momento do texto, embora figuras proeminentes do campo discutam esse objeto desde a origem. Por exemplo, William Morris, em seu *O livro ideal* (1893/2010) apresenta uma compreensão da edição e um domínio do ofício de fabricação do livro ímpares. Além disso, sua motivação fundamental e principal herança para o design de livros era precisamente a atenção à atividade de configuração do objeto. De qualquer maneira, essas implicações disciplinares do Design serão discutidas detidamente nos Capítulos 2 e 3.

Para identificar as “estruturas contemporâneas, políticas econômicas e culturais da indústria de publicação de livros” (Murray, 2006 p.4), a pesquisadora aponta cinco categorias de pesquisa ou “pontos nodais” que compreenderiam uma boa parte dos estudos contemporâneos do livro: 1) pesquisa industrial e informações vocacionais; 2) memórias, autobiografias, biografias, histórias de editoras e “livro bibliófilo”; 3) a história do livro; 4) comunicação, mídia, estudos culturais e sociologia; e 5) estudos nacionais e pós-coloniais. Para esta pesquisa, o ponto 4, o nó de comunicação, mídia, estudos culturais e sociologia, é particularmente relevante:

O rico potencial dos estudos de mídia como uma base disciplinar para a pesquisa de publicações, curiosamente, permanece em larga medida uma oportunidade perdida, uma vez que os manuais de estudos de mídia reiteradamente definem o campo para incluir indústrias de mídia emergentes – como relações públicas e jogos de computador – mas para excluir o formato de mídia mais antiga [o livro]. (Murray, 2006 p. 12)

Ainda assim, Murray indica que a abertura metodológica dos estudos culturais e de mídia é frutífera para contextualizar a circulação de livros em redes sociais: eles fornecem “metodologias para conceituar o significado como algo não apenas determinado pelas interações leitor-texto, mas como algo complexamente mediado por comunidades de leitura” (2006, p. 13). Nesse sentido, ela traz contribuições relevantes ao considerar a coexistência do livro e dos meios digitais, buscando, ainda, “examinar áreas de polinização cruzada frutíferas entre linhagens disciplinares e projetar um olhar crítico adiante (...)” (*ibid.*, p.4). O mapeamento de Weber e Mannion também defende uma tendência sociológica desses estudos, no sentido em que “a cultura da impressão e a criação, disseminação e recepção de livros são socialmente construídos” (2017, p. 188).

Hoje, embora se reconheçam disciplinas específicas – sobretudo a história do livro e os estudos de publicação –, o cenário interdisciplinar ainda é muito semelhante ao atual (Weber; Mannion, 2017; Noorda; Marsden, 2019). Mais recentemente, Noorda e Marsden (*ibid.*) retomaram o mapeamento de Murray (2006). As autoras buscam 1) responder e atualizar o texto de Murray (*ibid.*); 2) avaliar a literatura acadêmica desde a publicação desse texto, e; 3) propor novos temas e perspectivas para esse campo. Ainda que reconheçam a importância da contribuição de Murray, as autoras se posicionam contra o termo Estudos de publicação, apontando que até mesmo pesquisadores que utilizam o termo apontam que ele é fundado em premissas problemáticas (Cf. Noorda; Marsden, 2019 p.371). Uma dessas premissas problemáticas é sua indeterminação e limitação geográfica – já que é quase exclusivamente usado no Reino Unido e na Austrália.

Além disso, realizando uma crítica ao termo “História do Livro”, Noorda e Marsden compreendem que a parte de “história” de “história do livro” tem um peso muito maior nas pesquisas do campo, fazendo com que “o desenvolvimento das pesquisas contemporâneas do livro pareça anômalo ao campo” (2019, p. 372).

Ou seja, há viés de supervalorização dos objetos de pesquisa do passado e o campo tem dificuldade de aceitar outras fontes – como plataformas de redes sociais – como válidas e, ainda, considera eventos recentes como indignos de ser considerados “história”. Essa crítica já havia sido feita por Murray (2006) e permanece atual. Ainda assim, Noorda e Marsden argumentam que compreender o livro hoje em relação ao que ele já foi pode nos ajudar a “reexaminar a própria natureza e definição do livro em relação a suas formas digitais” (2019, p. 373).

Por isso, ao atualizar essas questões, chegaram à conclusão de que seria necessário propor o campo de **Estudo de livros no longo século 21**, localizando essa área em relação à História do Livro. O “longo século 21” pode se estender até meados do século 20, já que esses períodos “compartilham muitas características e eventos, fazendo com que seja quase impossível dissociar os dois” (Noorda; Marsden, 2019, p. 374). Como exemplo, eles citam o surgimento da empresa Amazon em 1995, que mudou completamente o funcionamento dos processos de produção e consumo dos livros; mas que não pode ser dissociado da internet nos anos 1980, nem dos processos de conglomeração da indústria livreira iniciada nos anos 1960. Nesse sentido, o crescimento da pesquisa acadêmica dos aspectos culturais, econômicos sociais e políticos dos livros aponta que “os estudos do livro no longo século 21 estão firmemente estabelecidos no contexto mais amplo da História do livro” (Noorda; Marsden, 2019, p.375).

Além disso, Noorda e Marsden (2019) também atualizam os pontos nodais propostos por Murray (2006), totalizando oito (Figura 1): 1) pesquisas da indústria e informação vocacional; 2) relatos pessoais; 3) história do livro; 4) comunicação, mídia, estudos culturais e sociologia, e; 5) estudos nacionais e pós-coloniais; 6) (con)textos digitais; 7) economia do comércio de livros, e; 8) indústria e economia culturais. Em relação ao diagnóstico de Murray (op. cit.) sobre o ponto 4, as autoras apontam que ainda hoje podemos considerar uma oportunidade perdida. Para as duas autoras, a única exceção é a discussão trazida por Ted Striphas em *The Late Age of Print* (2009), que se posiciona entre o que chama de bibliomania e o apocalipse dos impressos para compreender como “os livros continuam sendo artefatos-chave por meio dos quais os atores sociais se articulam e lutam por interesses, valores, práticas e visões de mundo específicos” (Striphas, 2009, p. 3).

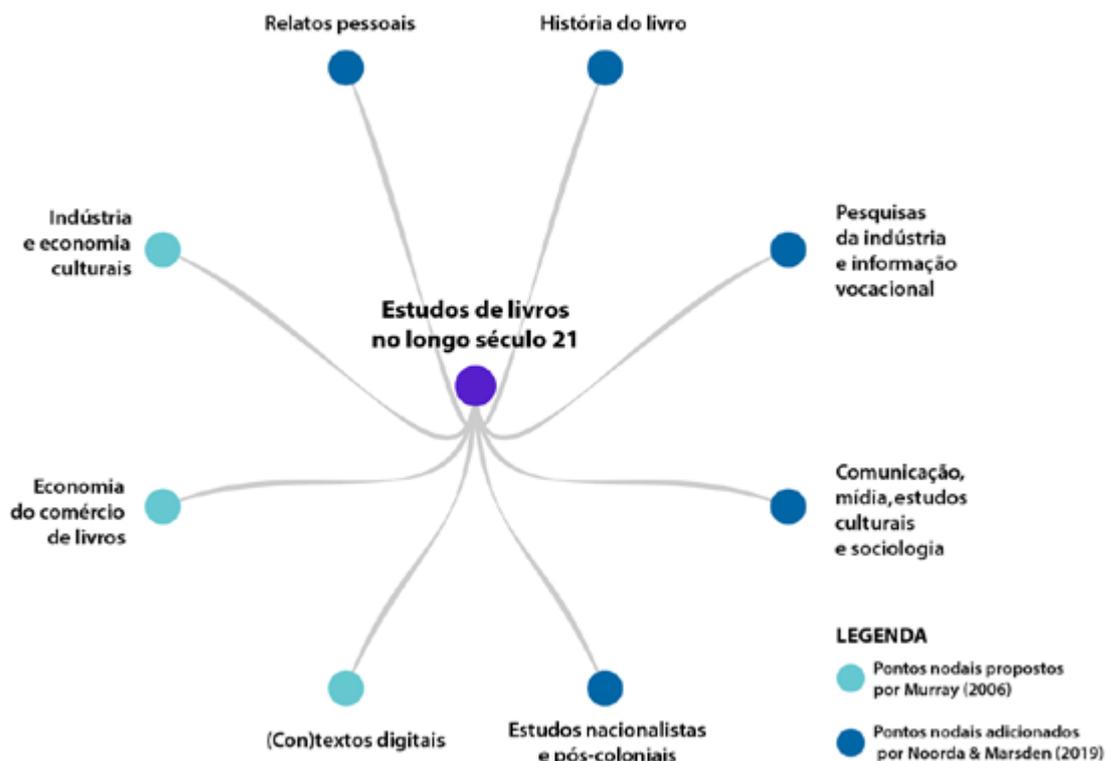


FIGURA 1 Pontos nodais de Murray (2006) e Noorda e Marsden (2019).

Por outro lado, o oitavo ponto nodal também é significativo para esta pesquisa: indústria e economia culturais. Sobre ele, Noorda e Marsden argumentam que “publicação e facetas relacionadas da cultura do livro (como festivais, prêmios, adaptações multimídia) devem ser consideradas como elementos-chave” (2019, p.387). Considerando esses fatores, é possível examinar o livro por perspectivas multilaterais e entender “como ele funciona na cultura contemporânea em relação a outros produtos culturais” (Noorda; Marsden, 2019, p.388). Incorporar a estrutura dos estudos culturais para compreender o trabalho criativo no século 21 pode ser útil para analisar “os contextos sócio-políticos da produção de livros hoje (do escritor, para agente [literário], para editor)” (Noorda; Marsden, 2019, p.390).

Como próximos passos, as autoras Noorda e Marsden indicam que Superar a dicotomia digital versus impresso permitirá que os historiadores de livros do século 21 investigar mais detalhadamente os processos, formas e conteúdo dos (con) textos digitais, particularmente se essa investigação puder informar uma perspectiva longitudinal do livro e sua história, além de ser informado por ela. (2019, p. 390)

Essa continuidade que as autoras propõem com a História do livro engendra uma relação ambígua com a interdisciplinaridade. Embora reconheçam que ela é necessária e benéfica para compreender este objeto, é necessária uma “interdisciplinaridade mais profunda em vez da interdisciplinaridade indiscriminada que a pesquisa em história do livro corre o risco de adotar” (Noorda; Marsden, 2019, p. 390).

De fato, essa interdisciplinaridade acompanha a caracterização que Murray (2021) faz do que ela denomina **Cultura impressa**. Entretanto, evidencia que há

uma característica distintiva: embora se sobreponha a diversas outras áreas, essa disciplina “está interessada na mídia do livro (...) e seus impactos na sociedade, economia, política e cultura” (Murray, 2021, p. 1). Nesse sentido, Murray afirma que as duas áreas mais proeminentes a partir das quais surgem os estudantes da Cultura impressa são, de um lado, Estudos literários e, de outro, Mídia, Comunicação e Estudos culturais – embora não coincida com nenhuma das duas. Do primeiro, a autora se distancia porque sua preocupação é mais abrangente do que o conteúdo dos livros; do segundo, pela sua ênfase nas tecnologias mais recentes.

Outra distinção significativa feita por Murray (2021) é entre os Estudos literários e a Biblioteconomia. Enquanto o primeiro se preocupa, sobretudo, com o texto, o segundo está exclusivamente detido sobre o objeto enquanto um documento histórico. De outra perspectiva, o interesse da Cultura impressa está precisamente na “interação entre as dimensões textual e material do livro, especialmente quando elas existem em tensão” (Murray, 2021, p. 4). Isso significa contrariar a tendência que temos de “olhar *através* do livro em vez de olhar *para* ele” (*ibid.* p. 8). O Capítulo 2 discutirá detalhadamente a ruptura com a convencionalidade desse objeto da perspectiva disciplinar do Design, descartando a possibilidade de uma comunicação “transparente”.

Ao longo desta seção, os autores discutidos demonstram como a interdisciplinaridade é consenso na literatura acadêmica que adota o livro como seu objeto de estudo. Esse diagnóstico é produtivo para nos ajudar a situar a prática do design de livros nas dinâmicas envolvidas na publicação, uma vez que aponta para o caráter complexo desse processo e para a singularidade de cada um dos casos específicos. Também é importante salientar que outra genealogia poderia ser feita a partir da utilização do livro enquanto forma de arte. Entretanto, isso constituiria um enfoque inteiramente distinto, uma vez que a circulação desse tipo de artefato é, também, fundamentalmente diferente: já que é tomado como arte, seus processos, atores sociais e circulação são inteiramente distintos. Ainda assim, retomaremos alguns aspectos dessa natureza do livro no Capítulo 2, para tecer algumas considerações sobre a forma do livro e sua materialidade.

A discussão aqui proposta tomou a História do livro como um fio condutor para pensar o livro enquanto um artefato capaz de mediar relações sociais e materializar valores, circulando na sociedade. A seguir, aprofundaremos a discussão sobre a produção e circulação dos livros da perspectiva editorial. Para isso, realizaremos uma revisão de literatura centrada nos diagramas que modelam a cadeia do livro impresso, para compreender funções e atores envolvidos. Esses modelos são significativos porque buscam generalizar, em algum grau, o processo de publicação dos livros, que é altamente complexo e singular. Ainda assim, essas tentativas de síntese apontam para os elementos constantes desses processos – que servirão de base para a proposta no nosso próprio modelo disciplinar do Design para a contemporaneidade.

1.2 MODELOS DA CADEIA DE PRODUÇÃO DO LIVRO IMPRESSO

A compreensão da cadeia do livro é um tema complexo, abordado diversas vezes pela História do Livro. Como vimos na seção anterior, o desenvolvimento dessa disciplina revela seu caráter profundamente interdisciplinar, com propostas que apontam preocupações mais específicas acerca da publicação de livros, que estão representadas pelos oito nós que Noorda e Marsden (2019) propõem para o Estudo de livros no longo século 21. Nesta seção, nós estreitaremos o escopo da revisão de literatura para apresentar os modelos que compreendem a cadeia de produção do livro, com o objetivo de avaliar de que maneira a sua configuração é representada. A conclusão a que chegamos é que a atividade de configuração é constantemente sub-representada, o que indica precisamente a lacuna que endereçamos com esta tese.

O primeiro modelo da cadeia de livros, altamente influente e constantemente citado na literatura, foi proposto em 1982, por Robert Darnton. Esse modelo estava centrado no livro, na França do século 18. A proposta ficou conhecida como o **circuito comunicacional** (Figura 2): um modelo geral, considerado válido até a segunda metade do século 20. Segundo Howsam (2006), sua preocupação principal era demonstrar como as ideias, materializadas em textos impressos, circulam em uma determinada sociedade.

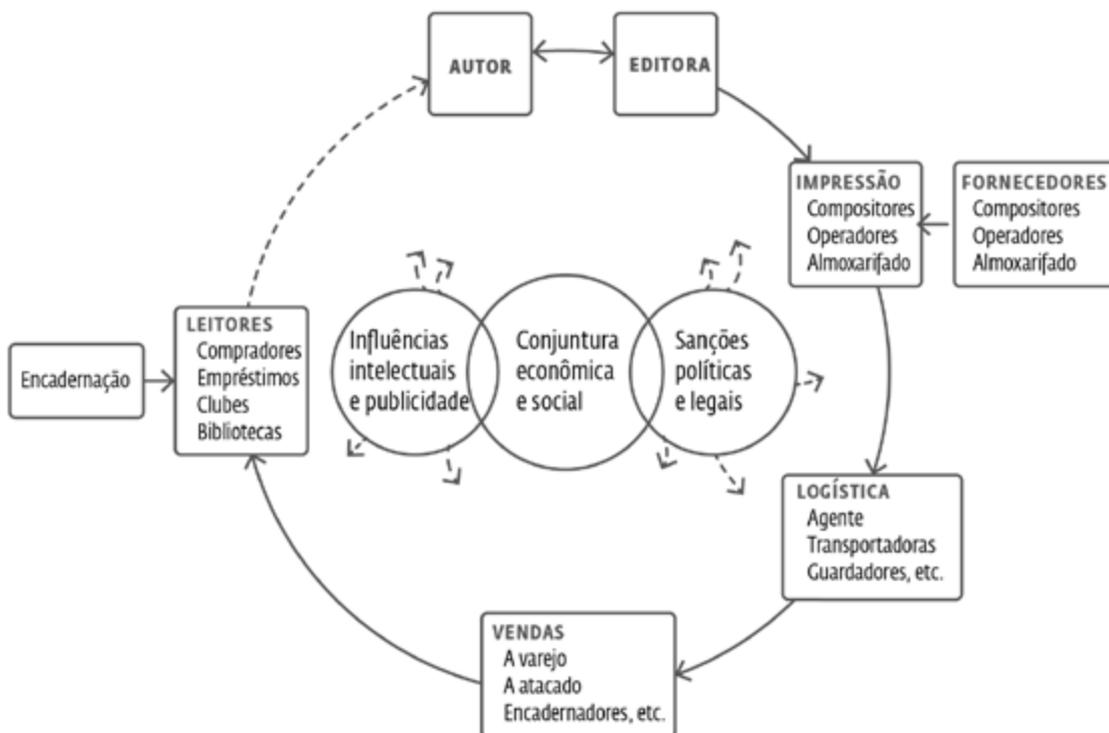


FIGURA 2 Modelo Comunicacional de Darnton (1982). Fonte: Adaptado e traduzido pela autora a partir de Darnton (1982).

Ao revisar seu texto, Darnton argumenta que não tinha como objetivo ser prescritivo, mas, sim, que o modelo fosse tomado de maneira análoga a como fazem

os economistas: “do tipo em que você alimenta com dados, elabora e chega a uma conclusão” (Darnton, 2007, p. 495). Seu objetivo era tentar integrar estudos cada vez mais especializados que estavam deixando de dialogar entre si, uma tendência que, para ele, persistia quando revisitou seu modelo.

Desde então, os pesquisadores da História do Livro propuseram outros modelos que dessem conta da complexidade do livro. Adams e Barker (1993) criticaram o modelo de Darnton por ser centrado nos processos de comunicação, ou seja, o modelo era útil para análise de história social, mas desprezava o significado do livro enquanto artefato. Howsam sugere que, no modelo de Darnton, era como se o livro se autodestruísse, uma vez que tivesse “servido seu propósito de comunicação entre leitor e autor” (2006, p. 37). Mais recentemente, Bhaskar (2013) identificou três principais fragilidades nesse modelo. A primeira é que o modelo se debruça apenas sobre *livros*. Segundo, concordando com a crítica de Adams e Barker (1993), não contempla o caráter complexo e de risco da atividade de publicação e circulação de livros. Por fim, o esquema propõe uma “estrutura plana que não indica valor, objetivos ou a função primária do publicador” (Bhaskar, 2013, s.p.). Além disso, “a publicação tem múltiplas entradas e saídas e, portanto, não pode ser facilmente descrita em termos de um único circuito”. Porém, ainda assim, Bhaskar vê uma força no modelo: o fato de que Darnton discute *funções* dentro do circuito.

O modelo proposto por Adams e Barker (1993) (Figura 3) é composto por cinco eventos da vida de um texto, enfatizando a dimensão bio-bibliográfica do livro, seguindo o objeto, não o modo como as pessoas interagem com ele (Howsam, 2006). Assim, o ciclo de vida de um livro está dividido em cinco etapas: a publicação, a manufatura (fabricação), a distribuição, a recepção e a sobrevivência. Para Adams e Barker, a vida de um livro começa, precisamente, com a decisão de publicá-lo e segue para a escrita de um original pelo autor. Essa decisão de publicar pode ter inúmeras motivações, como o desejo de dar visibilidade à obra e disponibilizá-la para os leitores e também pela busca por benefícios, sejam econômicos ou simbólicos. Além disso, os autores o conceituam como um ciclo pois os livros “sobreviventes” podem reiniciar o processo. Nesse ciclo de vida do livro, a configuração é uma etapa da manufatura – a qual nem está explícita no esquema proposto. Portanto, o modelo de Adams e Barker (1992) pensa a difusão, mas não contempla a configuração, que é o interesse dessa pesquisa.

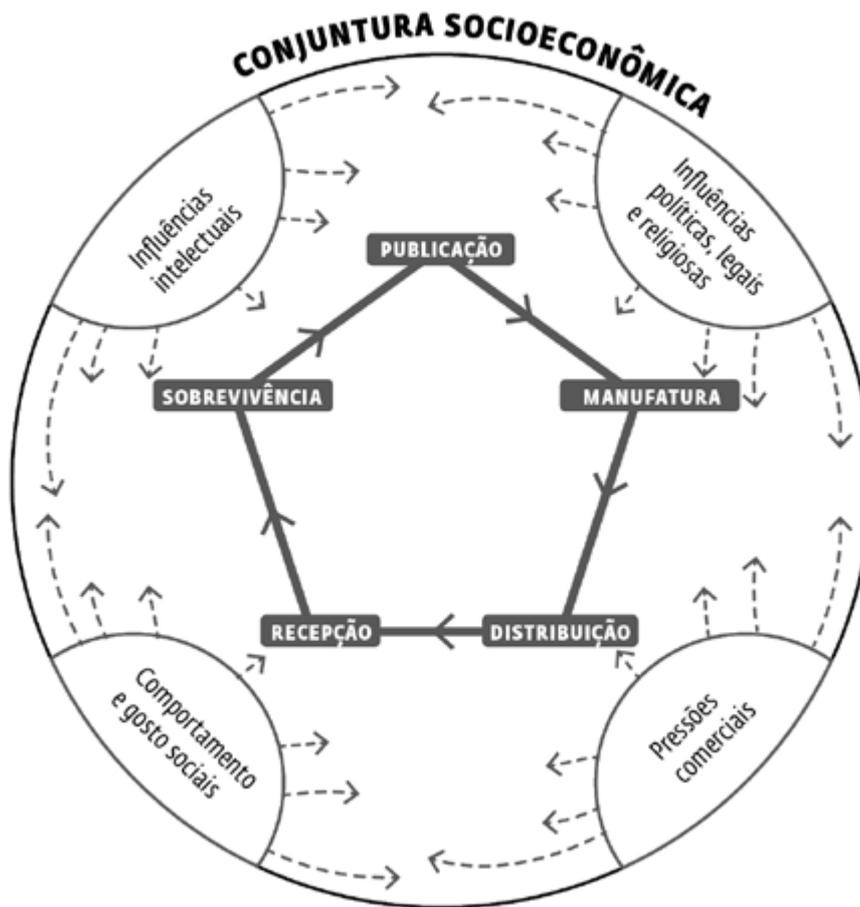


FIGURA 3 Modelo de Thomas R. Adams e Nicolas Barker. Fonte: Adaptado e traduzido pela autora a partir de Howsam (2006).

Diante da efervescência da discussão sobre o fim dos livros diante da tecnologia digital nos anos 1990, Martins (1999) investiga os relatórios da Unesco publicados no final de 1996, de modo que seu depoimento revela as incertezas desse momento, apontando que

registram-se actualmente paradoxos bem curiosos: as maiores livrarias do mundo são virtuais, um dos produtos mais vendidos pelo novo comércio electrónico é o velho livro; e as novidades sobre informática, *marketing* electrónico ou artes gráficas digitais continuam a ser publicadas... em livros-papel! (p. 145)

Nesse contexto, ele apresenta a produção mundial de livros, tanto em suas tendências quanto em seus contrastes. Sobretudo, ele aponta para o crescimento da dimensão simbólica da função editorial: “as novas tecnologias operacionalizam tanto a função *marketing* do editor que esta ganha um protagonismo decisivo no âmbito da nova gestão editorial” (Martins, op. cit., p. 154). Além disso, também busca compreender a cadeia do livro a partir dessas novas relações permeadas pelas tecnologias digitais, nas quais destaca, “considerados, como fundamentais, cinco subsetores profissionais na cadeia do livro” (ibid. p. 155): autores, editores, mediadores gráficos, distribuidores e mercado (Figura 4).

Subsectores profissionais	Auxiliares de diagnóstico	Estratégias de desenvolvimento
AUTORES - Criadores de informação e de conteúdos, escritores; - redactoras, coordenadores editoriais, tradutores; - artistas, ilustradores: fotógrafos.	- Situação da indústria de conteúdos; - situação do direito de autor; - situação da fiscalidade; - situação do associativismo em cada profissão do subsector; - relações entre profissões.	- incentivos à criatividade; - apoio a organizações de profissionais; - intercâmbios profissionais; - concursos, prémios, congressos, edições de directórios; - adesão a acordos internacionais; - promoção da legislação sobre direitos de autor.
EDITORES - Função criativa (decisão de editar e constituição de catálogo); - função marketing (políticas de produto, preço, comunicação, distribuição); - mediação técnica, simbólica e negocial, entre autores e mercado, mediante recurso a pericialidades de terceiros.	- Situação da formação profissional; - situação do associativismo; - hábitos auxiliares de decisão do editor (relatórios de leitura?, estudos de mercado?, indicadores sociais?); - necessidades dos mercados; - índices de necessidades de recursos financeiros na edição; - crédito bancário, incentivos, impostos; - situação da exportação de livros; - retrato das ligações internacionais; - relações edição privada e pública; - situação do ISBN.	- Formação e reciclagem a vários níveis; - apoio a organizações de profissionais; - promoção dos direitos do editor e duma política nacional do livro; - estímulos específicos ao mercado do livro - acordos de cooperação entre aliados estratégicos; - negociações de acesso ao crédito, de isenções fiscais e de incentivos à exportação; - promoção nacional e internacional; - articulação com restantes mass media.
MEDIADORES GRÁFICOS - Design gráfico; - pré-impressão e impressão; - acabamento e embalagem; - produção electrónica; - intermediação digital.	- Situação da formação profissional; - situação do associativismo em cada profissão do subsector; - situação do livro em relação aos outros produtos gráficos; - parques gráficos (modernidade); - relação com fornecedores (papel e outras matérias-primas); - situação dos financiamentos; - import/export de serviços e produtos.	- Formação e reciclagem a vários níveis; - apoio a organizações de profissionais; - negociação de grandes opções para os diversos mediadores; - incentivos à importação de equipamentos e matérias-primas; - incentivos à produção, à divulgação e à exportação do livro.
DISTRIBUIDORES - Redes de distribuição; - importação, distribuição do livro nacional e importado, exportação - redes de venda - canais clássicos (direct marketing, livrarias, grandes superfícies, etc.) e novos canais (internet, etc.)	- Situação da formação profissional; - situação do associativismo em cada profissão do subsector; - modalidades de importação de livros (transporte, alfândega, administração); - meios de pagamento (câmbios, divisas); - redes de distribuição; - redes urbanas e rurais de livrarias e de outros pontos de venda; - situação do comércio electrónico.	- Formação e reciclagem a vários níveis; - apoio a organizações de profissionais; - políticas de incentivos e de preços; - tarifas postais; redes de transportes; - créditos ao comércio do livro; - políticas de importação e exportação; - acordos internacionais de livre circulação e sistemas de pagamento.
MERCADO - Leitores e consumidores de informação; - diferentes instâncias de recepção cultural; - bibliotecas e mediadores culturais; - diferentes geografias de destino da língua.	- Identificação dos vários segmentos de consumidores de informação; - situação da educação a todos os níveis; - estudos sobre práticas culturais; - rede de leitura pública; - fundos de bibliotecas, depósito legal, qualificação dos técnicos, logística; - rede de promoção externa do livro.	- Programas de escolaridade e de formação ao longo de toda a vida; - investigação sobre práticas, hábitos, literacia e necessidades dos públicos; - sistema regular de encomendas do Estado aos editores; - organização de bibliotecas em articulação com editores e livreiros; - promoção de agentes da leitura; - políticas de captação de públicos; - promoção da internacionalização e da cooperação cultural.

FIGURA 4 Proposta de Martins (1999) para uma visão integrada da cadeia do livro, diante do desenvolvimento das tecnologias digitais.

É importante apontar que Martins (1999, 2007) é o único autor da nossa revisão de literatura que explicita a atividade de design nos seus modelos, distinguindo-o da impressão. Desse modo, ambos estão incluídos na mesma categoria de mediadores gráficos: “nesta designação genérica (e talvez discutível) o *design gráfico*, o circuito clássico (pré-impressão, impressão, acabamento, embalagem) e os novos circuitos da indústria de conteúdos e da intermediação digital” (Martins, 1999, p.156). Além disso, este modelo é o mais explícito com relação à atividade de configuração, que será minimizada no seu modelo seguinte, da rede social do livro, que discutiremos em seguida.

Com a ascensão das tecnologias digitais, a importância da materialidade parece ter ganhado relevância para Darnton (2007) ao delinear os avanços dos estudos do livro desde seu primeiro modelo, em 1982. Ele enumera quatro avanços significativos para a história dos livros: a sociologia dos textos, a paratextualidade, a intertextualidade e a história comparativa. Os três primeiros fatores apontam

explicitamente – embora de maneiras distintas – para a materialidade e para a configuração como um fator crucial para o desenvolvimento da área. A sociologia dos textos é representada pelo trabalho de McKenzie (2018). Ao analisar diferentes edições das peças do dramaturgo britânico William Congreve no século 18, Darnton demonstrou que “o significado [do texto] foi modificado pelo design da página, novos modos de apresentar cenas e a articulação tipográfica das partes” (Darnton, 2007, p. 506). Além disso, sobre os dois aspectos seguintes, acrescenta que

tanto paratextualidade e intertextualidade expressam uma preocupação comum com o modo como elementos aparentemente alheios – sejam internos, como tipografia, ou externos, como empréstimos de outros textos – moldam o significado do livro (Darnton, 2007, p. 506-507)

Poderíamos argumentar que o quarto aspecto também reforça a relevância da materialidade, uma vez que as referências que o autor menciona são justamente aquelas que, ao desenvolver a história comparativa dos livros, acabam por se voltar justamente para a materialidade. Aqui, destacamos o trabalho de Roger Chartier (1999). Sobretudo o primeiro trabalho, em que forneceu as bases para que discutíssemos a importância da materialidade para os livros em outra ocasião (Cf. Oliveira, 2016, sec. 3.1). Piccolini (2020) reforça essa abordagem ao relatar uma experiência pessoal sobre a importância da configuração e mencionar as contribuições de McKenzie e Chartier. Portanto, consideramos que o texto de Darnton (2007) sugere uma virada dos estudos de história do livro para a sua materialidade, implicando também a atividade de configuração.

Por outro lado, os dois modelos apresentados evidenciam que o processo de publicação e a vida do livro são influenciados difusamente por diversos vetores. Nesse sentido, a contribuição de Thompson (2013) é altamente significativa. O autor realiza um estudo, tanto analítico quanto normativo, ao comparar o desenvolvimento das indústrias editoriais britânica e estadunidense, desde o crescimento das redes varejistas na década de 1960. Ao introduzir as premissas de seu estudo, ele decompõe a cadeia editorial em dois diagramas distintos: uma de suprimento e outra de geração de valor. Essa distinção é oportuna porque nos ajuda a compreender duas dimensões distintas do livro, que frequentemente se confundem nos modelos de Darnton (1982) e Adams e Barker (1992): seu processo produtivo e sua dimensão simbólica.

A cadeia de suprimento (Figura 5) busca descrever “uma série de elos organizacionais por meio dos quais um produto específico – o livro – é gradativamente produzido e transferido (...) para um usuário final que o adquire” (Thompson, 2013, p. 20), centrada nos agentes/organizações do processo. Nesse diagrama, a atividade de configuração está oculta entre o *publisher* e a gráfica, compreendida na seguinte descrição: a editora “realiza uma série de funções – leitura, edição etc. – antes de entregar o texto final ou arquivo à gráfica, que imprime e encaderna

os livros e os entrega à distribuidora” (*ibid.*, p. 21). Ao descrever as funções do *publisher*, Thompson enumera uma delas como gerenciamento e coordenação de “uma série de atividades que são partes integrantes do processo editorial (...) que podem ser excepcionalmente complexos” (2013, p. 26), das quais cita explicitamente a diagramação e o design.

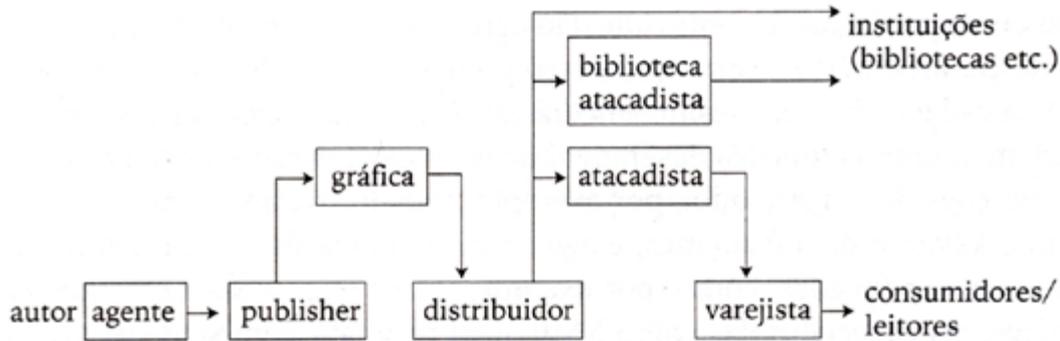


FIGURA 5 Cadeia de suprimento proposta por Thompson (2013).

Ou seja, no diagrama em que Thompson delinea a cadeia de suprimento, a atividade de configuração também é oculta. Entretanto, ao delinear o modo como a indústria editorial expressa e agrega valor ao livro – enfatizando as funções em vez dos atores – as atividades de configuração aparecem de maneira explícita pela primeira vez (Figura 6). A explicação do autor sobre esse diagrama é sugestiva da razão pela qual isso acontece: “cada um dos elos ‘agrega valor’. Se a tarefa ou função não é contribuir com algo substancial (...) para justificar as despesas, então a editora (...) [pode] ‘desintermediá-lo’” (Thompson, 2013, p. 21-22). Logo, é importante levar em consideração que o sociólogo se fundamenta em uma interpretação – mais ou menos livre – do conceito de campo de Bourdieu (Cf. Thompson, 2013, pp. 9-20).

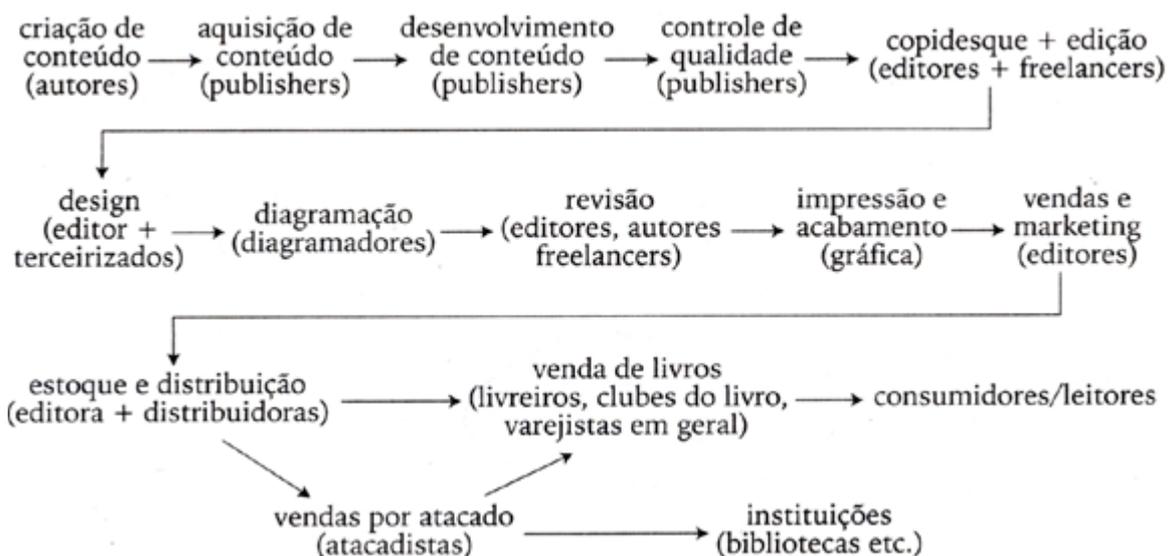


FIGURA 6 Cadeia de valor proposta por Thompson (2013).

O fato de que a configuração não está explícita na cadeia de suprimento, mas sim na de geração de valor, pode indicar algumas questões para nossa discussão. Primeiro, mesmo que Darnton (2007) tenha apontado a importância da

materialidade para o desenvolvimento dos estudos do livro, Thompson (2013) não considera a configuração um aspecto estrutural do processo editorial. Nesse sentido, o fato de a configuração também não figurar nos dois primeiros modelos demonstra que, embora exista algo que equivalha à materialização dos textos nos três modelos apresentados até agora – Darnton, Adams e Barker e Thompson –, a sua preocupação central é com a circulação dos textos.

Segundo, dada a natureza dos diagramas de Thompson (2013), podemos dizer que as funções que aparecem na cadeia de valor não são essenciais para a produção do livro, embora possam agregar valor ao produto final. Então, se ela é fundamentalmente pautada no capital que ela pode gerar – seja qual for o tipo de capital – isso subentende o reconhecimento social do campo e a recepção de seus agentes para seus valores. Tanto é assim que, como o próprio autor aponta, elas podem ser desintermediadas, caso seu valor não seja reconhecido. Isso indica um aspecto fundamentalmente relacional e histórico, compreendido também pelo uso do conceito sociológico de campo: “as ações de qualquer agente ou organização em particular são sempre partes de um todo maior (...) do qual todos fazem parte mas sobre o qual não têm nenhum controle” (Thompson, 2013, p. 10).

Do mesmo modo, Martins (2007) reconhece que a própria ideia de “cadeia do livro”, que ele mesmo havia proposto em 1999, estava obsoleta. Então, ele parece ter levado a cabo a ideia de “aceitar claramente mudar, eleger o *marketing* como filosofia de gestão (com o ‘cliente’ bem no centro das organizações)” (Martins, 1999, p. 161) e utiliza o léxico da gestão e do *marketing* para compreender a cadeia de livros. Ainda assim, Martins (2007) explicita a dualidade do livro enquanto mercadoria e bem simbólico, que possui uma discussão própria (Cf. Martins, 2007 nt.4; Squires, 2007, cap.2) será mais bem elaborado a partir do conceito de *modelo* proposto por Bhaskar (2013), que será apresentado na seção a seguir.

Assim, propôs o modelo da “rede social” em 2006 (Figura 7), elaborando diversas mudanças sociológicas ocorridas no começo do século 21, já contemplando as consequências da revolução digital. Então, ele enumera como a internet, os mediadores das novas mídias, a interdisciplinaridade e o novo paradigma de rede provocaram essa mudança de paradigma (Martins, 2007, p.42-3). Desde esse momento, ele identificava que cada um dos atores envolvidos no processo de oferta e procura que compõem essa rede são gestores de sentido, pois agregam seu próprio conhecimento específico no produto final do livro.

	CAMPOS	SUBCAMPOS	ATORES
OFERTA	PRODUÇÃO	Autores	Produtor de conteúdos (escritos, visuais)
		Editores	Coordenador, consultor, adaptador, revisor
		Gráficos	Designer, técnico de artes gráficas
	DIFUSÃO	*Críticos*	Jornalista, crítico literário, líder de opinião, publicitário
		Canais direto	Clube, mala direta, crediário, feira
		Canais indiretos	Distribuidor, livraria (física e virtual), pontos de venda
PROCURA	ORGANIZAÇÕES	Escolas	Professores (primário, secundário, superior)
		Bibliotecas	Bibliotecários, documentalistas, arquivistas
		Redes Culturais	Animadores, Plano Nacional de Leitura (PNL)
	INDIVÍDUOS	Práticas	Compradores e leitores: pequenos, médios, grandes
		Oportunidades/ameaças	Ambiente familiar e social, atividade profissional
		Concorrência	Meios alternativos de comunicação

FIGURA 7 Modelo de análise a partir do marketing-mix. Fonte: Adaptado pela autora a partir de Martins (2007)

Com esse novo panorama e de uma perspectiva do “realismo comercial”, Martins (2007) discute as limitações da antiga cadeia do livro a partir do modelo de análise do *marketing-mix*, que considera produto, preço, comunicação e distribuição. Seria necessário fazer uma aproximação cuidadosa, pois o livro possui uma natureza singular, constituída por “aspectos característicos (...) comuns às chamadas indústrias culturais, (...) [mas se destaca por ser] a mais antiga de todas” (Martins, 2007, p. 47). Portanto, Martins articula as funções gerais da cadeia do livro às especificidades do mercado editorial como uma indústria cultural (Figura 8).

Funções gerais da gestão	Especificidades comuns às diversas indústrias culturais
Função direcção	Predominância da gestão de tipo familiar Tradição, segredo, opacidade estatística Peso das concentrações empresariais
Função produção	Originalidade dos produtos (protótipos; número de referências) Inovação delegada às pequenas empresas Impacto das TIC (p. ex: na pré-impressão)
Função marketing	Incerteza dos consumos (entre rotação lenta e sucesso) Impacto das TIC (p. ex: no comércio electrónico) Globalização e crescente unificação dos mercados
Função financeira	Investimentos longos Rentabilidade aleatória (dada a incerteza dos consumos) Importância dos contributos externos (públicos e privados)
Função pessoal	Incertezas de emprego (peculiares estatutos laborais) Incertezas de remunerações

FIGURA 8 Cruzamento das funções organizacionais com as indústrias culturais. Fonte: Martins (2007)

Assim, Martins (2007) aponta que a singularidade dos livros aponta para um dos principais desafios para seu mercado: fazer com que o cliente perceba a qualidade de um livro para além o número de vendas – que, frequentemente, estagnam a sua qualidade. Nesse sentido, aponta que “é no desenhar desse «esforço eficaz de comunicação» (...) que faz todo sentido recorrer a dois indicadores da dimensão «produto»: a «inovação» e o binômio «qualidade técnica/qualidade percebida»” (Martins, 2007, p. 49). Por isso, o autor argumenta a importância do campo da difusão em seu modelo de rede social – por conseguinte, o maior investimento para essa etapa. Exemplarmente, Hendel relata essa contradição: ao compor livros com boa tipografia tradicional, ficou “preocupado com a possibilidade de os editores para quem eu trabalhava ficarem desapontados por estarem pagando um bom dinheiro por algo que não parecia nada de novo” (2006, p.29).

Essa ênfase à dimensão mercantil do livro também é notável em Squires (2007). Em sua discussão, ela aponta que a dimensão do *marketing* “está imbricada na escrita contemporânea, construindo o significado da literatura, representando-a no mercado e influenciando sua recepção” (Squires, 2007, p. 176). Um dos seus principais argumentos é a necessidade de os editores comunicarem seu valor, de modo que a inovação passe de qualidade técnica para qualidade percebida pelos consumidores. O mesmo diagnóstico é feito por Martins (2007) quando aponta que é necessário que os atores sociais da produção do livro se aproximem dos livreiros para estreitar as relações, compreender suas necessidades e, em última instância, melhorar as vendas.

CADEIAS DO LIVRO NO BRASIL

Uma das obras mais citadas sobre a cadeia do livro no Brasil é o trabalho de Earp e Kornis encomendado pelo BNDES devido à “ausência de análises econômicas com forte base estatística acerca do assunto no Brasil (...) [e] a precariedade das comparações entre as situações do Brasil e do resto do mundo” (2005, p. 7). Em termos de mercado, o seu diagnóstico é sintetizado como:

O problema fundamental do editor não é colocar o seu produto no mercado, mas encontrar o leitor certo para cada um de seus títulos. O problema fundamental do consumidor é encontrar os livros que o interessam em meio à multiplicidade de títulos produzidos. Juntando a oferta fácil com a demanda difícil, temos de fazer com que os editores e os compradores de livros se encontrem mutuamente. Há um risco crônico de superprodução. ¶ É por isso que o problema do livro é, acima de tudo, de distribuição, que depende, sobretudo, de informação que é ainda mais importante em uma sociedade (que se pretende) da informação. (Earp; Kornis, 2005, p. 18)

Entretanto, ainda nesse diagnóstico, os economistas puderam abordar apenas brevemente, no anexo, o impacto que as tecnologias digitais viriam causar; a ampliação exponencial da oferta de conteúdos tende a diminuir o tempo disponível das pessoas para leitura de livros – e, portanto, diminuir suas tiragens.

A fim de realizar uma análise do desenvolvimento da indústria no Brasil, Fonseca (2013) propõe uma cadeia para compreender a indústria editorial brasileira de livros (Figura 9), em que tenta acomodar os processos tanto dos livros impressos quanto dos livros digitais: as setas contínuas seriam os processos tradicionais e as tracejadas, o fluxo digital. Ao analisar o esquema, o autor conclui que “as políticas públicas do governo, a tecnologia, o tamanho do mercado real e o tamanho nominal do mercado constituem as principais fronteiras que cercam o desenvolvimento da I[ndústria] E[ditorial de] L[ivros] B[rasileira]” (Fonseca, 2013, p. 52).

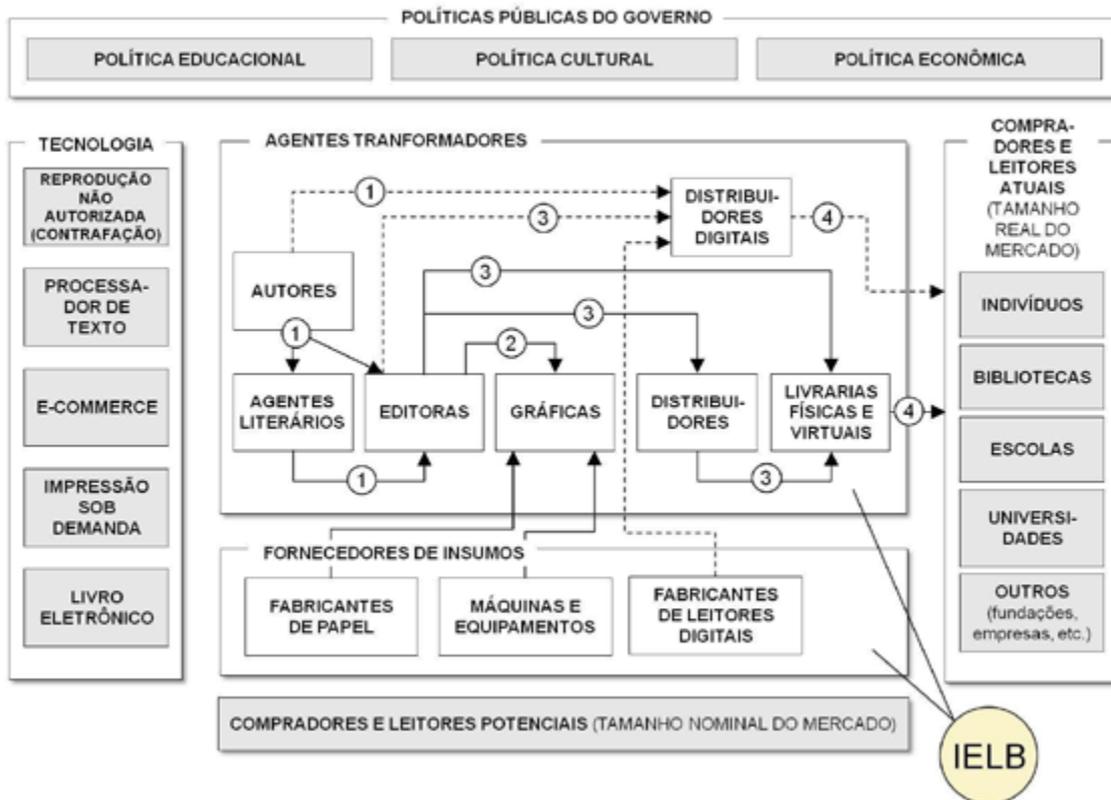


FIGURA 9 Estrutura da indústria editorial brasileira de livros.
Fonte: Fonseca (2013).

Especificamente relevante para nossa discussão é a fase de desenvolvimento entre 1990 e 2012, em que “as ferramentas digitais de edição e diagramação (...) reduziram o tempo de edição, layout e formatação dos livros, expandindo as possibilidades técnicas para trabalhar capa e conteúdo” (Fonseca, *op. cit.*, p. 74). Este aspecto é fundamental, pois evidencia a função de enquadramento descrita por Bhaskar (2013) – que abordaremos na seção a seguir. Além disso, no próximo capítulo, discutiremos como essas transformações fazem com que a ideia de design de livros seja muito recente. Portanto, adaptamos o esquema para apresentar o processo dos livros impressos em relação a essas fronteiras no contexto brasileiro, conforme Figura 10.

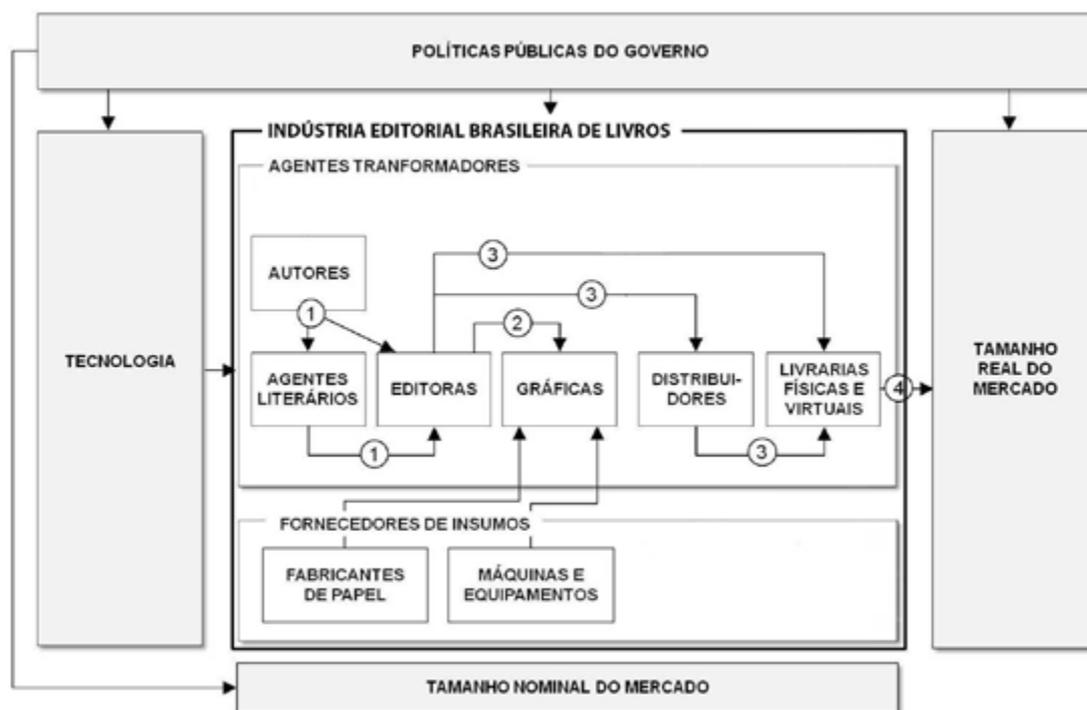


FIGURA 10 Adaptação da cadeia de Fonseca (2013) para contemplar a cadeia atual do livro impresso. Fonte: Elaborado pelos autores.

Assim, podemos constatar uma contradição: embora Fonseca (*op. cit.*) reconheça a importância da mudança tecnológica de edição e diagramação como um elemento propulsor da indústria, o design de livro também não aparece em seu modelo de cadeia produtiva. Ou seja, embora o estudo se debruce sobre a capacidade de criação e captura de valor pela indústria – semelhante ao esforço de Thompson (2013) –, o design de livros não é representado como um agregador de valor.

Junto a isso, Fonseca (*op. cit.*) ainda menciona o e-commerce e a impressão sob demanda como forças propulsoras para diversificação do material de produção. No entanto, é importante evidenciar que nenhuma dessas transformações são desprovidas de contradição. Por exemplo, Melo *et al.* (2016) apontam de maneira muito mais palpável como as tecnologias de mídia digital transformaram a cadeia, inserindo contradições muito profundas: “ampliam as oportunidades de mercado (...) [e] se traduzem em novos desafios às empresas já estabelecidas, aos modelos de negócios tradicionais e aos reguladores e formuladores de políticas públicas” (2016, p. 42).

Ou seja, se hoje é muito mais fácil resolver o problema fundamental apontado em 2005, isso engendrou muitas outras dinâmicas e complexidades próprias do momento atual. Além disso, há discussões recentes de como os novos modos de distribuição online levam a situações insustentáveis para a cadeia: Caine (2023), por exemplo, examina como o e-commerce monopolizado da Amazon hoje ameaça o mercado editorial global. Em suma, o cenário atual de transformações carrega

muitas contradições e imprevisibilidade, como apontam Melo *et al.* (*op. cit.*) e, sobretudo, no Brasil, o governo seria, novamente um propulsor: utilizando o seu “poder de compra, teria condições de assumir esse papel, incentivar o desenvolvimento e o uso gradual dessas tecnologias e, assim, dirimir incertezas” (2016, p. 77). Entretanto, o diagnóstico de Earp (2020) é bastante negativo, afirmando que entre 2013 e 2018, a indústria do país vive a maior crise de sua história.

Assim, de uma perspectiva imediata do mercado atual, Ribeiro (2018), aponta que a ampliação do poder semiótico engendrada pelos processos de digitalização do trabalho editorial faz com que o fluxo editorial de editoras independentes brasileiras sejam diretamente impactadas pelo uso das mídias sociais. Assim, as pessoas tornam-se “escritores-editores-marketeiros-distribuidores-vendedores, entre outras atribuições” (p. 141). Reiterando os apontamentos de Martins (2007), com o predomínio das mídias digitais, é notório que o processo de publicação se torna cada vez mais pautado na articulação de bens simbólicos e da atenção de uma base de leitores – frequentemente mobilizada por meios digitais. Uma das evidências desse processo é o crescimento do tipo de financiamento de *crowdfunding*⁶ para possibilitar a publicação de livros: o processo de publicação pode começar, antes, inclusive, da existência de um conteúdo propriamente dito para ser publicado, como aponta Araújo (2013).

Portanto, a constatação de Martins ainda é verdadeira: “deixar de encarar o livro isoladamente, para o pensar como um sector com diversos elos (ou subsectores) coerentemente encadeados, não é fácil. Mexe com muitas profissões, (...) com muitos interesses” (1999, p.161). Mesmo ao longo das diversas transformações na cadeia produtiva do livro apresentada por esses modelos, a atividade de configuração ou a prática de design é evidentemente a sub-representada. Os modelos de Martins (1999, 2007) são as únicas exceções – ainda assim, a atividade de design simplesmente *aparece* nos modelos, sem muita clareza da função que desempenha nessas complexas relações.

Além disso, as mudanças recentes no mercado editorial, sobretudo brasileiro, apontam para uma maior “opacidade” da atividade de configuração. Em outras palavras, com a intensificação da oferta de informação e a crescente competição pela atenção nos ecossistemas de informação atuais, a materialidade do livro tem sido cada vez mais explorada naquilo que possui de mais singular, com o objetivo de ser “chamar atenção para si mesma”. Dito de outra maneira, o livro tem se aproveitado cada vez mais de sua textura, tornando-se menos “transparente” – aspectos que passaram a ser desempenhados pelas informações mais efêmeras veiculadas pelas telas.

6 Queiroz (2022) mostra como a quantidade de publicações viabilizadas nessa modalidade cresce, analisando o caso da plataforma Catarse, uma das principais no Brasil. Em 2011, 15 projetos totalizaram R\$ 220.537,00 arrecadados; em 2020, 867 projetos, totalizando R\$ 14.316.811,00.

AS CADEIAS PRODUTIVAS DA LITERATURA DO DESIGN DE LIVRO

De fato, se considerarmos a posição de autores como Cavallo e Chartier (2001) de que os textos não existem abstratamente e devem ser, necessariamente, materializados em alguma forma, podemos avançar a discussão para os modos como esses textos são materializados. Entretanto, a própria disciplina do design possui limitações por não compreender sua atuação na dinâmica do cenário contemporâneo de mídias e comunicações. Podemos constatar isso por meio de uma revisão dos modelos de cadeia produtiva do livro que encontramos na literatura da disciplina do design de livros.

Sobre os livros feitos para designers, Roberts (2007) aponta que há, basicamente, três categorias: “[para 1)] (...) ajudar o designer no seu trabalho (...) [2)] outros cujo propósito principal é inspirar (...) [e, 3)] monografias – a coleção definitiva (ou não) de trabalhos de artistas gráficos ou designers gráficos” (p. 10). Infelizmente, a autora não explicita em qual dessas três categorias o seu próprio livro se encaixa, mas pela sua estrutura, parece se encaixar na segunda para ajudar os designers que, “conforme o ritmo de trabalho aumenta, fica cada vez mais difícil o designer sair do escritório para buscar inspiração” (Roberts, 2007, p. 10). A autora elabora, sobretudo, sobre a terceira categoria, que apresenta os designs de livros mais ousados, tanto em termos de *layout*, quanto em termos de materiais utilizados:

Tornou-se *de rigueur* que os editores de livros de arte, design e arquitetura explorem técnicas de produção diferenciadas para atrair o seu público-alvo ansioso por novidades (...) Extrapolando ainda mais, foram feitas muitas tentativas de criar livros que em vez de simplesmente mostrar a arte, tornassem-se eles mesmos peças de arte (Roberts, 2007, p. 9)

Em um texto de introdução tão curto, é evidente que o panorama apresentado seja muito significativo: dada sua brevidade, a escolha dos tópicos a serem tratados é relevante. A ênfase que a autora dá ao apelo comercial das capas de livro e os diversos exemplos excêntricos de monografias de arquitetos e designers parece ter como objetivo construir no leitor uma expectativa de trabalhar em projetos altamente não-convencionais, como os feitos de tecidos exclusivos ou metal cirúrgico. Hendel reconhece que livros desse tipo são antiguidades instantâneas, porque “estão menos interessados no que as palavras dizem e mais interessados na aparência da tipografia (...) [não foram impressos para serem lidos, mas] para serem olhados” (2006, p. 5). Nesse sentido, o livro de Fawcett-Tang (2007), que Roberts (*op. cit.*) introduz, se enquadra na segunda categoria.

Já o de Haslam (2007), na primeira. Enquanto um manual que ajuda o designer no seu trabalho, ele discute as ferramentas de trabalho do designer (parte 2), comunicação visual e composição de textos e imagens (parte 3) e produção gráfica (parte 4). Para além das considerações técnicas, na parte 1, ele se propõe a discutir brevemente questões sobre o livro: sua história, definições, anatomia e – importante para nossa revisão – a indústria editorial e maneiras de fazer design de livros. Entretanto,

a estrutura do texto é confusa e frequentemente redundante. Por exemplo, no tópico *A indústria editorial: o valor comercial do livro*, composto por apenas dois parágrafos, Haslam discute esse tópico somente no primeiro, no qual 1) simplesmente apresenta as cifras da maior editora do mundo em 1999, 2) indica que o número de livros impressos aumenta a cada ano e, 3) conclui que “não se sabe quantos livros foram impressos desde 1455, nem mesmo a quantidade de livros existentes nas bibliotecas pelo mundo afora, uma vez que muitos permanecem não catalogados” (2007, p. 9).

No capítulo *Criando um livro*, Haslam delinea as principais funções da indústria editorial, frisando que “o livro impresso é um produto resultante de um processo colaborativo (...) o conhecimento básico das funções (...) fornecerá ao designer seu contexto de trabalho” (2007, p. 13). Sob esse aspecto, o texto é mais criterioso, apontando como esses atores, em geral, se articulam à cadeia produtiva e, sobretudo, delineando como o designer pode se relacionar com elas. Por exemplo, ao tratar das atividades do editor, aponta que a formulação de um catálogo – que Bhaskar (2013) aponta como a função de filtragem – “é fundamental para a formação da imagem do editor junto aos distribuidores, às livrarias, à mídia em geral e em especial aos leitores. Nesse aspecto, a função do designer assume grande importância” (Haslam, 2007 p. 14). A descrição que o autor realiza das funções editoriais está vagamente sequenciada de acordo com a própria cadeia produtiva: ao apresentar a função do editor de textos, Haslam aponta que “o editor encaminha o texto para as etapas de produção editorial, que já pode contar com a participação de um designer (...) [e que] as mudanças nas provas agora podem ser feitas diretamente no *layout* final” (2007, p. 15).

Os quatro modelos que ele apresenta são altamente esquemáticos (Figura 11), simplificando o processo produtivo em uma sequência linear em que as únicas mudanças ocorrem entre os quatro primeiros atores: autor, editor, editora e designer – comportando a possibilidade de ser iniciado por ilustrador ou fotógrafo, no último modelo. Haslam entende que as principais alternativas ao modelo convencional – que começam com o autor – ocorrem no gênero de não-ficção, em que os editores “mais modernos e avançados encaram sua função não somente como a de veículos de boa literatura ou informação de qualidade, mas também se veem como fornecedores de um produto comercial” (Haslam, 2007, p. 22).

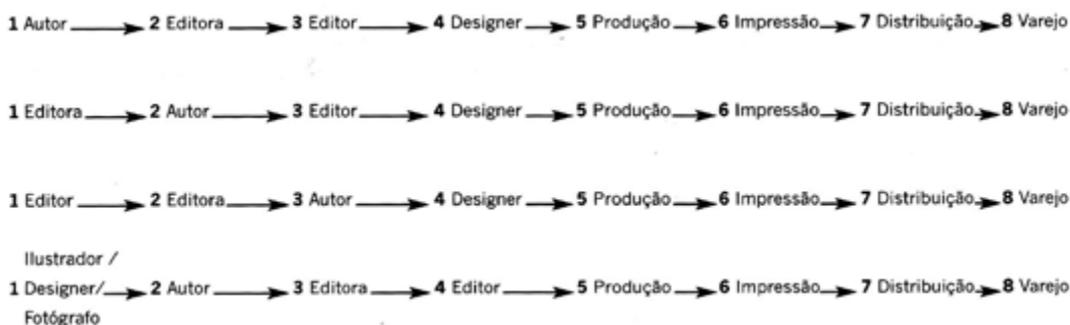


FIGURA 11 Quatro modelos sugeridos por Haslam (2007) para compreender o desenvolvimento do livro. Fonte: Haslam (2007)

Barone indica que “a cadeia produtiva do livro reúne os setores autoral, editorial, gráfico, produtor de papel, produtor de máquinas gráficas, distribuidor, livreiro, que se relacionam entre si e criam um mercado” (2022, p.33). A autora apresenta um esquema da cadeia produtiva do livro bastante completa (Figura 12). Para ela, o autor é “o motor do mercado editorial e responsável por sua consolidação na indústria criativa (...) sem autor, não existe livro” (Barone, 2022, p.33). Ainda assim, “toda concepção do livro deve ser projetada pensando no final dessa cadeia produtiva, no encontro com o usuário” (p.11). A autora reitera a divisão bem marcada na produção entre capa e miolo por duas questões práticas – custo e prazo –, uma vez que, elas podem ser produzidas simultaneamente e que, “na maioria das vezes, as editoras já possuem um projeto gráfico de miolo padrão” (Barone, 2022, p. 26).

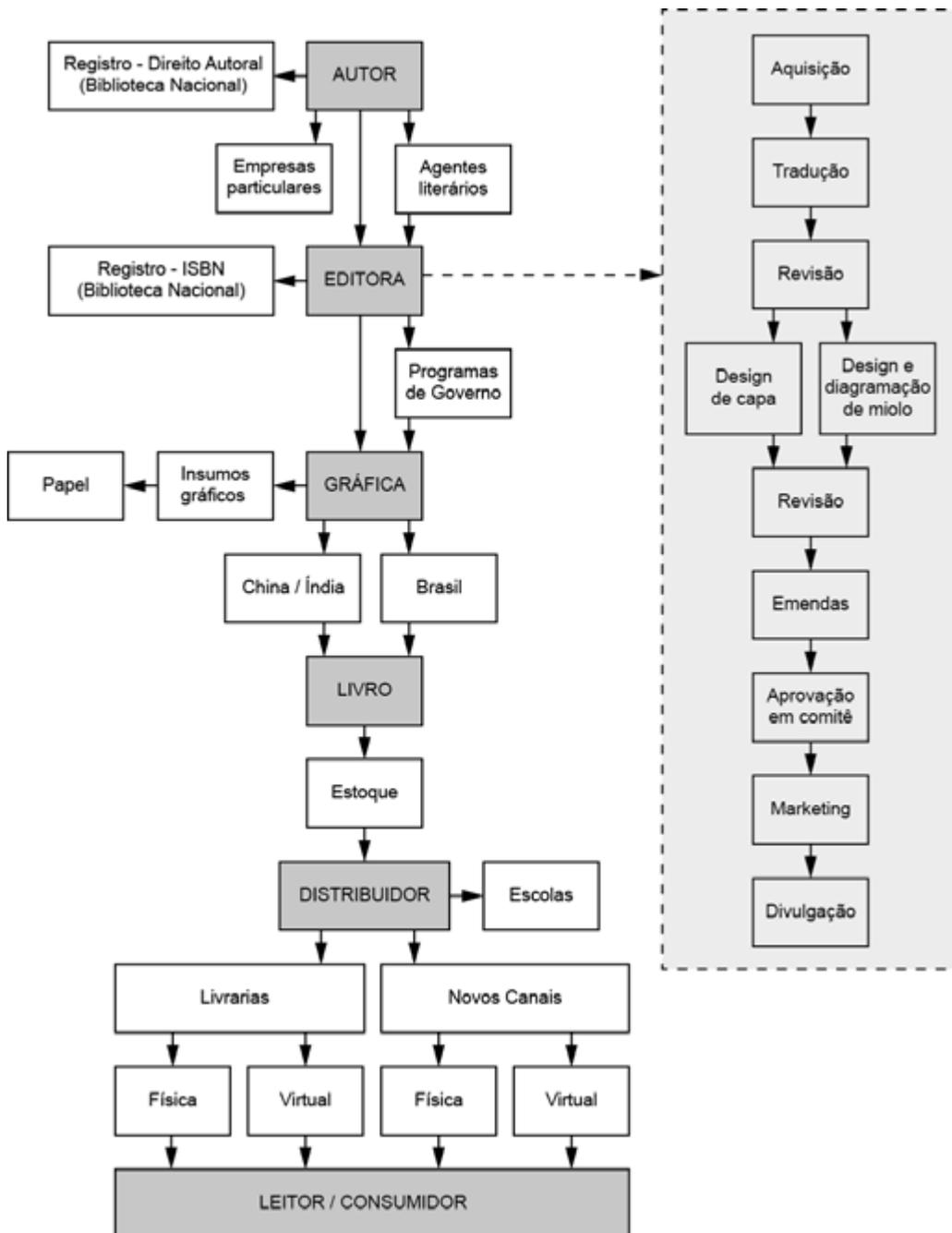


FIGURA 12 Cadeia produtiva proposta por Barone (2022).

A partir disso, Barone (*op. cit.*) se debruça sobre a produção de capas do mercado editorial do Rio de Janeiro. Como já apontamos, a capa é uma ferramenta que realiza uma função comunicativa explorada para comercializar os livros e, por isso, é comum ocorrer o relançamento de livros com capas distintas; a autora comenta que “essa estratégia é usada pelo marketing das editoras como forma de levar um livro que não é lançamento aos pontos de destaque nas livrarias, como a vitrine, e assim alavancar as vendas” (Barone 2022, p.18). Esse pensamento inclui a lombada, que é significativa, sobretudo, quando pensamos na organização dos livros em uma estante. Desse modo, Barone ressalta o planejamento do livro enquanto objeto, que “envolve os parâmetros de forma, função, sentido e valor, além de memória e registro” (2022, p. 30). O seu diagnóstico sobre a indústria gráfica também é muito significativo. Ela coloca que o trabalho de impressão é frequentemente feito por empresas especializadas, o que possibilita realizar esses processos em países como China e Índia, “por conta dos preços atrativos para acabamentos *premium* como capa dura, porém, com o inconveniente do prazo para recebimento, que é em média de 4 meses” (Barone, 2022, p. 37).

De maneira superficial, Barone cita que, além da capa e do conteúdo, “outros fatores influenciam no sucesso do livro, como qualidade do texto, preço, distribuição, divulgação on-line e off-line...” (2022, p.27). Por outro lado, faz uma discussão significativa sobre as principais formas de distribuição de livros no Brasil: 1) vendas diretas ou 2) indiretas para livrarias, e; 3) venda para instâncias do governo. Para os dois primeiros casos, a distribuição é um desafio, devido à dimensão continental do território brasileiro; por isso, apenas os livros de média e alta tiragem se espalham por todo país – os de baixa tiragem são distribuídos apenas regionalmente. Sobre a terceira forma, ela ressalta o Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) como um dos casos mais representativos, uma vez que “dado seu volume de investimento, impulsiona a participação que o agrupamento de livros infantis, juvenis e educacionais tem no total de vendas de livros no Brasil” (p. 36). Isso faz com que o governo seja um dos principais *stakeholders* do mercado editorial do Brasil, “criando e fazendo valer instrumentos legais que visam ordenar o funcionamento do mercado e fomentar a leitura, a educação e a difusão de cultura” (Barone, 2022, p. 39).

A dualidade entre a mercadoria e o bem simbólico aparece também em Haslam: O evidente crescimento desse mercantilismo e as consequentes estratégias de marketing não são bem-vistas pelas editoras tradicionais, preocupadas com literatura de qualidade e com a aprovação da crítica. (...) Para a editora, esse modelo que encara o livro como produto tem muitas vantagens; embora o investimento inicial seja mais alto, o mercado potencial é bem maior. Os custos são previsíveis e os direitos autorais são da editora, em lugar de pertencerem a um autor. As casas editoriais [sic] estão aplicando com eficiência o modelo de produção em larga escala tanto em títulos individuais como em coleções. O alcance dos produtos e a margem de lucro têm aumentado e o volume de vendas tem a perspectiva de se elevar. (2007, p. 22)

Entretanto, essa dupla natureza aparece aqui menos como uma ambiguidade e mais como uma dicotomia, explícita na oposição simplista entre as editoras tradicionais e as modernas. Desse modo, a ênfase que Roberts (2007) e Haslam (2007) dão à imagem da editora se apresentam quase como uma apologia à dimensão mercantil do livro: “apesar de tudo, as editoras mais bem-sucedidas financeiramente são muito conscientes do status de sua marca. (...) O leitor passa a ter afinidade com a marca de uma coleção e não mais com o autor” (Haslam, 2007 p.22). De fato, a dualidade remete aos apontamentos de Martins (2007) e Squires (2007) sobre a tendência discutida na seção 1.2 de inflar a dimensão simbólica como um diferencial competitivo da indústria cultural. Por isso, a literatura de design reiteradamente utiliza o argumento econômico para explicitar a importância da sua atividade.

Hendel parece ter uma perspectiva menos otimista: para ele, “não existe qualquer relação entre a aparência dos livros e sua venda. Ao que parece, o design não faz muita diferença” (2006, p. 25), alegando que os livros que mais vendem não possuem uma configuração confortável para leitura em suas margens e tipografia, enquanto os livros admirados em catálogos e exposições nunca são vistos na livraria. Entretanto, é preciso contemporizar que Hendel está preocupado, antes de tudo, com uma boa tipografia tradicional, confortável para leitura, desprezando a função inflacionada da imagem do modelo econômico contemporâneo. Por isso, ele apresenta um contraponto:

o bom design e a boa impressão têm um preço. (...) Um editor que lança poucos títulos novos (...) justifica o custo do design distribuindo a quantia paga entre todos esses poucos projetos (...) esses editores têm um estilo – uma atitude consistente para com o design – para todos os livros, em vez de um formato rígido. (Hendel, 2006, p.26)

Todavia, a compreensão que nos parece mais produtiva deriva das considerações de Thompson (2013), a partir da ideia de capital social e a cadeia de valor no mercado editorial, como explicitada no modelo do primeiro.

Esta seção nos ajuda a endereçar essas limitações, discutindo sobre a produção e a difusão dos livros como fatores para a prática contemporânea de design de livros no Brasil. Em larga medida, o contexto apresentado por Barone (2022) tem mudado muito rapidamente. Cada vez mais, os modos de distribuição têm se fragmentado devido aos novos modelos de negócio – como aqueles baseados no *crowdfunding*, como Guimarães (2013) analisa em profundidade. Em nossa revisão, dentre os modelos de compreensão do processo de publicação, a teoria da publicação de Bhaskar (2013), é a que melhor delineia a função da configuração: antecipar a recepção dos agentes do campo, codificando suas expectativas e repertórios. Portanto, dedicaremos a seção a seguir para apresentar essa teoria.

1.3 TEORIA DA PUBLICAÇÃO

Como vimos na seção anterior, a atividade de configuração – que é a própria prática do design de livros – está sub-representada nos estudos sobre livros. Para nos auxiliar na proposta de uma compreensão mais complexa do design de livros – uma que contemple e evidencie como a configuração está imbricada em outras funções da cadeia produtiva, desempenhando um papel significativo e discursivo –, a teoria de Bhaskar (2013) nos é muito útil. Por articular a configuração do livro com os demais elementos do sistema, utilizaremos essa teoria para dialogar com propostas recentes para o design de livros – como o paradigma da materialidade probabilística, conforme delinearemos no Capítulo 2. Desta feita, apresentaremos esse sistema, com o objetivo de buscar compreender a função do design na complexa cadeia contemporânea da publicação (Figura 13).

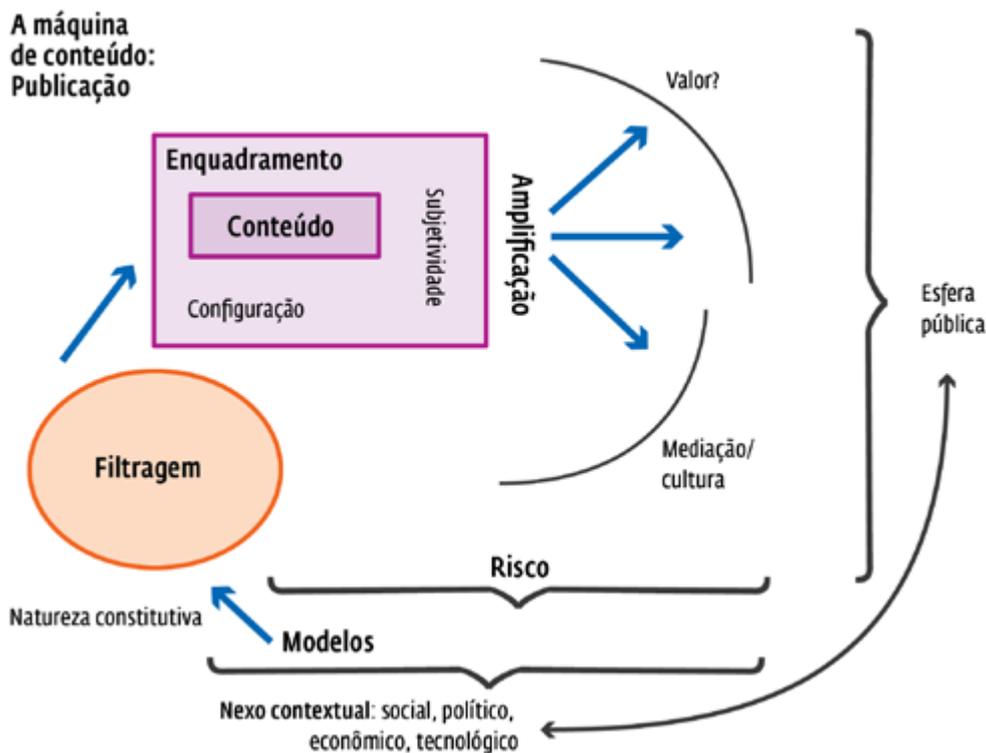


FIGURA 13 Esquema da teoria da publicação de Bhaskar (2013).
Fonte: Adaptado de Bhaskar (2013)

De acordo com McCullough (2014), Bhaskar propõe um prolegômeno para uma teoria da publicação, que é composto por uma abordagem capaz de costurar circunstâncias heterogêneas graças à sua variedade de fundamentos teóricos: desde a história da publicação, passando pela discussão da mídia impressa e fundamentos das ciências humanas e sociais. Nesse sentido, Bettencourt sintetiza como devemos compreender a publicação: “o conteúdo é inseparável dos contextos históricos, sociais e tecnológicos, que se inter-informam” (2016, p. 214). E, dessa perspectiva, “a publicação estabelece-se como um modelo complexo e convergente

de intermediação cultural que se vai definindo através de um sistema em rede” (*ibid.*, p. 215).

Como apontamos anteriormente, uma constante na literatura que toma o livro como objeto é frisar a complexidade e pluralidade. Ainda assim, Bhaskar (2013) insiste que “o fato de podermos olhar para a publicação em todos esses contextos demonstra que a publicação é ao mesmo tempo uma mudança incessante e também um conjunto relativamente estável de objetivos, necessidades e recursos funcionais” (s.p.). Desse modo, uma das características de sua proposta teórica é ser suficientemente maleável para compreender as recorrências que permeiam as diferenças dessas diversas instâncias. Então, ele defende que as seguintes questões essenciais devem ser contempladas por qualquer proposta de teoria da publicação: “Conteúdo. Criação de mercado. Tornar público. Um elemento de risco talvez, não necessariamente, mas comumente, financeiro” (s.p.).

Para dar conta desses fatores, ele não divide seu esquema por atores ou etapas de produção, mas por funções que, embora sejam inicialmente amplas, têm a vantagem de considerar sua iteratividade – ou até mesmo que atores transitem entre elas. Portanto, a publicação é um sistema definido por uma díade: **conteúdo** – que é subdivido em *quadro* e *modelo* – e a **rede de publicação** – que, por sua vez, se divide em *filtragem* e *amplificação*. Esses quatro elementos primários se entrelaçam de uma maneira complexa e inseparável na prática: “em todas as etapas, o impacto da tecnologia e do contexto social estão co-presentes, possibilitando a publicação. Os relacionamentos raramente são lineares e diretamente casuais” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Bhaskar (2013) diferencia *conteúdo* de *publicação*: “a premissa para publicação (...) conteúdo. Não há algo como publicação sem conteúdo. Essa ideia é sem sentido” (s.p.). Assim, o que cria o ato de comunicação é o conteúdo com uma intervenção – a publicação. Já a rede de publicação, para ter uma aplicabilidade geral, deve compreender “processos concretos com incorporações modais históricas, geográficas e midiáticas **aparentemente** irreconciliáveis” (s.p. grifo nosso). A ideia de que a concretude desses processos tenha se alterado drasticamente desde a produção dos primeiros incunábulo não deve impedir de compreender que são processos que “precisam ser flexíveis e abertos, com força específica e trans-histórica. [Ademais,] Eles surgem das práticas, hábitos, processos e normas das editoras. Nós os encontramos observando o que os editores fazem” (s.p.).

Bettencourt (2016) evidencia que a proposta pensa o contexto contemporâneo, com a presença do mundo digital e a lógica da rede. Isso faz com que os quatro processos delineados – quadro, modelo, filtragem e amplificação – sejam inseparáveis e interajam entre si “redefinindo-se mutuamente, de uma forma cada vez mais imediata” (Bettencourt, 2016, p. 215). Ou seja, a interrelação entre esses quatro elementos tem a vantagem de demonstrar que a publicação é uma atividade altamente contextual e responde a demandas e condições históricas. Portanto, “é

impossível separar a publicação da tecnologia, assim como a publicação é inseparável de fatores legais, institucionais, econômicos, políticos, pessoais e geográficos” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Por outro lado, conforme discutimos anteriormente, a atividade de configuração dificilmente está explícita nos estudos sobre publicações. Por isso, visamos propor uma compreensão mais complexa do design de livros com abordagens teóricas que posicionam o design como uma prática de mediação situada e contemplam sua natureza retórica, discursiva e mediadora (Cf. Lima *et al.* 2022; Oliveira; Wachter, 2021b; Souza *et al.*, 2018). Da mesma maneira, Bhaskar (2013) compreende que todo conteúdo precisa ser mediado para concretizar um ato comunicativo. Portanto, apresentaremos a díade da teoria da publicação que está diretamente relacionada à atividade de *en-formar* – **quadro e modelo** – a fim de contribuir para a discussão no campo do design.

1.3.1 Quadro

Bhaskar aponta que uma metáfora recorrente para o livro é a do **recipiente**: um objeto que pode comportar e transportar um determinado conteúdo. A imagem da taça de cristal é paradigmática dessa metáfora no design. Entretanto, Bhaskar entende que, com ela, não conseguimos “compreender todas as formas de experiência bibliográficas, que dirá culturais” (2013, s.p.). Por outro lado, a metáfora do **enquadramento** é mais produtiva porque quadros “dizem respeito tanto a apresentar o conteúdo quanto contê-lo. (...) Eles são contextos, modos de compreensão tanto quanto tecnologias de duplicação (...) [são] o modo experiencial do conteúdo” (Bhaskar, 2013, s.p.). Por conseguinte, há quatro contribuições dessa metáfora para a discussão: 1) pressupõe aspectos subjetivos da experiência de mídia; 2) é flexível; 3) a especificidade inerente a qualquer quadro, e; 4) considera os objetivos dos atores que realizam o enquadramento. Em suma, “permite que examinemos decisões, raciocínios e histórias por trás da criação de conteúdos” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Em inglês, o termo *frame* pode ser compreendido tanto como um substantivo quanto como um verbo. Por outro lado, no português, nós podemos aprofundar alguns aspectos apontados pelo autor ao pensarmos essas duas instâncias gramaticais: **quadro** e **enquadrar**. Pensar sobre o processo de enquadramento evidencia que toda configuração subentende um posicionamento e um olhar, contrariando a ideia passiva do recipiente. A analogia mais evidente nessa tradução é a fotografia: ao enquadrar uma cena (um conteúdo) e registrá-la em uma imagem, a fotografia cria uma representação da realidade ao fazer um “recorte” dela. Ou seja, toda fotografia determina o que está fora e o que está dentro do quadro.

Por isso, conceituar a configuração enquanto quadros confere “um aspecto manifesto ou performativo (...) eles não apenas entregam a mensagem, mas entregam de um certo modo” (Bhaskar, 2013, s.p.). A título de exemplo, Bhaskar discute que o quadro mais comum para o conteúdo escrito longo era o livro: “uma

combinação de papel, tecnologia de impressão, tinta, texto, configuração, valor econômico e status social” (2013, s.p.). Entretanto, com a digitalização, esse não é mais o caso – e isso transforma a função daqueles que estão envolvidos na publicação, pois, “editoras não são mais produtores de livros mas construtores de quadros” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Ademais, Bhaskar (2013) afirma que além de serem mídia, os enquadramentos criam a experiência da mídia, o que lhes confere um elemento subjetivo ou fenomenológico: “o modo como experienciamos uma obra é uma parte crítica do que dizemos que o trabalho é. Não conseguimos separar o enquadramento de uma obra da experiência dela” (Bhaskar, 2013, s.p.). O diálogo entre a fenomenologia – especificamente, a análise hermenêutica – e a materialidade dos livros foi realizada por Oliveira e Waechter (2021b), e concorda com essa dimensão ao dizer que “o evento de leitura se constitui na confluência entre a obra e o leitor, de maneira indissociável: o evento de leitura é singular e os significados criados nesse processo são um entre diversos possíveis” (2012b, p. 110).

Mesmo delineando o aspecto subjetivo e fenomenológico, Bhaskar indica que o enquadramento se vale de elementos criados intencionalmente, não de maneira aleatória: “as obras não apenas possuem um componente subjetivo, como esse componente ajuda a constituir a própria obra, dizendo-nos como recebê-la” (2013, s.p.). Portanto, nessa teoria da publicação, a atividade de configurar – ou enquadrar, nos termos de Bhaskar – é compreendida como um componente fundamental para a circulação do conteúdo. Nesse sentido, Oliveira entende que o livro é uma “confluência de ambos [conteúdo textual e materialidade] em um artefato singular (...) os elementos de projeto [gráfico] são articulados a partir do texto e de seus significados, e não enquanto um molde onde o texto se encaixa” (2016, p.157)(Cf. Souza *et al.*, 2018).

Conforme demonstramos, a metáfora do quadro explicita o posicionamento e o olhar subentendidos na atividade de configuração. Dito assim, é necessário considerar os sistemas de distribuição do conteúdo, uma vez que “nunca chegamos ao conteúdo sem alguns pressupostos e expectativas direcionando nosso consumo. Ou seja, não nos encontramos de modo imanente com conteúdos – encontramos pares quadro-conteúdo” (Bhaskar, 2013, s.p.) Considerando a ênfase que Squires (2007) e Martins (2007) dão ao *marketing* nos processos de publicação, sobretudo diante da consolidação de conglomerados globais que ocorre hoje, ressaltamos que as escolhas realizadas no processo de enquadramento possuem objetivos muito bem definidos. Para Bhaskar (2013), esses objetivos são informados pelos modelos, que exploraremos em detalhes na seção a seguir.

1.3.2 Modelo

Para Bhaskar, “modelos são extrapolações abstratas que usamos para guiar nossas ações com eficácia explicativa, preditiva e, por meio dessas, causal” (2013, s.p.), ou

seja, são “uma variedade de inputs e normas de tomada de decisão” (2013, s.p.). Por isso, são sempre histórica e socialmente construídos e informam a constituição das obras que são publicadas: “são parte intrínseca de porque o produto final é do jeito que é. Não podemos desvincular o conteúdo do modelo” (Bhaskar, 2013, s.p.). Esse elemento da teoria da publicação de Bhaskar aprofunda o aspecto socialmente situado já delineado no enquadramento: *social* é “um atalho para muitas coisas como ideologia, economia, política, arranjos de vida e trabalho, disponibilidade e natureza dos recursos, fatores institucionais, regras legais, ambientes intelectuais e culturais” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Assim, é necessário dar conta das motivações e fatores que levam à publicação, considerando, sobretudo, que publicar conteúdos é uma atividade distinta de criar conteúdos. Entretanto, Bhaskar identifica dois problemas principais para discutirmos motivação, tanto porque a teoria da literatura considera impossível examinar a motivação autoral ou editorial, quanto porque essa ideia é muito estreita e pessoal. Em vez disso, ele considera que os modelos que informam a criação e outros agentes do processo de publicação – por exemplo, editores – podem estabelecer diversas relações entre si: “podem ser os mesmos, mas podem ser diretamente opostos e, em cada categoria, é provável que não haja apenas um modelo operando, mas um composto complexo de diferentes modelos” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Ou seja, as editoras se utilizam do modelo de negócios; o que não significa dizer que o único fator que informa as decisões de publicação é o lucro. Bhaskar (2013) compreende que aspectos políticos, estéticos, religiosos e sociais também informam os modelos. Ou seja, eles significam “montagens de valor: prestígio e convicção religiosa, autoridade cultural e julgamento estético, abarcando questões básicas de recursos e gerando grandes retornos” (Bhaskar, 2013, s.p.). Portanto, esse elemento da teoria da publicação precisa ser discutido de maneira muito mais ostensiva, de caso a caso. O trabalho de Muniz Jr. (2016), apesar de não utilizar a teoria de Bhaskar (2013), apresenta uma análise detalhada do que podemos compreender como modelos que orientam a produção independente no Brasil e na Argentina muito recentemente.

Para exemplificar, Bhaskar (2013) examina a fundação da Penguin Books na Inglaterra dos anos 1930. Comumente, atribui-se o sucesso da editora meramente ao recipiente: as baratas e cotidianas edições *paperback* pelas quais a editora ficou conhecida. Feather aponta que as edições de capa flexível “revolucionou o mundo comercial dos livros. Na década de 1970, era onipresente e havia se tornado uma presença familiar onde os livros raramente eram vistos antes” (2006, p. 172). Entretanto, ele sublinha que, para entender o que realmente causou o impacto no mercado editorial, é necessário identificar como o seu mercado foi identificado e desenvolvido. Apontando o lastro histórico, Gelder destaca que a principal referência para a editora inglesa era a alemã Albatross, que iniciou o que, na verdade, é a “terceira revolução do *paperback*” (2008, p. 3492), considerando

outras duas ocasiões no século 19, em que a diminuição do preço do impresso impulsionou o mercado.

Por isso, em sua análise, Bhaskar demonstra que o grande sucesso da Penguin foi “o imbricamento particularmente bem-sucedido de modelo e enquadramento” (2013, s.p.). Isso se deu devido a cinco fatores principais: 1) a seleção criteriosa de conteúdo; 2) o design gráfico de figuras como Jan Tschichold, Romek Marmer e Hans Schmoller para dar valor à marca; 3) o baixo custo; 4) diversificar a distribuição para pontos de venda como supermercados, e; 5) a mudança de hábitos de consumo de mídia nos anos 1930, com a difusão de rádio e cinema. A articulação desses elementos permite compreendermos como o enquadramento está operando em uma circunstância concretamente situada.

Em suma, a teoria da publicação de Bhaskar (2013) oferece ferramentas teóricas capazes de fundamentar a atividade de configuração no contexto contemporâneo. Nesse modelo, o design de livros – em específico – e o design da informação – em geral – se torna crucial para compreender os pressupostos e objetivos que estão imbricados na produção, circulação e recepção de informações; por outro lado, nos auxilia a não pensar a configuração sob o paradigma funcionalista (enquanto transmissão de mensagens), que vem demonstrando suas limitações diante de discussões recentes (Cf. Lima *et al.*, 2022; Oliveira; Wachter, 2020; Souza *et al.*, 2016).

1.3.3 Filtros

Bhaskar compreende que, apesar de podermos discutir as possibilidades de comunicação com o conceito de *medium*, sempre que tratamos de mídia, há filtros, ou seja, “embora medium seja desprovido de filtros, os indivíduos e organizações por trás do medium devem tomar decisões acerca de o que (...) enquadrar” (2013, s.p.). Ele ainda aponta que a atividade de filtrar é crucial para definir o espaço conceitual das editoras, que, como apontado, agem de acordo com modelos: “a filtragem é, portanto, estruturada por modelos; longe de aleatória, a filtragem está imbricada nos modelos relevantes para um dado processo de publicação” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Por sua vez, a pluralidade de modelos relacionada a esses processos é o que confere uma enorme heterogeneidade ao processo de filtragem: isso pode se dar por interesses comerciais em uma grande editora ou por motivações estéticas de um autor independente que se autopublica. Ainda assim, em todos os casos, “há uma necessidade comum de alguma forma de filtragem como parte do processo de modelagem de publicar, seu cálculo de uma proposição de valor” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Entretanto, esses fatores não são decisões simplesmente racionais. Powell analisou a tomada de decisões de duas editoras acadêmicas e concluiu que o processo era intrinsecamente complexo:

Um estudo cuidadoso da sociologia de publicação acadêmica deve endereçar um largo escopo de preocupações. A decisão de publicar um livro envolve fatores como as credenciais dos autores (...); as redes sociais nas quais autores e editores

estão enredados (...); o processo pelo qual as decisões são tomadas (que às vezes é um assunto lento e complicado, atolado em atrasos; às vezes um longo período de solicitação de um autor por um editor; às vezes rápido - uma decisão instantânea resultante de um encontro casual em um avião); as características ocupacionais dos editores (...); e os mecanismos pelos quais os funcionários são socializados (...). (Powell, 1985 p. XVII)

Além disso, é comum que o processo seja racionalizado retroativamente, *post-hoc*, o que dificulta explicitar os fatores. Por isso, Bhaskar salienta que detalhar as especificidades da filtragem ao longo da história da publicação é impossível, embora “isso não signifique que não possamos reconhecer um padrão, uma ação consistente, mas mutável necessária para publicar” (2013, s.p.).

1.3.4 Amplificação

Bhaskar (2013) compreende amplificação como um modo mais produtivo de conceituar o processo de tornar algo público. Para esse autor, pensar o público em oposição ao privado é impossível porque deve presumir uma ficção do que seria “público”. Em oposição a isso, Bhaskar tenta delinear um processo de compreende toda intermediação cultural: “agir de modo que mais cópias de uma obra ou produto sejam distribuídas ou consumidas, ou sejam distribuídas e consumidas por diferentes pessoas sem o ato de intermediação” (2013, s.p.). Por definição, isso requer um movimento de passar de uma exposição menor para uma maior. Ou seja, “amplificação é qualquer intermediação por meio de enquadramento destinada, segundo um modelo, a aumentar o consumo ou a exposição ou o valor de um conteúdo” (s.p.).

Da mesma maneira que a filtragem está imbricada aos modelos, a amplificação está necessariamente vinculada ao enquadramento, uma vez que “na maioria das vezes, você não apenas enquadra o conteúdo, mas enquadra para ampliar” (Bhaskar, 2013, s.p.). Isso retoma o pressuposto do quadro de articular sistemas de distribuição com concepções subjetivas – o que, necessariamente, será permeado pelas condições históricas. A depender das condições de produção e circulação, pode ser que a mera reprodução já constitua um modo de amplificação: esse foi o caso com a introdução da impressão tipográfica. Nesse sentido, Bhaskar indica que as mídias estão imbricadas em suas condições sociais e tecnológicas – as últimas, compreendidas não apenas como as máquinas, ou *hardwares*, mas como elas estão “imbricadas em um conjunto condicionante de relações, conhecimentos, práticas e distribuições de poder” (2013, s.p.).

A questão é que esses sistemas de distribuição sempre são carregados de uma série de expectativas e pressupostos, que engendram seu conteúdo subjetivo. Bhaskar (2013) coloca que, desde Aldus Manutius no século 15, o enquadramento que fazia do conteúdo – com suas edições inovadoras no formato, layout e tipografia – já conferia algo como uma aura em torno de suas edições, antecipando, em

alguns séculos, a ideia do *branding* editorial: “o golfinho e a âncora eram símbolos não apenas da Aldine Press, mas marcadores de livros de qualidade, aprendizado clássico, grandeza romana e sofisticação veneziana (...)” (Bhaskar, 2013, s.p.). Portanto, hoje, com a internet, simplesmente reproduzir o conteúdo enquadrado não é suficiente para sua amplificação; o elemento subjetivo se torna muito mais relevante para fazer com que o conteúdo encontre seu público. Nos dias atuais, *branding* é um aspecto quase inescapável para a amplificação porque “o valor muda da propriedade do conteúdo para a agregação de conteúdo e audiência, alterando completamente os fundamentos econômicos, os modelos de filtragem e amplificação tradicionais” (Bhaskar, 2013, s.p.).

Por meio de diversos exemplos históricos – entre os quais retoma Aldus Manutius, mas também Christophe Plantin no século 16 –, Bhaskar demonstra que a amplificação está relacionada tanto com estratégias econômicas e política internacional quanto com tecnologias de reprodução, em sentido estrito, pois também se direciona para a recepção, “como na nossa própria era, em que as estratégias e tecnologias para criar mercados ou construir um público começam a preceder a reprodução e distribuição” (2013, s.p.). Por isso, é importante compreender que, embora a amplificação diga respeito a aumentar a exposição de um determinado conteúdo, seus critérios de sucesso variam de acordo com os modelos de cada editora. Assim, a escala da produção e seu alcance não são os únicos critérios para definir o sucesso de amplificação; pensar isso significaria perder de vista as diversas motivações compreendidas pelos modelos.

Uma das vantagens da teoria de Bhaskar (2013) é não compreender o sistema por atores ou etapas de produção, mas por funções, concebidas de maneira ampla. Além disso, considera a iteratividade e o trânsito de atores entre elas. Com isso, a configuração do livro ganha espaço junto às ações de variados atores, além de explicitar aspectos da circulação como fatores indissociáveis da atividade de configuração:

Enquadrar os textos para ampliá-los ou filtrá-los de acordo com um modo são operações básicas constantemente encontradas quando se discute o funcionamento das indústrias culturais. Voltando ao duplo sentido da mídia como meio e como aqueles por trás desse meio, o sistema de publicação combina os dois e mostra como eles são sempre distinguíveis, mas sempre relacionados. (Bhaskar, 2013, s.p.)

Essa ênfase no duplo sentido da ideia de mídia é crucial para que esse sistema proposto por Bhaskar (2013) seja capaz de se articular com a materialidade probabilística proposta por Drucker (2009) no próximo capítulo, pois a autora compreende que o objeto estético – qualquer texto ou imagem – evidencia um grupo de limitações e possibilidades de ser lido e de interpretações possíveis.

Ainda, Bhaskar (2013) evidencia a interrelação entre esses quatro elementos ao apontar que a publicação não acontece de uma maneira isolada e sem

interferências externas. Ou seja, a filtragem e a amplificação não se realizam em um vácuo social e tecnológico, pois são diretamente dependentes das circunstâncias. O fato de esse fator essencial se manifestar de diversas maneiras também se articula bem à proposta de Drucker (2014), para pensar como as interfaces digitais podem ser concebidas como interfaces – como os livros sempre foram.

Por outro lado, a preocupação tradicional na prática do design de livros, conforme discutiremos no capítulo, não evidencia tais dimensões como integrantes do projeto. Antes, eles são elementos naturalizados que são postos como condições para a resolução do problema que o projeto deve solucionar. Ademais, a dicotomia básica que sobrevive no campo do design é aquela que compreende forma e conteúdo como excludentes, considerando a possibilidade de uma suposta invisibilidade – ou transparência – da configuração.

No entanto, argumentaremos que a configuração contribui para a construção de significados, uma vez que ela dá a forma aos elementos, e está relacionada a outras forças referentes ao contexto mais amplo. Por essa razão, a teoria de Bhaskar (2013) foi apresentada com aprofundamento. Ao compreendermos o imbricamento da configuração aos demais processos da publicação, poderemos propor um diagrama centrado na atividade de configuração – e, portanto, na disciplina do design – que explicita essa camada em seus diversos aspectos: econômicos, discursivos, semânticos, produtivos etc. É nesse sentido que, no capítulo a seguir, abordaremos como a atividade de configuração é discutida internamente à disciplina de design e defenderemos que, tanto teórica quanto projetualmente, esses limites devem ser profundamente repensados e expandidos.

CAPÍTULO 2

O DESIGN
DE LIVRO:
DA CRÍTICA
AO CÂNONE À
MATERIALIDADE
PROBABILÍSTICA

A história do design gráfico é marcada por uma dicotomia recorrente: transparência e opacidade. Ao longo do tempo, esses termos assumiram diversas aparências, foram empregados para diferentes fins políticos, econômicos e estéticos – mas podemos reconhecer algum traço dessa tensão desde que William Morris fez considerações acerca de suas decisões na produção de livros da sua editora, a Kelmscott Press, em fins do século 19. De um lado, ele parece flertar com a ideia de funcionalidade que assumiria uma forma acabada apenas décadas depois: “a essência de meu empreendimento é produzir livros que proporcionem prazer aos olhos pela qualidade da impressão e pelo arranjo dos tipos” (Morris, 1896/2020, p. 163). Entretanto, ao contrário do que entendemos como funcionalidade atualmente, ele considera o ornamento uma expressão necessária do ofício: “a ornamentação faz parte da página tanto quanto a própria tipografia. Do contrário, ela perde todo o significado. (...) ela deve submeter-se a certas limitações, tornando-se arquitetônica” (*ibid.* p. 161).

Com o tempo, as demandas funcionais se divorciaram das ornamentais. Essa ruptura caracteriza o paradigma moderno no design, que, ao longo do século 20, foi descontextualizado e pretendeu se tornar universal, como uma “solução” para todas as demandas de comunicação. Entretanto, acreditamos que essa descontextualização impediu que o design de livro dialogasse com outras perspectivas, disciplinas e áreas de conhecimento, para refletir as mudanças no contexto histórico, produtivo, econômico, estético, entre outros. Ou seja, o discurso da disciplina foi paralisado no paradigma moderno. Da perspectiva do design da informação, tivemos a oportunidade, em outras ocasiões, de discutir como a configuração da linguagem visual implica um nível de discurso, uma camada de significado (Cf. Souza *et. al.*, 2016, 2018; Oliveira, 2016; Oliveira; Waechter, 2019, 2021a, 2021b).

A seguir, faremos uma revisão crítica de literatura, a partir de um recorte disciplinar do design de livros, evidenciando o contexto histórico para demonstrar como esses discursos respondiam a necessidades produtivas específicas. Nosso objetivo é discutir como os designers de livro conceituam e descrevem sua própria atividade na produção desse objeto⁷. A partir dessa discussão, elaboramos, na segunda seção, uma crítica à posição tradicional da disciplina do design de livro, que defende a neutralidade da configuração gráfica. Na terceira seção, aprofundamos a discussão de como a configuração estrutura as informações apresentadas graficamente por meio do conceito de escrita diagramática e, depois, buscamos evidenciar como a forma do livro também codifica as informações semanticamente. Por fim, na quarta seção, retomamos uma figura canônica do design de livros, Jan Tschichold, e argumentamos que o paradigma moderno que ele representa é caracterizado pela abordagem da materialidade mecanicista, conforme denominada por

7 Entretanto, não nos aprofundaremos na discussão dos contextos específicos de cada um desses autores, nem nas escolas que seus trabalhos acarretaram. Para essas discussões, recomendamos Gruszynski (2008) e Camargo (2016).

Drucker (2009). Assim, defendemos que a abordagem da materialidade probabilística é mais adequada para a prática contemporânea de design de livro.

2.1. O CÂNONE DO DESIGN DE LIVRO E SUAS FISSURAS: UMA REVISÃO DA LITERATURA NA DISCIPLINA

Para contextualizar nossa discussão na disciplina do design de livro, apresentaremos a seguir uma revisão de literatura com o objetivo de compreender como os autores da disciplina conceituam e descrevem sua atividade. Nesse processo, identificamos o que chamamos de cânone: a produção teórica de autores do design moderno. Assim, mostraremos publicações mais recentes que discutem a prática dos designers de livro, reproduzindo essa abordagem, em graus variados. Portanto, ao longo da primeira subseção, elencamos os principais autores dessa abordagem – tanto os que a fundaram quanto os que a perpetuaram. Entretanto, mesmo nessa produção teórica, identificamos fissuras e contradições, que apontaremos na segunda subseção. A partir disso, poderemos, na seção seguinte, aprofundar a crítica teórica a esse paradigma no design de livros. Logo, isso nos possibilitará caracterizar uma nova abordagem no fim do capítulo: a materialidade probabilística.

2.1.1. O cânone do design de livro...

A principal metáfora para o uso da tipografia no design moderno foi apresentada por Beatrice Warde em uma palestra na British Typographers Guild, em 1930, intitulada *A Taça de Cristal, ou por que a tipografia deve ser invisível*. A imagem que ela pintou se tornou a mais representativa do paradigma moderno e se generalizou para toda prática de design gráfico, embora, como Camargo (2016) aponta, ela estivesse direcionada para os livros em prosa. Para ela, a tipografia deve estar para o texto tal qual uma taça de cristal está para o vinho: “revelar, em vez de ocultar, a beleza daquilo que deve conter” (Warde, 1930/2015 p. 48). Esse texto é amplamente conhecido, retomado e citado e consolida o esforço de designers como Stanley Morison, Eric Gill e Daniel Berkeley Updike – conforme Kinross (2004) e Camargo (*op. cit.*) apontam.

Nesse sentido, as produções mais tradicionais sobre design de livros se valem de uma metonímia muito significativa: pensar o design do livro equivale a pensar a composição tipográfica e seus detalhes. Stanley Morison (1936/1996) defende igualmente que “a tipografia é o meio eficiente para um fim essencialmente utilitário e, só por acaso, estético” (p. 3) e que “dado que a impressão é um meio de multiplicação, ela não pode ser um bem em si mesma – mas um bem para um propósito comum” (p. 4). Aqui, é importante ressaltar o período histórico em que esses discursos se deram: o que Kinross (2010) denomina de “novo tradicionalismo” tinha como objetivo reorganizar os processos de produção do livro em uma Europa

afligida pelo fim da Primeira Guerra – o design de livro significava “tanto um senso de atenção à estética e o sentido racional de coordenar a produção” (p. 68).

Outro representante dessa postura é Jan Tschichold, cujos ensaios sobre o livro estão reunidos no canônico *A Forma do Livro* (1975/2007). Os textos tratam quase exaustivamente das minúcias da composição tipográfica para que o texto do livro seja honrado; exemplos disso são os textos sobre reticências, travessões, grafos, versaltes, entre outros. Em algumas instâncias, o autor discute alguns aspectos materiais do livro – como o formato e o papel utilizado para impressão – mas o que predomina são princípios sobre a composição tipográfica.

Para todos os efeitos, Tschichold (*op. cit.*) representa uma postura projetual dedicada ao ofício cuidadoso com a tipografia como veículo da linguagem e do conhecimento humano: “um designer de livro deve ser um servidor leal e fiel da palavra impressa. É sua tarefa criar um modo de apresentação cuja forma não ofusque o conteúdo e nem seja indulgente com ele” (p. 31). Ou seja, “o design de livro não é campo para aqueles que desejam ‘inventar o estilo de hoje’ ou criar algo ‘novo’. No sentido estrito do vocábulo, não pode haver algo ‘novo’ na tipografia de livros” (*ibid.* p. 31). Abordagens semelhantes mais recentes podem ser encontradas em manuais de tipografia, como é o caso de Mitchell e Wightman (2005).

Nós discutiremos a reviravolta política de Tschichold com profundidade na seção 4 deste capítulo, mas seu contexto histórico também é fundamental. O designer e tipógrafo tornou-se reconhecido depois de escrever e projetar o que se tornaria um manifesto: o suplemento para a revista dos impressores alemães *Typographische Mitteilungen*, em outubro de 1925. Graças a isso, Purvis (2013) conta que “aos 23 anos, Tschichold tornou-se porta-voz e força motriz do que ficaria conhecido como Nova Tipografia” (p. 39). A publicação tinha como objetivo difundir os princípios da *elementare typographie* – a tipografia elementar – fortemente calcados na vertente funcionalista e construtivista da Bauhaus: assimetria, funcionalidade, tipos sem serifa, uso de fotografia como elemento informacional, entre outras.

Nesse sentido, Tschichold (*op. cit.*) faz uma distinção entre o artista gráfico – que se tornou o designer gráfico – e o designer de livros. Para ele, “o objetivo do artista gráfico é a auto-expressão, ao passo que o designer de livro responsável, consciente de sua obrigação, despoja-se dessa ambição” (p.31). De um lado, ele coloca o artista gráfico como uma atividade relacionada à novidade e à gráfica publicitária, de modo que “aqueles que pensam em termos puramente visuais são inúteis como designers de livros” (*ibid.*, p.33). A única possibilidade de “expressão” seria a sobrecapa: “só a sobrecapa do livro oferece à fantasia a oportunidade de reinar por algum tempo (...) [porque] é antes de tudo um pequeno cartaz, um chamariz (p.33-4). De outro lado, o design de livro cuida do “livro em si”: “é dever supremo dos designers responsáveis despojarem-se de todo anseio de auto-expressão. Eles não são os mestres da palavra escrita, mas seus humildes servidores” (*ibid.*, p. 34).

Um importante herdeiro do legado de Tschichold é Richard Hendel (1999/2006). Ele também aponta que “o design de livro é diferente de todos os outros tipos de design gráfico. O trabalho real de um designer de livro não é fazer as coisas parecerem ‘legais’, diferentes ou bonitinhas (...), o designer gráfico é um propagandista” (p.3). De maneira geral, o autor adota uma postura tradicionalista sobre o design de livro: “sou irremediavelmente tradicional, não quero ser co-autor, mas nenhum designer consegue evitar inteiramente influenciar a forma como um texto será lido” (p.16). Ou seja, podemos dizer que, em certa medida, o autor adere à tendência moderna da “neutralidade” do design, embora ele defenda que “essas supostas regras para um bom design de livro não são absolutas, mas fornecem pontos de partida úteis” (p.9). Ou ainda, que “a maneira como essas tradições [da tipografia] deveriam ser observadas, ou mesmo se deveriam ser observadas, depende do livro a ser projetado” (p.30).

Quando discute sobre o trabalho de configuração do livro, o autor trata, sobretudo, da atenção à tipografia. Nesse sentido, o autor aponta que há três abordagens principais:

1. Uma tipografia tão neutra quanto possível, que não sugira época nem lugar
2. Uma tipografia alusiva, que dê propositadamente o sabor de um tempo passado
3. Um tipografia nova, que apresente o texto de forma única (Hendel, 2006, p.12)

Então, conta que prefere fazer “alusões tipográficas” sutis e elaborar “fora do texto, na ornamentação e na paginação” (*ibid.*, p.14). Essa consideração é significativa, pois muitas vezes os designers se valem desses elementos paratextuais para conferir singularidade ao projeto de um livro sem comprometer o conteúdo textual. De qualquer modo, em sua preocupação com uma boa tipografia para leitura, ele analisa o caso de Tschichold na Penguin e aponta – reiterando o imbricamento do enquadramento com o modelo, mencionado na seção 1.3 – que aquele design de livros só foi possível devido às altas tiragens da editora. Isso é importante para apontar que, ao falarmos de enquadramento, não nos referimos necessariamente a um design que explicita o nível do discurso gráfico. O enquadramento pode se referir “à qualidade e ao cuidado com os detalhes da composição (...) [e à] disposição cuidadosa dos tipos mais comuns nos formatos mais convencionais” (*ibid.*, p.26).

Nesse sentido, Camargo (2016) aponta que “as atitudes de [Robert] Bringhurst, [Richard] Hendel, [David] Jury e [Marshall] Lee resgatam, de certa forma, os princípios da invisibilidade de outrora para refletir sobre os problemas editoriais atuais” (p. 93). A esses, acrescentaríamos Jardí (2019), que busca “fazer livros de leitura sem perder o conhecimento consolidado há séculos, mas levando em consideração as características e a ductilidade da nova tecnologia” (p.16). Embora Camargo (*op. cit.*) aponte que “o ideal do livro invisível é um valor estético embasado em princípios de produção” (p. 92), essa dimensão é frequentemente esquecida no discurso da prática e da literatura, que, como já apontamos no Capítulo 1, é

predominantemente composta por manuais. Para elaborar essas questões, a seguir, vamos discutir como esse paradigma moderno se desdobra na explicação de outros aspectos relacionados ao processo produtivo e à prática do design de livro.

CADEIA PRODUTIVA, DENOMINAÇÕES E ATIVIDADES

Conforme apontamos no Capítulo 1, a concepção que a literatura do design de livro tem das cadeias produtivas são ainda bastante vagas. Acreditamos que um dos fatores que contribui para isso é a própria fundamentação teórica do paradigma moderno e sua pretensão de ser “invisível”. Nesse sentido, é importante notar o modo como Hendel concebe o designer de livro na cadeia produtiva de maneira simplória – sobretudo se levarmos em consideração as cadeias produtivas elaboradas por outras disciplinas que têm o livro como objeto de estudo, que discutimos no Capítulo 1. Ele apenas posiciona o designer na função de mediador entre autor, leitor e editor:

os designers de livro servem a dois clientes: o autor e o leitor. Para mim, o objetivo é tornar a comunicação entre eles tão clara quanto possível. Um terceiro cliente é o editor. (...) os custos de edição se ajustam ao orçamento, que é determinado muito antes de iniciar o design. (Hendel, *op. cit.*, p.33)

O autor ainda faz uma consideração significativa sobre a “invisibilidade” do design – e do designer. Ele aponta que, por vezes, essa condição é desejada para que esses profissionais não precisem assumir publicamente a autoria de alguns trabalhos; daqueles em que não são “responsáveis pela degradação do que poderia ter começado como uma peça tipográfica concebida com cuidado” (p.2). Em outras palavras, quando a ordem do cliente “corrompe” o projeto cuidadosamente concebido pelo designer, este sabe reconhecer “o valor da anonimidade do design de livro” (*id.*). Portanto, ele defende que pode ser vantajoso para o designer se eximir da responsabilidade que possui sobre a atividade de configurar o livro.

Uma distinção que identificamos como recorrente é aquela que acompanha a anatomia do livro. Hendel (2006) usa o termo *design de livro* para discutir o que “acontece dentro do livro e não em sua capa (...) o projeto de capa é um problema tão diferente do design do miolo que se precisaria de um livro exclusivo para analisá-lo” (p.5). Assim, a literatura do design de livro divide o seu trabalho em duas partes, pois “miolo e capa demandam competências específicas” (Barone, 2022, p.11). Essa ruptura é reiterada na prática, uma vez que essas duas partes do livro possuem propósitos diferentes:

O design de miolo de livros tem as próprias tradições e regras, que já foram editadas e estudadas por vários pesquisadores e que geraram bibliografias consagradas; diferentemente da capa, que se aproxima mais do design de cartaz, é um tipo de design mais conceitual, sem uma metodologia padrão. Somando a experiência do capista à observação de como esse objeto se comporta no ponto de venda e como se relaciona com o usuário é que a percepção sobre como fazer uma boa capa aflora. (Barone, 2022, p.11)

Desse modo, há, em diversas editoras, a divisão entre o designer que projetará o miolo e o designer que fará a capa. Nesse sentido, Barone (*op. cit.*) faz uma reflexão sobre a cadeia e aponta que o profissional que fará a capa – o capista – está “muitas vezes isolado do restante da cadeia produtiva” (p.11), pois “é, em geral, autônomo, sem vínculo empregatício com a editora contratante, e presta serviço de acordo com a demanda, sempre seguindo o *briefing* passado pelo editor” (p.39). Isso acontece porque, dentre outras razões, muitas editoras já possuem um projeto gráfico de miolo padronizado, o que possibilita que miolo e capa sejam feitos paralelamente, além de economizar tempo e dinheiro (*ibid.*). Para discussões mais aprofundadas sobre o trabalho dos capistas, existem diversos pesquisadores que se dedicaram ao estudo do design de capas, tais como Souza (2022), Barone (2022), Llop (2014), Carvalho (2008), entre outros.

O modo como denominamos os atores dessa cadeia é significativo para a nossa discussão. Para Carvalho (2008), a terminologia do capista não se refere diretamente à formação acadêmica do profissional – ao contrário do termo “design de livros”, o qual já pressupõe o “designer” no nome. Assim, é possível “pensar que o trabalho de criação de capas está em grande parte mais dependente do interesse literário dos capistas do que de uma formação acadêmica especializada” (Carvalho, *op. cit.*, p. 35). Desse modo, a autora minimiza o aspecto disciplinar da atividade: não se poderia presumir que esse seja um trabalho exclusivo de profissionais com formação em design.

Por outro lado, para Haluch (2018), a denominação de designer não é relativa à formação, mas ao trabalho que executa. Nesse sentido, o *designer de livros* é o profissional dedicado ao miolo e o *designer de capas*, às capas – independente das questões disciplinares ou de formação acadêmica. Para se referir ao livro como um todo, a autora utiliza o termo designer editorial. Ainda que haja flexibilização acerca da formação, ainda há uma preocupação acerca das competências e dos conhecimentos necessários para esse trabalho. Para Haluch (2018), o profissional que quiser trabalhar com design editorial deverá ter:

Conhecimentos específicos de produção editorial; domínio técnico do processo de elaboração de um livro; ciência da simbologia de correção dos originais; conhecimento de todos os elementos que vão compor o livro – em relação ao miolo e à capa; experiência em softwares gráficos e de editoração eletrônica. (p. 15)

Essas competências remetem a duas funções descritas por Haslam (2007), que envolvem a atividade de configuração: *diretor de arte* e *designer*. O diretor de arte “se refere a um cargo específico dentro da editora, podendo ser um designer que trabalha junto com ilustradores e/ou fotógrafos (...) [e] irá estabelecer as orientações (...) para as publicações da editora” (p.16), o que indica que essa função é hierarquicamente superior à função do designer, que “é responsável pelo projeto da natureza física do livro, seu visual e sua forma de apresentação, além de cuidar

do posicionamento de todos os elementos na página” (*id.*). Nos dois casos, o autor aponta como a configuração pode ser determinante no mercado editorial:

O visual, os conceitos de produção e os títulos editados combinam-se entre si para formar a imagem que caracterizará junto a seu público. As editoras mais modernas consideram a identidade visual de seus livros algo extremamente importante (...) [e, na função do designer,] muitos livros de não ficção têm orientação visual, sendo frequentemente os designers os idealizadores de livros ou de coleções para as editoras (Haslam, 2007, p.16)

Ao descrever o processo de elaborar um projeto gráfico, essa abordagem concebe o design de livro atual como um processo linear. Nesse sentido, os modelos de Haslam (2007) são muito indicativos (Figura 14, como visto anteriormente na p. 39):

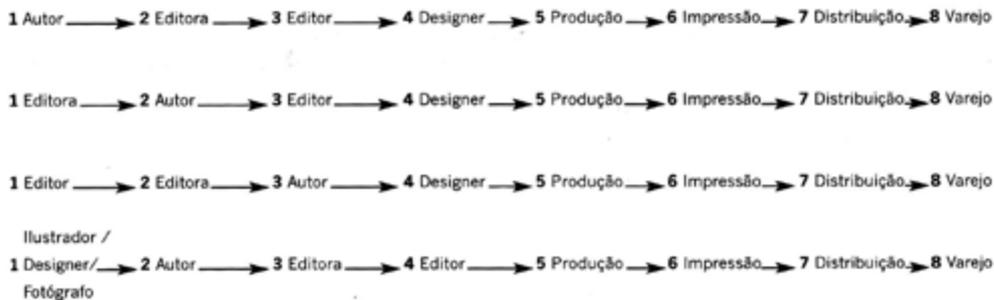


FIGURA 14 Modelos simples de desenvolvimento do livro (Haslam, 2007).

Por conseguinte, essa conceituação condiciona os manuais e publicações direcionadas para a prática para modelar a atividade como um processo linear. Por exemplo, Haluch (2018) estrutura o seu guia com uma série de etapas para fazer o design de livro (Figura 15):

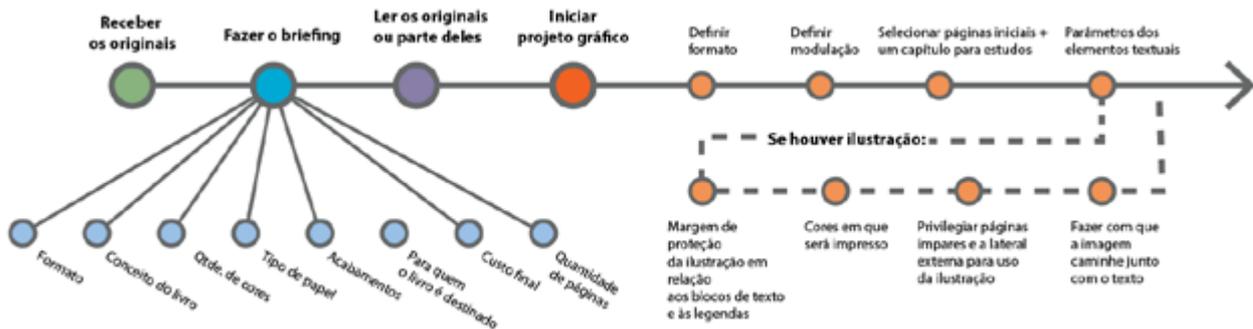


FIGURA 15 Etapas para fazer o design de livro. Fonte: Elaborado pela autora a partir de Haluch (2018).

Apesar do livro de Peruyera (2019) ser destinado aos estudantes dos cursos de Letras, conforme ele aponta na apresentação, podemos traçar um guia de como fazer livros (Figura 16):



FIGURA 16 Etapas para fazer o design de livro. Fonte: Elaborado pela autora a partir de Peruyera (2019).

Peruyera (*op. cit.*) ressalta que “assim como qualquer projeto de design gráfico, a diagramação de um livro ou a elaboração de um projeto gráfico para vários livros requer a consideração de vários fatores ao mesmo tempo (p. 10). Ainda assim, a estrutura do livro segue a de um manual típico. De maneira análoga, Silva (2022) aponta que “o designer (...) tem de lidar, em seu trabalho, com aspectos determinados por todas essas fases (...) o trabalho deles [outros atores] influencia no projeto gráfico” (p. 237), mas isso não é elaborado ao longo da discussão do manual. Nesse sentido, consideramos importante ressaltar que o delineamento de um passo-a-passo desse tipo não é, necessariamente, um problema – sobretudo se considerarmos que essas publicações se colocam como introdutórias à prática do design de livros. Entretanto, isso se converte em uma limitação, se considerarmos que a maior parte da literatura segue tal estrutura para debater a disciplina.

De fato, Hendel (2006) observa que “o design de livros não é uma coisa fácil de aprender porque quase não existem lugares onde descobrir alguma coisa sobre o assunto. (...) é complicado porque não há uma maneira única de proceder” (p.xi). Ademais, Hochuli (2010) é bastante crítico ao discurso da disciplina, por promover debates pouco produtivos: “concentra-se exclusivamente na questão da simetria e da assimetria. Para além do fato de o assunto exigir um tratamento mais amplo, a verdade é que esta parte específica do assunto nunca foi discutida de uma perspectiva não-enviesada” (p. 27). Isso faz com que a disciplina apresente lacunas muito fundamentais:

Toda a literatura especializada relevante contém a afirmação de que a tipografia do livro começa com o layout da página dupla. No entanto, pode-se perguntar por que ninguém ainda mencionou explicitamente o eixo de simetria da lombada (a forma física do códice) e o fato de que este é o ponto de partida, enquanto a página dupla e suas consequências são meras decorrências de primeira e segunda ordem. (Hochuli, 2010 p. 14)

Assim, acreditamos que, para estabelecer um cânone, o design de livro comprometeu a possibilidade de se adequar e dialogar com outras perspectivas, disciplinas e áreas de conhecimento, estancando seu discurso no paradigma moderno. Nesse sentido, Camargo (2016) aponta que a abordagem moderna ganhou muita força nas décadas de 1920 e 1930 – quando se estabeleceu como paradigma –, mas outras abordagens sempre coexistiram na longa história do livro impresso. Assim, ela faz uma incursão histórica para mostrar o que ela chama de “abordagens visíveis” na história (*Cf. Camargo, op. cit.*, pp. 95-141). Para reforçar esse argumento, a seguir, nós vamos examinar como alguns desses mesmos autores canônicos desviam daquilo que foi construído como o paradigma moderno. Com isso, buscamos modular a caracterização dessa “invisibilidade”, a fim de superá-la como um paradigma.

2.1.2. ...E suas fissuras

Embora Beatrice Warde (1956) tenha consolidado o paradigma moderno na imagem da taça de cristal, sua contribuição para o design de livro é muito mais complexa. Entre outros de seus ensaios, reunidos e publicados em 1956 sobre o design de livros, está *The nature of the book*, em que ela explicita sua compreensão da distinção entre a imaterialidade do texto e sua determinação material nos livros já presente em *A Taça de Cristal...*: “a obra literária é algo imaterial que pode ser transferido de um contêiner físico para outro sem perder sua identidade” (p. 27). Além disso, ela evidencia um aspecto desprezado com recorrência: a dimensão social da circulação dos livros. Ou seja, em seu discurso, a expectativa dos atores da cadeia e o entendimento que têm acerca da aparência e dos conteúdos dos livros são explicitados como fatores do trabalho; tanto de edição quanto do design de livro. Além disso, ela também aponta que as escolhas acerca dos aspectos materiais do livro vão definir tipos de publicação distintos, que variam das reimpressões baratas à *fine edition*. Entre esses dois pólos, está o que ela considera a *trade edition* – a edição comercial, exatamente o tipo de livro em que estamos interessados nesta pesquisa. Nesse sentido, para ela, o trabalho de design desse tipo de livro “consiste (...) em fazer com que o volume aparente ser o tipo de livro que é e (...) em dar à obra específica todas as vantagens de que o editor pode dispor em termos de design e tratamento especiais” (p. 30). Portanto, ela compreende a complexidade desse artefato, pensado dentro da sua cadeia de produção:

Qualquer pessoa ligada ao que é chamado de mundo dos livros admitirá que não há dois ofícios ou profissões nesse mundo que usem a palavra “livro” exatamente no mesmo sentido; isto é, com o mesmo grau de ênfase entre o abstrato (...) e o concreto (...). Os sentidos do crítico literário, do editor, do impressor, do livreiro e do bibliotecário se confundem, mas são suficientemente diferentes para não causar mal-entendidos. (Warde, 1956 p.30)

Além disso, alguns fundamentos básicos do paradigma parecem ter se tornado problemáticos. Por exemplo, a confusão de denominações que apontamos – entre designer de livro, designer de miolo, designer editorial, designer de capa, capista – parece ser indicativa de uma das fissuras do cânone do design de livro. Especificamente, parece remeter à distinção que Tschichold (2007) havia feito entre o design de livro – responsável pelo cuidado com a tipografia do miolo – e o designer gráfico – que poderia se “auto-expressar” na sobrecapa. A disjunção entre miolo e capa na literatura e na prática profissional parecem reiterar duas abordagens fundamentalmente diferentes da prática de design de livro: uma que não quer ser vista e outra cuja função é chamar atenção. De fato, o processo de racionalização da produção de livros foi fundamental para a emergência de fenômenos como a Penguin – inclusive, o próprio enquadramento feito por Tschichold para a editora.

Assim, o contexto histórico novamente é fundamental para compreender a importância desse discurso. E, na medida em que a indústria de livros se desenvolveu desde o período entreguerras, o design de livro teve muito sucesso. Entretanto, como apontamos no Capítulo 1 a partir de outras disciplinas, o contexto atual da produção de livros coloca novos desafios – e isso implica revisar o paradigma moderno e explorar suas fissuras para repensar a atividade.

Nesse sentido, Haslam (2007) traz contribuições importantes. Embora, como mostramos, seu modelo seja erroneamente linear, ele já caracteriza o design de livro como “uma mistura de decisões racionais e conscientes que podem ser analisadas e decisões subconscientes que não podem ser deliberadas tão prontamente” (p. 23). Portanto, não seria sequer recomendável investigar esse aspecto subconsciente e criativo tão a fundo, pois “examiná-lo muito minuciosamente significa arriscar-se a destruí-lo” (*id.*). Ou seja, o autor reconhece que há uma carga significativa de subjetividade no processo de projetar livros, que dependem do repertório e da experiência do designer, embora tenha uma postura ingênua na tentativa de mantê-la mistificada.

Assim, ao discutir como o processo de design de livros se desenrola, Haslam (2007) propõe quatro abordagens interrelacionadas, explicando que “a maioria dos trabalhos de design inclui um elemento de cada uma, embora não necessariamente na mesma proporção” (p.22). São elas: documentação, análise, conceito e expressão, que não apresentam uma contribuição significativa, devido à sua generalidade. Por exemplo, o autor diz que a abordagem expressiva “contempla o conteúdo como um ponto de origem, a partir do qual se deve fazer uma interpretação” (p. 26), ao passo que a abordagem analítica significaria que “o designer busca encontrar um padrão para classificar os vários elementos (...) visando dar estrutura, sequência e hierarquia ao conteúdo” (p.25). Ainda que essas descrições sejam muito vagas, a variedade de possibilidades de configuração gráfica com que o autor exemplifica as diferenças já nos ajuda a indicar a pluralidade de articulações possíveis (Figura 17).

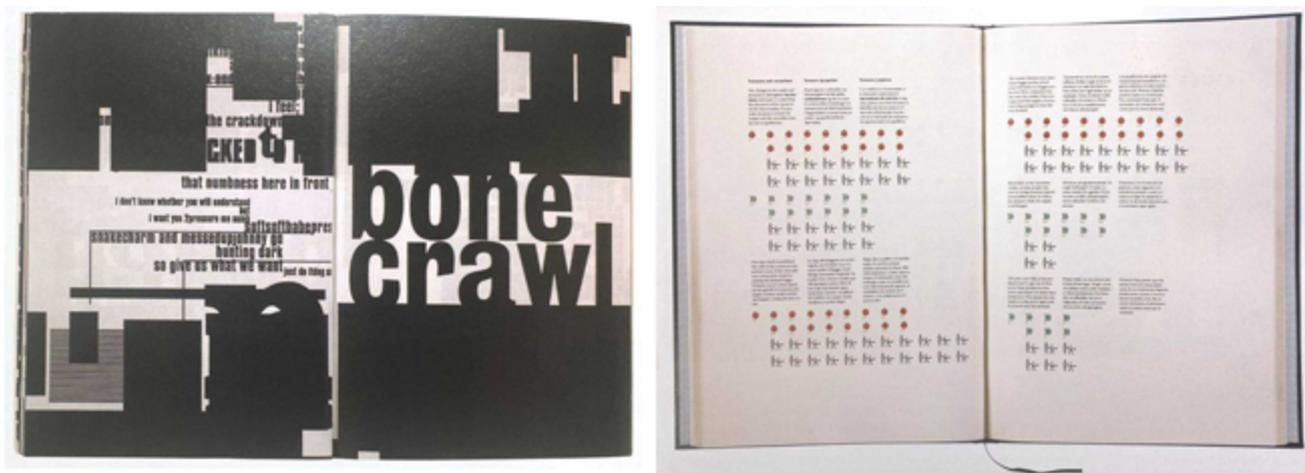


FIGURA 17 Exemplos de abordagem expressiva (esq.) e abordagem analítica (dir.). Fonte: Haslam, 2007.

Isso também fica claro na discussão sobre *O briefing de design* também dá direcionamentos gerais para o designer, que “deve adquirir uma visão geral do conteúdo (...) apreender a visão do autor, do editor e da casa editorial (...) estabelecer a relação entre texto e imagem, mas é desnecessário que seja especialista” (Haslam, 2007 p.28). Em larga medida, o breve trecho em que o autor fala sobre o *briefing* explicita a complexidade do design de livros, na medida em que mescla questões de produção com as de comunicação e revela a rede de atores envolvida para a realização de um livro. Assim, coloca que “o designer normalmente sai da reunião inicial de *briefing* com muitas perguntas que exigem respostas muito mais amplas” (*id.*).

Na coletânea *The form of the book book*, uma referência direta à coletânea de Tschichold, Mevis (2010) faz uma exploração mais pessoal do processo do design de livros. O relato fala sobre as dúvidas, os conflitos, o trabalho coletivo, as negociações, as intuições – todos aspectos que revelam a condição contingencial da atividade. Os dilemas e perguntas que ele coloca são muito abertos, mas têm a capacidade de remeter imediatamente à experiência de quem já tenha tentado fazer design de livro. Para ele, a complexidade já está dada desde o começo:

Você tem que descobrir qual é a pergunta. Às vezes, as pessoas envolvidas precisam sentar juntas por dias, semanas, meses antes de um livro tomar forma – e aí não estou nem falando do design, mas da forma do conteúdo. Como designers, somos tão responsáveis pelo conteúdo quanto qualquer outra pessoa. ¶ (...) O que precisa ser feito? Quais são as principais questões que precisam de atenção, os problemas a serem resolvidos? O que não funciona, o que está faltando? Como criar as condições certas para uma situação viável? ¶ Ao longo do processo, você pode precisar brigar por dinheiro, brigar contra expectativas, brigar por conteúdo, brigar por menos ou mais imagens, brigar por texto legível. Mesmo quando a situação parece promissora, sempre haverá partes confusas que precisam ser resolvidas. (Mevis, 2010, p. 87)

A partir do momento que a atividade do designer de livros se inicia, é um caminho sem volta: “mesmo quando você não faz nada, você está fazendo alguma coisa. Esteja ciente de suas decisões e do que elas significam para o livro que você está criando. Você pode fazer livros melhores ou piores” (p. 89). Nesse sentido, ele reitera a impossibilidade da “neutralidade” da configuração, conforme discutiremos na próxima seção. Com isso, podemos pensar o livro como um objeto que, além de se referenciar ao seu conteúdo, ele também conta a história de si mesmo: “Todos os livros contam histórias sobre por que ou como eles são projetados. (...) Se você conseguiu vincular o conteúdo ao seu conceito e o conceito a uma forma, você conseguiu” (p. 89). Por isso, é importante orquestrar os interesses das mais variadas naturezas, incluindo a sua própria demanda pessoal: “você pode expressar suas ideias por meio de tipografia, layout de página e estrutura da informação. Faça malabarismos com esses elementos para encontrar novas combinações. Em outras palavras, tire o melhor proveito das restrições” (p. 91).

Hochuli (2020) também faz um relato de sua experiência como designer de livro e, junto ao prefácio de Morgan (2020), são relatos entusiasmados pela poética do design de livros – o que, necessariamente, faz com que conceitos e palavras tornem-se muito limitadas. Morgan (*op. cit.*) não se envergonha de usar palavras abstratas – como “atmosfera”, “autenticidade”, “presença”, “integridade”. De maneira contrária ao discurso recorrente no design, Hochuli (*op. cit.*) defende que o divagar das ideias com o objetivo de capturar o conceito do conteúdo textual para sua materialidade faz parte do trabalho sistêmico – e que as pressões de custo e prazo não encorajam o pensamento sistêmico.

À medida que apresenta diversos projetos e narra seu processo para tomada de decisões, Hochuli (*op. cit.*) reconhece que inicia o trabalho de maneira vaga, indeterminada e não-sistemática. É a partir de certo sentimento ou intuição que a série de decisões sistemáticas vão se concatenando até se transfigurar em um projeto; isso seria inescapável: “não consigo imaginar alguém se preparando para projetar um livro – mesmo o menor dos volumes – sem ter algum tipo de plano a seguir, seja ele simples ou mais complicado; sem ao menos tentar proceder sistematicamente” (p. 58). Por isso, ele se pergunta se não são justamente essas decisões viscerais e inconscientes que criam o caráter único e inconfundível de um livro. Nesse sentido, defende que “com os livros, sempre há espaço para discricão. Jamais conseguiremos encontrar uma única forma para um determinado livro (...) acho que ninguém vai discordar de que isso é algo pelo qual se deve agradecer” (*id.*, 2010, p. 28-30).

Para além disso, há diferentes tipos de livro e o designer deve compreender o quanto deve se utilizar da configuração para alinhar as demandas de cada projeto. Como apontamos no capítulo anterior, uma boa parte da literatura sobre design de livros se debruça sobre aqueles livros excepcionais, que, muitas vezes, abrigam o trabalho de outros designers, artistas ou arquitetos. Nesse sentido, Goggin (2010) reflete sobre a atividade de projetar livros:

Até onde se deve ir na interpretação do conteúdo através da escolha do material é uma questão que me deparo em todos os projetos, principalmente nos livros de arte que representam grande parte do meu trabalho sob encomenda. Um papel fundamental do designer não é apenas se interessar pelo conteúdo de um livro, mas também pesquisá-lo e entendê-lo. **A análise crítica do conteúdo e a aplicação desse conhecimento costumam resultar em um livro bem elaborado, tanto estética quanto conceitualmente.** (p. 23, grifo nosso)

Ele conduz a reflexão a partir da produção bibliográfica sobre a obra da artista estadunidense Gordon Matta-Clark. Para ele, os livros da artista e sobre ela são casos interessantes para contrastar e avaliar os limites de uma “interpretação excessivamente entusiasmada, de tentativa de competir com o artista (...) [ao ponto de] transformar o próprio livro em um objeto de arte, ao invés de deixar a arte falar por si mesma através do livro” (*ibid.*, p. 30). Assim, reconhecendo que a ideia

de objetividade é inatingível e indesejável, o designer recomenda parcimônia na interpretação da matéria-prima: “quando conteúdos e materiais são interpretados e combinados de forma equilibrada, o resultado pode ser maior que a soma de suas partes. Uma transformação da matéria dada por meio de uma espécie de alquimia elegante, em vez de um pastiche recortar e colar” (*ibid.* p. 31).

Esta breve revisão de literatura teve como objetivo apresentar como a literatura conceitua a atividade do designer na produção do livro. Por meio da apresentação da perspectiva de alguns autores, pudemos destacar alguns dos principais pontos que serão cruciais para as seções seguintes deste capítulo. O primeiro aspecto é a ideia de que a configuração gráfica pode ser neutra, exemplarmente representada, sobretudo, por Warde (1956) e Tschichold (2007). Nós criticaremos esse paradigma na seção a seguir, demonstrando que mesmo aquelas configurações “transparentes” operam uma retórica visual. Nosso principal argumento é que essa “invisibilidade” se trata, antes de tudo, de uma configuração naturalizada porque foi convencionalizada.

O segundo aspecto discutido pelos designers de livro, que direcionará a seção 2.2, é o grau de intervenção que o designer efetua sobre a matéria-prima do livro. Para discutirmos essa questão, aprofundaremos no debate da naturalização das configurações gráficas, discutindo o conceito de escrita diagramática e a forma do livro. Com isso, nosso objetivo é argumentar que o designer de livro contemporâneo ao articular as convenções do código ajuda a fazer com que cada projeto de livro responda de maneira equilibrada às demandas da cadeia produtiva e do mercado editorial. Isso, por exemplo, nos ajudará a demonstrar como a própria configuração codifica aspectos semânticos na forma livro. Como apontou Warde (1956), “a noção predominante de como um livro físico de qualquer tipo deveria se parecer exerce alguma influência sobre o escritor ou editor [ou designer] (...) [e] varia de acordo com as circunstâncias da publicação” (p. 29).

Enfim, o terceiro aspecto é o componente individual do design de livro: a interpretação que cada designer faz da matéria-prima. Esse aspecto aparece no discurso de vários dos designers que apresentamos ao longo desta revisão, e, portanto, deve ser contemplado em uma teoria para o design de livro contemporâneo. Buscamos fornecer esse fundamento teórico a partir de Drucker (2009). Com isso, buscamos deslocar o paradigma da materialidade mecanicista – que está compreendida no paradigma moderno e da ideia de uma configuração “transparente” – e defender a materialidade probabilística, que considera a configuração gráfica uma série de provocações de interpretação para o leitor, inserindo os códigos em seus contextos mais amplos. Acreditamos que, com isso, estaremos preparados para lidar com a complexidade da prática do design de livro, que será descrita ao longo do capítulo 3, que abordará sobre os cinco designers brasileiros que entrevistamos.

2.2. CRÍTICA À NEUTRALIDADE DA CONFIGURAÇÃO GRÁFICA

Nesta seção, argumentaremos que a ideia de neutralidade da configuração gráfica, um pressuposto predominante no design, é uma perspectiva limitada da função que essa prática desempenha. Desse modo, visamos estabelecer que toda configuração é uma construção que tangibiliza discursos e, assim, hierarquiza informações. Com isso, poderemos, na seção seguinte, discutir a materialidade da forma do livro. Por fim, discutiremos o paradigma da materialidade probabilística, a fim de ampliar o escopo da prática projetual contemporânea do designer de livros.

Ao discutir as definições mais recorrentes do design da informação, apontamos que “reconhecer a autonomia da forma colabora para criar uma linguagem projetual específica para o design, seja da informação, seja gráfico” (Souza et al, 2016). Defendemos isso a partir de uma contradição presente nas definições de design da informação: segundo a literatura, o designer deve apenas mediar o conteúdo, facilitando-o para o leitor, mas ainda assim deve ser ativo para modificar o seu meio (Cf. Horn, 1999; Pettersson, 2002). Entretanto, uma transformação do contexto implica um posicionamento que o designer “transparente” não pode ter. Essa contradição pode ser resolvida se, sabendo de nossa responsabilidade, reconhecermos que dar forma interfere no conteúdo e, portanto, necessariamente representa um posicionamento.

Em outra ocasião, apontamos que “o ideal do designer ‘transparente’ é impraticável. É necessário reconhecer que o próprio dar forma é um conteúdo em potencial” (Souza et al, 2018). Nesse sentido, demonstramos por meio do trabalho da designer de livros holandesa, Irma Boom, que “o ato de configurar não é só um facilitador de conteúdo, é um conteúdo por si próprio” (*ibid.*). De maneira muito semelhante, Lima *et al.* (2022) argumentam pelo posicionamento do designer da informação como um ator para modificar o seu contexto. Em Oliveira e Lima (2021), também apontamos como o desenho tipográfico é um elemento gráfico carregado de significado, passível até mesmo de uma performatividade de gênero. Por isso, argumentamos que a nossa prática projetual se dá exatamente na articulação de significado por meio da configuração gráfica ou material – e, no caso dos livros impressos, ambas.

Trataremos a seguir de um caso de produção tipográfica e configuração visual no campo da arte para endossar esse argumento. No contexto dos anos 1960, os atores do campo da arte buscaram se distanciar das noções tradicionais da obra enquanto um objeto: muitos tensionamentos e transgressões entre pintura e escultura foram realizados nesse período para questionar suas definições. As minúcias dessa discussão fogem do nosso escopo, mas podemos indicar que foi consequência de vários fatores: desde “o território filosófico e a herança da história da arte (...), a queda do discurso crítico do modernismo pautado no medium e a ligação com a

poesia e literatura (...), o clima social e econômico (...), um tipo diferente de público” (Blacksell, 2013 p. 62-3).

A estratégia do movimento da Arte Conceitual para realizar esse distanciamento foi a defesa da arte enquanto ideia e conceito. Nesse sentido, uma boa parte das obras de arte desse movimento foram textos que, por mais abstratos que os textos possam ser, precisavam ser tangibilizados para serem lidos. Por isso, suas obras aproximam-se da atividade editorial comum “tanto por sua atividade de publicação quanto por sua forma física particular como material impresso” (Blacksell, 2013 p. 63). Desse modo, o contato com a obra-conceito necessariamente se dava pela materialidade de publicações impressas (Figura 18).

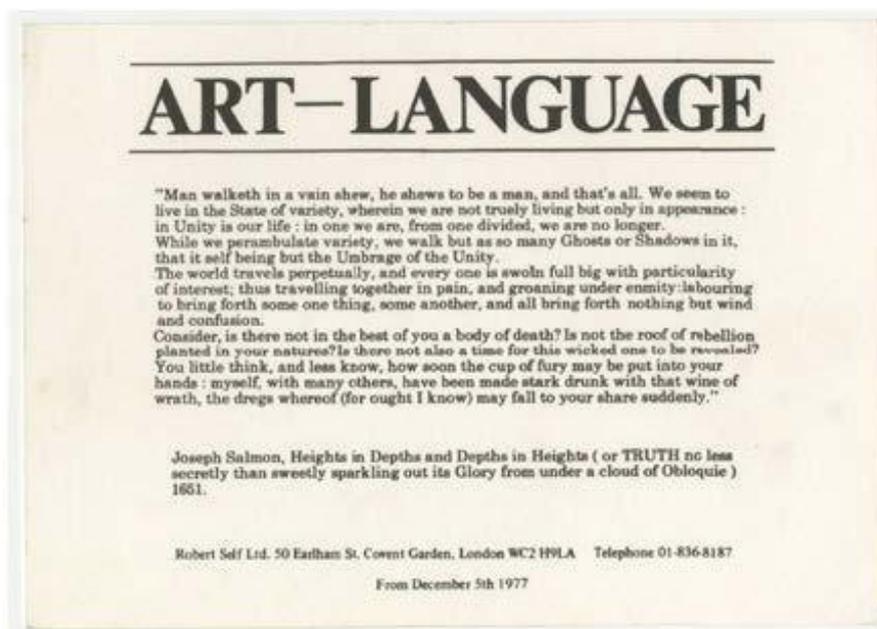


FIGURA 18 Postal anunciando a exposição de 1977 do grupo Art & Language
 Fonte: Acervo digital do British Museum. Disponível em: <https://www.britishmuseum.org/collection/object/P_2018-7009-256>

Assim, paradoxalmente, o modo como a mensagem se apresenta foi crucial para “negar o significado intrínseco da forma visual” (Blacksell, 2013, p.63). Ou seja, essa pretensão exclusivamente linguístico-conceitual era necessariamente materializada por uma configuração tipográfica tão retórica quanto qualquer outra. Ou ainda dito de outra maneira, essas explorações “focadas em uma relação conceitual entre obra e leitor (...) [era realizada por] uma ligação entre palavras na página e o espaço em que o documento era lido” (*op. cit.* p.70). Ao elaborar sobre as implicações teóricas da composição simétrica ou assimétrica, Hochuli (2010) reitera o diagnóstico de que o dogmatismo do design moderno tornou-se um estilo: “este é o funcionalismo mais superficial, aquele divorciado da função, aquele que constitui um mero estilo, uma moda” (p. 28). Nesse sentido, Melot (2006) cita o relato de Paul Valéry ao abrir um livro e reconhecer que “uma página já é uma imagem” (p. 132). Portanto, não há transparência – apenas vê-se que a pretensão de transparência é opaca. Então, Blacksell (*op. cit.*) analisa obras de diversos artistas,

classificando algumas diferentes configurações e modos de circulação dos textos no âmbito da Arte Conceitual.

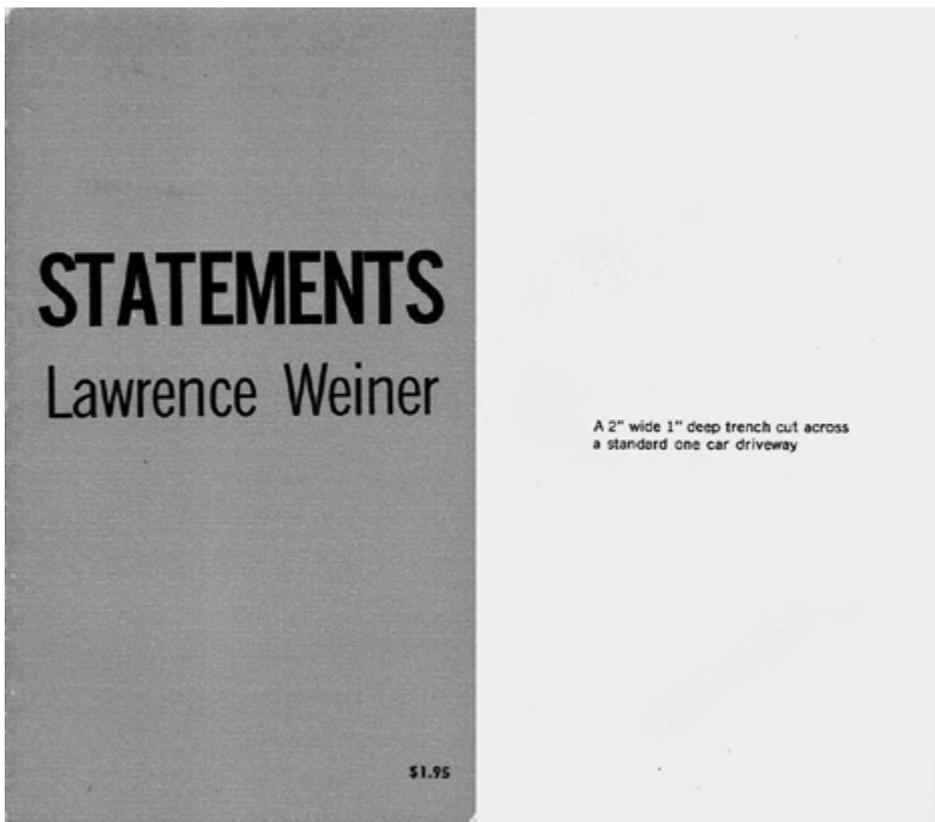


FIGURA 19 Reprodução do livreto *Statements*. À esquerda, capa; à direita, página interna. A obra conceitual são as esculturas descritas ao longo do livreto. Fonte: Blacksell (2013)

Um primeiro caso, particularmente interessante para nossa discussão, é a obra *Statements* de Lawrence Weiner (Figura 19), que consta de descrições textuais de “esculturas abstratas”. Por exemplo: “uma folha de compensado fixa no chão ou na parede” ou “uma quantidade de tinta despejada diretamente no chão e deixada para secar”. Em termos materiais, a obra é um livreto de 17,8x10,1 cm. Todavia, Blacksell (*op. cit.*) aponta que a obra “ganha uma qualidade escultural por meio da tradução do conteúdo material na mente do ‘espectador’ via ato de leitura, em vez de olhar para qualquer forma em particular na página” (p.71). Acontece que “é especificamente a aparência neutra [da obra] *Statements* publicada que auxilia esses exemplos a se distanciar das noções de autoria e ênfase no objeto” (*ibid.*). Ou seja, é precisamente a configuração visual “neutra” que constitui a qualidade “conceitual” da obra, constituindo-se, assim, uma retórica tipográfica.

Essa consideração ajuda a explicar o segundo caso: o grupo Art & Language (Figura 20). Sua principal contribuição foi olhar para a publicação e para o ensaio como obra de arte:

Aqui, o design tipográfico neutro da revista com sua capa branca e páginas de textos não-ilustrados ecoa novamente a tentativa dos outros de tirar dos trabalhos toda voz autoral/artística, para que o leitor engaje com esses textos por um processo de

leitura, sem nenhuma dúvida de que eles deveriam estar contemplando a revista como um objeto visual (Blacksell, 2013, p. 73).

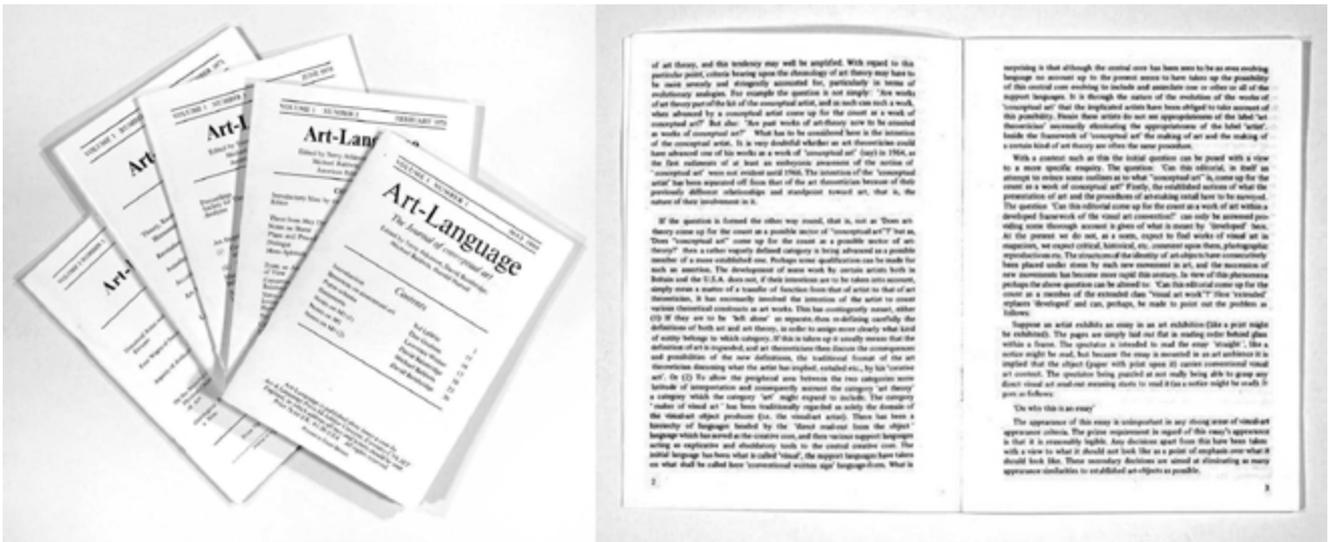


FIGURA 20 Algumas obras do grupo Art & Language (1969-72). A configuração gráfica dos textos se vale da retórica “neutra” ou “invisível”.
Fonte: Blacksell (2013)

A questão explicitada aqui é que não há “neutralidade” tipográfica, apenas certas convenções de como esse artefato deve ser encarado e como ele deve ser lido. Ou seja, conforme Chartier (1999): “cada forma, cada suporte, cada estrutura da transmissão e da recepção da escrita afeta profundamente os seus possíveis usos e interpretações” (p.13). Assim, a leitura deve ser tomada em dois sentidos: tanto em termos de apreensão de significado, quanto em termos de como o leitor deve se portar – cognitiva e fisicamente – diante dele. Os trabalhos do Art & Language mostram que mesmo na tentativa de desmaterializar a obra de arte e considerá-la um texto incorpóreo, a configuração visual da linguagem é fundamental para esse discurso.

Essa argumentação é similar à de Kinross (1985). Ele identifica a contradição de Gui Bonsiepe ao discutir retórica visual: de um lado, há a constatação de que informação sem retórica não existe enquanto, de outro, menciona que uma tabela metroviária de horário estaria livre de toda retórica. Então, Kinross segue para discutir as mudanças entre tabelas de horários da rede metroviária londrina em diferentes épocas para demonstrar, pelo uso da tipografia, que havia retórica imbricada naquelas configurações visuais. Ele traça uma ligação entre o design da informação e o discurso de objetividade de certas expressões do movimento moderno no mundo pós-guerra para concluir que as tabelas de horário também se valem da retórica. Uma contribuição significativa para essa discussão foi realizada por Emanuel (2022).

É nesse sentido que o layout estava sendo explorado pela Arte Conceitual: usando “estratégias minimalistas clássicas, como interrupção, acumulação, fragmentação e repetição para reduzir e isolar textos em unidades independentes”

(Blacksell, 2013. p.68). Entretanto, diferente de como era no concretismo – em que a poesia era feita para ser vista – eles ecoavam “a mudança de paradigmas teóricos das artes visuais daquele tempo partindo do objeto para um contexto exclusivamente linguístico” (*op. cit.* p.69). Ou seja, seu objetivo era tornar o texto mais orientado para ser lido do que para ser visto. Nesse sentido, Unger (2016) aponta que “qualquer designer que fuja das convenções tipográficas corre o risco de tornar o texto menos fácil de ser lido” (p. 34).

Blacksell (2013) defende que traçar relações entre a Arte Conceitual e práticas tipográficas entre as décadas de 1970 e 1990 nos EUA pode dar resultados frutíferos. De maneira análoga ao movimento artístico, por exemplo, as realizações da Escola de Cranbrook ou a publicação da *Émigré* buscavam engajamentos mais ativos com o leitor; prova disso é que “se referem às mesmas ideias teóricas e precedentes na literatura e poesia citadas nas discussões da Arte Conceitual textual” (p.78). Um dos precedentes mais significativos é *Um lance de dados* (1897), de Stéphane Mallarmé (Figura 21), que demonstram “o uso de arranjos textuais específicos e layout de página para romper (...) uma imersão ‘leitora’ no texto” (*op. cit.* p.62) e fazer com que o texto se voltasse para si próprio.

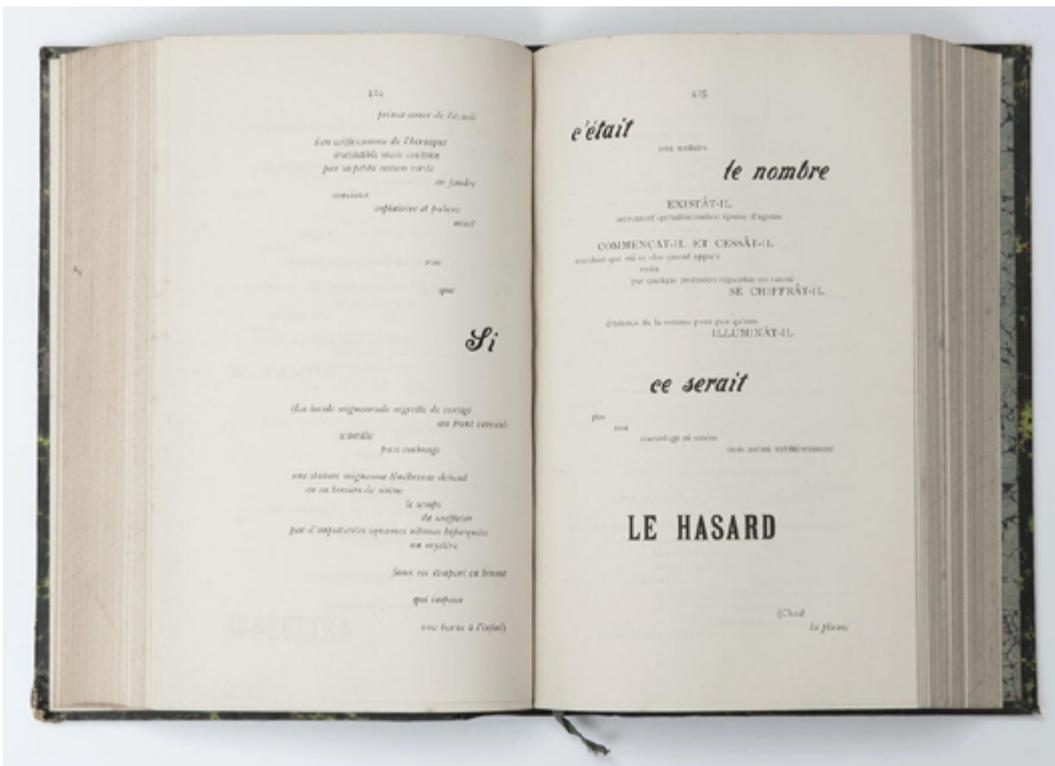


FIGURA 21 Edição de 1897 de *Um lance de dados*. Fonte: <<https://www.gazettedrouot.com/lots/8028148>>

Entretanto, a discussão no campo do design se deu de maneira bem distinta. Kinross (1994) atacou as práticas de Cranbrook e da *Émigré*, afirmando que se pautavam em leituras teóricas superficiais, ou ainda que eles pareciam nunca ter lido a referência teórica de que tratam (p.7). Houve réplicas subsequentes nas revistas *Eye* e *Émigré* feitas por Gérard Mermoz, Kenneth FitzGerald e Jeffery Keedy

– conforme apontado por Blacksell (*op. cit.*). De qualquer modo, isso parece indicar que a limitação do discurso tipográfico no design:

em vez de tentar focar em ser ‘a favor’ ou ‘contra’ argumentos em resposta de práticas tipográficas autoiniciadas em que designers podem ser vistos também como artistas, ou relegando essas trajetórias como ‘experimentais’, o discurso tipográfico poderia talvez se dispor a compreender o papel dessa linhagem da arte na definição de um tipo particular de engajamento interdisciplinar pós-Conceitual que continua a perguntar como o **engajamento ativo com estrutura pode de fato se tornar o conteúdo do trabalho**. (p.80, grifo nosso)

Ou seja, Blacksell (*op. cit.*) sugere que há pressupostos acerca da atividade de configuração visual do design que o limita a um tipo específico de trabalho: aquele encomendado por um cliente para atender uma demanda de mercado. Isso implica que tudo o mais deve ser considerado “experimental” e seus realizadores passariam a ser “artistas”. Por conseguinte, essa linhagem do trabalho tipográfico é apagada ou marginalizada nos discursos do campo. Portanto, a autora conclui que a limitação do discurso tipográfico parece impedir o engajamento ativo com a estrutura. Uma crítica similar é feita por Drucker (2013b) nos estudos de IHC (Interação Humano-Computador). Ela diagnostica que:

[a] reflexão filosófica sobre isso [a prática] e a análise crítica de tais características são um luxo. O trabalho realizado por membros da comunidade IHC, assim como dos designers de livro e artistas de layout no mundo impresso, é movido pela necessidade de produzir um objeto funcional. (p.104)

A “reflexão filosófica” de que Drucker fala é crucial para pensar nos contextos em que o artefato está situado e as relações que se dão a partir dele, com toda complexidade que isso implica. Ao diagnosticar esse contexto acrítico, ela defende que “a abordagem padrão do design e a discussão de interfaces está baseada em um modelo consumista” (Drucker, 2017, p. 11). Essa consideração evidencia uma dimensão política, na medida em que isso implica o pressuposto de um usuário-consumidor que é supostamente livre de qualquer limitação e circunstância. Todavia, essa suposta liberdade esconde os aparatos estruturais, conseqüentemente neutralizando o engajamento crítico com esses sistemas (*ibid.*).

Em oposição ao modelo consumista, Drucker (2017) sugere considerar a interface como uma zona crítica para a experiência do sujeito: “tanto um modelo de ‘o que está ali’ quanto uma série de possibilidades de seu uso” (p. 11). Nesse sentido, para fomentar análise e prática críticas, o campo do design gráfico deve atentar para a naturalização desses sistemas – que devem ser reconsiderados e questionados. Um dos aspectos necessários para esse engajamento crítico é o fundamento teórico e o vocabulário para submeter esses artefatos à análise.

Para Drucker (2013b), isso constitui uma lacuna teórica no nosso campo. Mesmo com as diversas disciplinas que estudam a produção de significado

e ideologia nas mídias a partir de seus textos e imagens, elas “não enfatizam as relações entre os elementos componentes ou partes (...), [tanto que] nós mal começamos a articular um modo de descrever relações entre componentes visuais” (p.102). Vilém Flusser (2017) reitera a simbiose entre o “conteúdo” e a própria materialidade (gráfica e material) com que se apresenta: “naturalmente a relação íntima entre significado e estrutura, entre ‘semântica’ e ‘sintaxe’, não deve ser negada: a forma é condicionada pelo conteúdo e ela o condiciona” (p. 96).

Em larga medida, a dificuldade de tratar dessas questões emerge da naturalização dos dispositivos gráficos que nos informam. Drucker (2017) discute esse processo na visualização de informações, pois não percebemos a dimensão retórica e o poder cultural que exercem. Para isso, ela elabora a ideia de enunciação na visualização de informações, com o objetivo de compreender gráficos e tabelas – mas também layout e diagramação – como atos enunciativos, considerando os aspectos performativos da linguagem. Assim “podemos começar a discernir os modos pelos quais a performance de estratégias enunciativas posiciona sujeitos que falam (...) e são interlocutores (...) nos sistemas de informação” (p.6). Embora, essa discussão exceda o escopo do nosso trabalho, apontá-la é importante para demonstrar que a neutralidade da configuração ainda é a perspectiva dominante, sobretudo no campo das interfaces digitais, conforme apontado por Drucker (2013b).

Como apontamos anteriormente, na disciplina do design gráfico, o paradigma moderno valoriza os conceitos de neutralidade, transparência e eficácia, que assumem formas específicas, tidas como universalmente válidas para a comunicação. Demonstramos, por meio dos exemplos utilizados na Arte Conceitual, que essas formas são, também, retóricas. A disciplina expressou uma alternativa que pode ser compreendida pelo termo guarda-chuva *pós-modernismo*: o confronto com o paradigma moderno para explicitar a dimensão construída da configuração visual. Segundo Lupton (2011), essa corrente teria se constituído, primeiro, a partir do diálogo crítico com o campo da fotografia e das belas-artes, e, depois, influenciados pelo vocabulário visual vindo da arquitetura.

De maneira mais específica, Lupton (*op. cit.*) relaciona as ideias de desconstrução e pós-estruturalismo à prática do design gráfico iniciada nos anos 1980 na escola de Cranbrook. Ela caracteriza o pós-estruturalismo de Cranbrook como uma resposta otimista, pois se valeu da crítica aos “significados fixos” e valorizou o vernacular; isso facilitou a integração dessa teoria com uma “ideia romântica de autoexpressão”. De maneira análoga, a ideia de “morte do autor” assumiu um tom otimista e sua ênfase na abertura de sentido valorizou as interpretações pessoais “produzidas pelas sensibilidades únicas de criadores e leitores” (p. 9). Entretanto, o diagnóstico da teoria pós-estruturalista apontava para uma direção contrária. Para Lupton, autores como Barthes e Foucault argumentavam que os indivíduos não são tão livres quanto acreditam; eles operam apenas dentro das possibilidades oferecidas por esses sistemas e estruturas sociais.

Com o tempo, o termo desconstrução passou a ser usado “para rotular qualquer obra que favoreça a complexidade em detrimento da simplicidade” (p.10), mas Lupton (*op. cit.*) se opõe a isso, concebendo-o como “um ato de questionamento”. Ainda assim, dois fatos podem servir como evidência do esvaziamento do conceito de desconstrução. O primeiro é o pós-modernismo ter se tornado mais um estilo gráfico, que, especialmente no Brasil, remete à sua popularização nos anos 1990, quando David Carson elaborou o projeto gráfico da revista *Trip*. Isso é corroborado, por exemplo, por uma das principais teóricas da Escola de Cranbrook, Katherine McCoy (*Cf. Camargo, 2012 cap.7*). O segundo é o fato de o paradigma moderno ter retomado o predomínio nas práticas relacionadas às interfaces digitais – sobretudo, de maneira acrítica, conforme apontado por Drucker (2013b, 2014) e discutido anteriormente.

Conforme argumentamos ao longo desta seção, a ideia da “neutralidade” e da “transparência” é uma perspectiva limitada da prática de design, pois “manifestações visuais emergem de uma circunstância histórica particular” e que “o vácuo ideológico não existe” (Kinross, 1989, p.3). Na seção a seguir, buscaremos evidenciar como a materialidade da configuração contribui para a semântica. Logo, trataremos os modos específicos por meio dos quais a informação se apresenta, a fim de instrumentalizar o conceito de escrita diagramática. A partir de então, trataremos de maneira mais específica sobre a forma do livro. Enfim, na última seção do capítulo, vamos propor a materialidade probabilística como um paradigma para o design de livros.

2.3. A MATERIALIDADE DA CONFIGURAÇÃO: ESCRITA DIAGRAMÁTICA E A FORMA DO LIVRO

Na seção anterior, argumentamos contra a ideia de que há um tipo de configuração “transparente”. Em oposição a isso, propusemos a ideia de que desnaturalizar os códigos que utilizamos no ato de configuração propicia uma postura crítica em relação aos artefatos informacionais que produzimos e interpretamos. Nesta seção, discutiremos o conceito de escrita diagramática para elaborar a compreensão de como a configuração gráfica das superfícies condiciona a interpretação. Então, evidenciaremos a forma do livro a fim de pensar sua materialidade – não apenas enquanto objeto, mas também sua materialidade gráfica. Com isso, poderemos conceituar o paradigma da materialidade probabilística para o design de livros na seção seguinte.

Apesar do esvaziamento dos questionamentos do pós-modernismo no design gráfico – como apontamos no fim da seção anterior – as contribuições teóricas do pós-estruturalismo ainda nos fornecem modos alternativos de conceber a comunicação visual. Nesse sentido, o conceito de **escrita diagramática** (*diagrammatic writing*) proposto por Drucker (2013a) é exemplar para explicitar como a dimensão gráfica significa, levando adiante o questionamento do pós-estruturalismo de

maneira crítica. Em uma espécie de colofão do livro, ela afirma essa intenção: “esse livro é tanto quanto possível inteiramente sobre ele mesmo”. Entretanto, é impossível considerar o livro como um deleite estético ou uma mera “prática experimental”, pois ele tangibiliza uma exploração epistemológica densa de como a diagramação se constitui em um sistema semântico.

Aqui, atestamos a configuração explicitamente como uma escrita, corroborando que “as obras, os discursos, só existem quando se tornam realidades físicas, inscritas sobre as páginas de um livro” (Chartier, 1994, p. 8). Isso implica explicitarmos o nosso procedimento: assimilar do conteúdo textual de Drucker (2013a). Dada essa dimensão diagramática do significado do livro, o recurso de citar e referenciar academicamente já implica perda de informação, uma vez que estamos transplantando o texto de sua configuração original para esta superfície em que está a tese; um novo contexto. Por exemplo, vejamos o parágrafo a seguir:

A mera escrita deste parágrafo, abaixo da afirmativa inicial, apoiando a linha com todo o plinto de prosa, distorce a frase singular acima, que requer, na verdade, ficar sozinha, mostrando, demonstrando dramaticamente como a área debaixo difere da de cima. (Drucker, 2013a, p. 3).

Mesmo que não tivéssemos traduzido o trecho acima, a sua redação enquanto uma citação com recuo em um documento acadêmico como este tem um significado diferente da mesma frase na página do livro (Figura 22). Mesmo com a tentativa de utilizar a imagem da página para exemplificar esse significado diagramático, nós ainda fizemos uma remediação – mediamos o texto de outra maneira, por meio de outros recursos. A saber, a imagem mostrada abaixo. Com isso, perdemos a narrativa específica do livro, em que Drucker cria uma relação entre as páginas 1 e 3 por meio do posicionamento do texto na virada de página (Figura 22).

Ela delinea a virada de página como uma propriedade fundamental do processo de leitura do livro, uma vez que “continuidades se baseiam em expectativas assim como em propriedades formais” (Drucker, 2013a, p. 4). Ou seja, “um texto escrito ocupa toda a extensão do tempo do leitor. Ele se estende visivelmente em direção ao passado das páginas lidas e em direção do futuro das que estão por vir” (Manguel, 2017 p. 25). Melot (2006) concorda com essa propriedade da forma do livro: “a página interrompe a teoria linear por meio da qual a escrita simula a ordem da fala. A linha, por sua vez, interrompe a palavra. (...) A linha nos condena à cronologia, à página, à topografia” (p. 137).

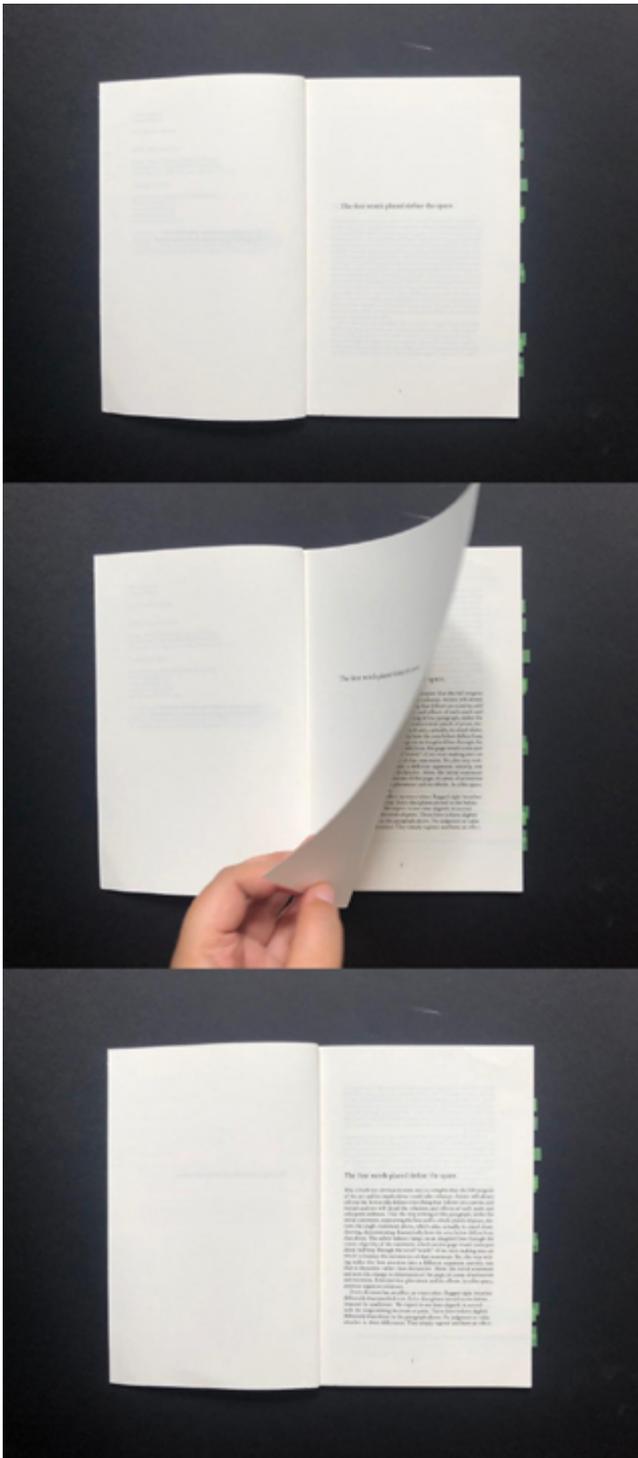


FIGURA 22 Páginas de Drucker (2013a).

Em larga medida, não questionamos essas remediações – citações, reprodução, imagens, visualizações de dados – porque tais configurações são extremamente convencionais. Embora tenham passado por um longo processo de construção, hoje “a familiaridade do bloco de texto torna suas convenções quase invisíveis” (Drucker, 2013a p.7). Ou seja, nós raramente nos perguntamos como essas convenções diagramáticas exercem sua função retórica. Nesse sentido, retomando a citação com recuo acima, a configuração visual foi utilizada para enfatizar a retórica deste conteúdo textual: ao indicar que o texto não é nosso, estamos incorporando a

voz de Drucker e sua autoridade como pesquisadora. Desse modo, estamos seguindo as regras da convenção a fim de estabelecer um posicionamento retórico, que se apresenta por meios tanto linguísticos quanto visuais.

Ao longo das trinta e duas páginas do livro, Drucker (2013a) demonstra como a escrita diagramática intervém na leitura e no significado do que apreendemos. Em uma nota de rodapé, ela faz algumas conceituações importantes: “um diagrama é uma imagem que funciona (...) usando aspectos gráficos de organização espacial para expressar o valor semântico das relações” (p.23). Isso implica na utilização do raciocínio diagramático para compreender “organização gráfica como um sistema produtor de significado, em que a organização dos elementos precisa ser lida em relação um ao outro” (*op. cit.*). É por isso que a complexidade desses sistemas é infinita e os modos como essas estruturas criam valores semânticos podem ser articuladas sem limites ou reduzidas a alguns princípios-chave; de qualquer maneira, “toda configuração é específica. O nível de particularidade sempre vai escapar ao alcance da nomenclatura fixa” (*op. cit.*). É este nível de especificidade e particularidade que estamos concebendo como **materialidade da configuração**⁸.

Entretanto, a naturalização dos códigos muitas vezes impede que esses elementos sejam reconhecidos como artefatos construídos, como é o caso dos livros: “nós não descrevemos a articulação de um texto, por exemplo, como um efeito de características físicas de um livro, exceto em instâncias raras” (*ibid.*). Como exemplo de articulações de um texto, ela fornece a comparação entre um sumário e um índice de um livro: “um sumário estabelece um argumento sobre o livro, apresenta-o, e o índice permite que realizemos buscas – mas só nos termos contidos em seu modelo” (*op. cit.* p.103). Por um lado, tanto o sumário quanto o índice estão fornecendo informação sobre o livro; por outro lado, devido às suas configurações, o modo como os lemos são também informação. Novamente, nenhum dos dois pode ser concebido meramente como um “canal direto” para a informação contida no livro.

A título de exemplo, podemos discutir o sumário e o índice remissivo de *Elementos do Estilo Tipográfico*, de Bringhurst (2018) (Figura 23). Os dois modos de organizar as informações nos dão acesso ao que é tratado no livro, embora de maneiras muito distintas. Por um lado, ao ler o sumário em sua sequência, pressupomos alguma estrutura lógica dos componentes do livro – neste caso, os capítulos. Sabemos, por exemplo, que a discussão relativa à configuração da página estará no capítulo oito. Por outro lado, ao consultarmos o índice remissivo, não estamos em busca da estrutura do livro – mas, antes, nos propomos a realizar uma busca não-linear, similar ao *hyperlink* das mídias digitais. A contribuição fundamental de Drucker (2013b) com essa comparação é precisamente apontar como

8 No apêndice A desta tese, elaboramos um caderno de experimentos diagramáticos com o intuito de desenvolver com mais liberdade a discussão sobre configuração gráfica.

enquadramentos distintos do “conteúdo” de Elementos... demandam estruturas gráficas distintas – que, por si só, criam uma camada de informação que propiciam leituras distintas.

SUMÁRIO	ÍNDICE REMISSIVO
<p><i>Apresentação da edição brasileira</i> 9</p> <p>Prefácio 15</p> <p>1 O projeto maior 23</p> <p>2 Ritmo e proporção 32</p> <p>3 Harmonia e contraponto 54</p> <p>4 Formas e dispositivos estruturais 71</p> <p>5 Símbolos não alfabéticos 86</p> <p>6 Escolhendo e combinando tipos 105</p> <p>7 Interlúdio histórico 133</p> <p>8 Dando forma à página 159</p> <p>9 O que há de mais avançado 195</p> <p>10 Preparando a fonte 216</p> <p>11 Olhando os catálogos de amostras 229</p> <p>APÊNDICE A: O alfabeto ativo 315</p> <p>APÊNDICE B: Glossário de caracteres 329</p> <p>APÊNDICE C: Glossário de termos tipográficos 352</p> <p>APÊNDICE D: Designers de tipos 366</p> <p>APÊNDICE E: Fundições tipográficas 380</p> <p>Leitura adicional 392</p> <p>Posfácio à terceira edição 400</p> <p>Glossário inglês-português 402</p> <p>Índice remissivo 407</p>	<p>Índice</p> <p>Abertura – Arnholm</p> <p>Albas 62, 74, 90, 116, 122, 234, 254, 302, 308, 370, 373, 407</p> <p>alinhado 42, 65, 338, 342, 359, 373, 376, 388–392, 393</p> <p>alfabeto bilíngüe [bilingual] 348–353</p> <p>alfabeto bilíngüe [bilingual] 348–353</p> <p>alfabeto unicefônico [unicefonic] 353, 354</p> <p>alfabeto bilíngüe [bilingual] 353</p> <p>alfa lita (characters) 384</p> <p>algarismos [figures] 32–33, 62–63, 319–323</p> <p>altura [x-height] 53, 121, 126, 253 ver também torso</p> <p>altura de coluna [depth] 46</p> <p>altura de visual [cap height] 253 ver também caixa, versalinas</p> <p>Amato 207</p> <p>American Uncial 294, 372</p> <p>América 328</p> <p>Amethyst 216, 276</p> <p>ampersand 89, 331</p> <p>Anastasiadis, Fundação 380</p> <p>Andromache 372</p> <p>Anglova, Pia 300</p> <p>anglo-saxão 346–353, 358, 348</p> <p>antigos ver tipo-de-vilha</p> <p>Antique 300, 301, 378</p> <p>Apothaire, Guillaume 17</p> <p>Apollis 375</p> <p>Apollo 125, 125, 158, 160, 180, 370</p> <p>apóstrofo [apostrophe] 98–100, 124, 239</p> <p>apóstrofo invertido [inverted apostrophe] 233</p> <p>Arabe 216, 25, 73, 119, 124, 125, 175, 195, 205, 201, 202, 216, 217–218, 219–223, 225, 226, 242, 244, 245, 250, 253</p> <p>Archtype Renner 221</p> <p>arco (curved character) [arch] 233</p> <p>Argy 375</p> <p>Arnhem 245, 248, 379</p> <p>arabizão 192</p> <p>Arsholin, Ronald 62, 242, 252, 253, 281, 370, 373, 386</p>

FIGURA 23 Sumário (esq.) e índice remissivo (dir.) de Elementos do estilo tipográfico, de Robert Bringhurst (2018). Fonte: Elaborado pela autora.

Podemos compreender isso com outro exemplo, apresentado em Drucker (2013b). O livro *Day*⁹, de Kenneth Goldsmith (2003) (Figura 24) demonstra que “a semiótica do design gráfico é fundamental para nossa experiência diária para processar informação textual” (p.100). Esse livro consiste de uma edição do The New York Times despida dos seus códigos e formatação visual. Ou seja, “ao colocar toda linha, palavra e letra de texto do mesmo modo, ele nos desafiou a distinguir um tipo de linguagem da outra sem as hierarquias do design gráfico para nos ajudar a decifrá-las.” (p.99-100). O modo como as estruturas criam valores semânticos operada na configuração visual de hierarquização fica evidente em um caso dramático como esse.

9 Kenneth Goldsmith's Days, Lucy Raven. 2003. Disponível em: <<https://bombmagazine.org/articles/kenneth-goldsmiths-days/>>. Acesso em 21 de janeiro de 2021.

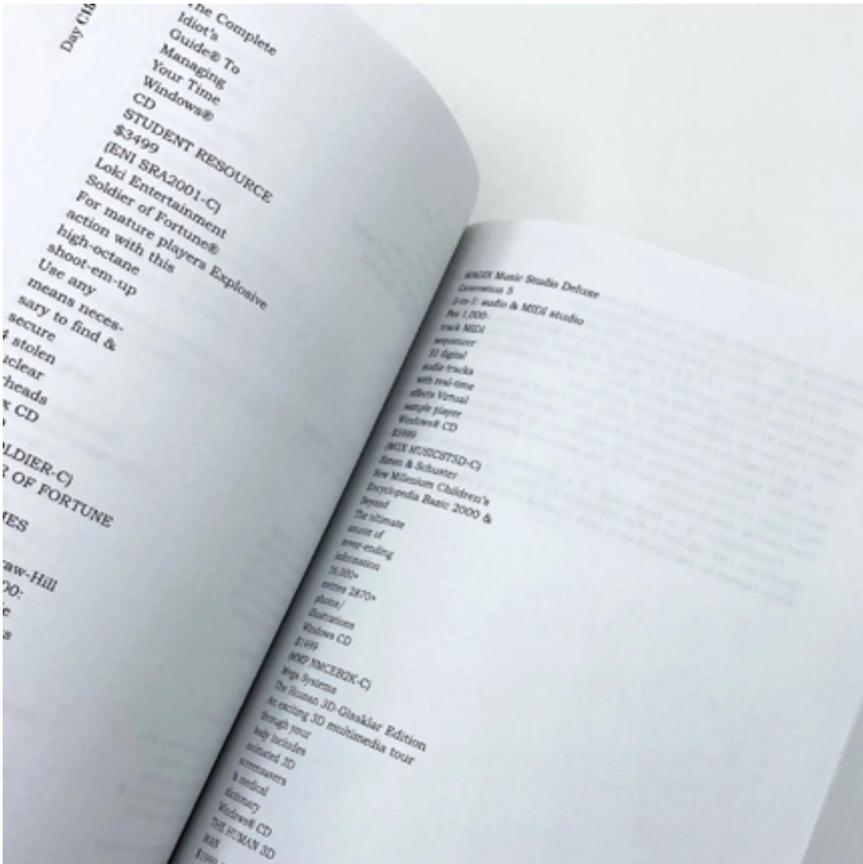


FIGURA 24 Figura 9: Páginas do livro *Day*, de Kenneth Goldsmith (2003).
 Fonte: <https://www.typepunchmatrix.com/pages/books/40732/kenneth-goldsmith/day>

Embora tal tensionamento leve *Day* a ser considerado uma obra de artista, esse mesmo princípio é modulado nos nossos livros mais cotidianos. Mesmo o miolo de um livro de leitura contínua – como um romance – é construído para acomodar esse modo de leitura e não outro. Nesse sentido, Melot (2006) aponta a natureza construída graficamente de todas as balizas que utilizamos para estruturar o texto nos livros:

as balizas são os signos não fonéticos destinados a estruturar o texto e marcar o fluxo do pensamento sem o verbalizar. ¶ Os parágrafos foram sublinhados a um só tempo por espaçamentos e por balizas (...) A abundância de modelos de florões disponíveis em catálogos tipográficos (...) do século XVIII, demonstra que o décor tipográfico se tornou quase tão importante quanto as próprias letras. Ao folhear estes catálogos, estamos convencidos de que a tipografia, que compreende a partir de então mais signos mudos do que signos fonéticos, movimentou o texto do lado visual. A escrita se descolou da linguagem para se integrar à imagem. (p. 80).

Podemos constatar esse aspecto da codificação semântica na página com um exemplo significativo: *Page 1: Great Expectations*, publicado pela GraphicDesign& em 2012. O livro consta de setenta configurações gráficas diferentes para um mesmo conteúdo – a primeira página do romance *Great Expectations*, de Charles Dickens – acompanhada de comentários dos designers sobre seu processo e suas

decisões. Segundo a editora, esse livro é um experimento tipográfico “incomum projetado para explorar a relação entre design gráfico, tipografia e a leitura de uma página (...) [em que] Os colaboradores foram convidados a explorar, desafiar ou celebrar as convenções da tipografia de livro”¹⁰. Há respostas muito disruptivas, como a do estúdio Spin (Figura 25), que buscou mostrar a maior variedade de configurações quanto possível para remeter à diversidade de lugares e contextos culturais pelos quais o texto já passou, mas que “ainda depois de todas essas viagens, o poder do enredo do romance não se perdeu” (p. 192). Por outro lado, há respostas como a de John Morgan (Figura 25), que configura o texto para respeitar ao máximo os espaçamentos da tipografia, uma vez que “meu objetivo é projetar para leitores e depois de todas essas grandes esperanças, a configuração final faz tão pouco” (p. 64).

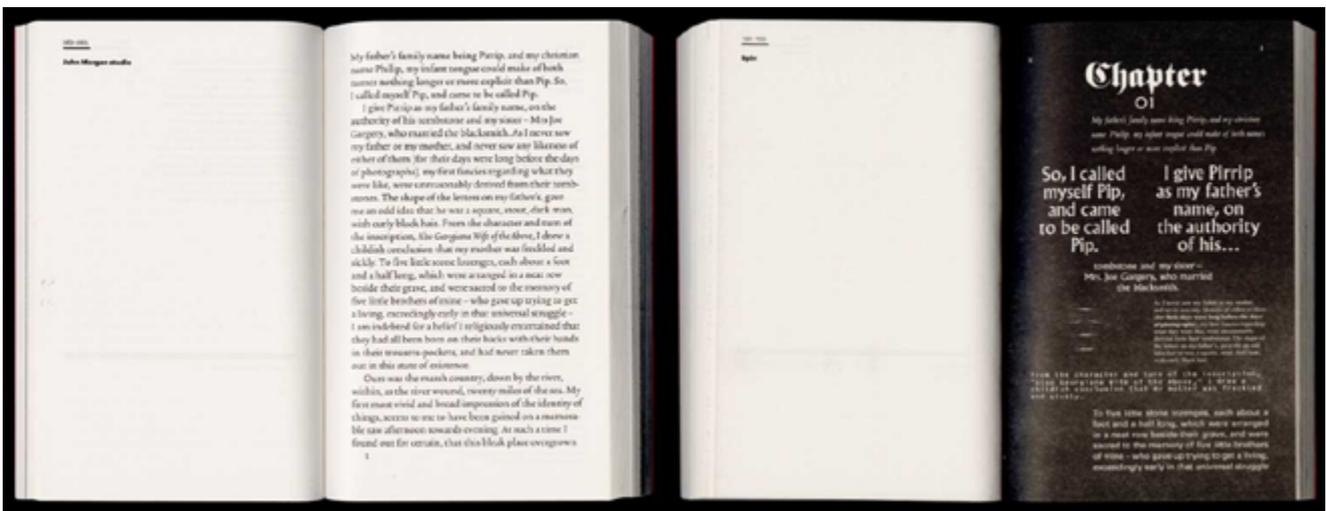


FIGURA 25 Páginas do livro Page 1: Great Expectations (2012). Estúdio John Morgan (esq.) e Spin (dir.). Fonte: <https://www.graphicdesignand.com/product/page-1-great-expectations>

Desse modo, explicitar a natureza construída da forma do livro, entretanto, não é tão simples. Esse suporte – em parte, sem dúvida, devido à sua longa história – é muito resistente a ser assimilado, construído como um objeto de conhecimento. Sua familiaridade leva ao que Hendel (2006) descreve: “aceitamos a ideia de que o importante no livro é o significado das palavras e não o modo como se apresentam, isso se deve à própria invisibilidade do design. (...) Quanto mais mundano o objeto (...), menos pensamos em seu design” (p.1). No entanto, Melot (2006) considera que a própria forma, a própria materialidade exerce efeitos retóricos:

Os meios que os livros empregam para marcar a troca não são apenas discursivos, antes, eles são formais e materiais. Tanto a palavra, quanto a escrita, elas não têm este poder sub-reptício comparável ao da forma para se impor como um fato natural, ou mesmo sobrenatural. (...) A forma do livro desempenha o papel de um efeito de

10 Disponível em: <<https://www.graphicdesignand.com/product/page-1-great-expectations>>. Último acesso em 20 de julho de 2023.

retórica material, com a força que nenhum discurso jamais terá (...) A forma do livro preenche os vazios dos discursos, os quais, sem ela, se desintegrariam (p. 48).

A fim de explicitar os recursos disponíveis para o design de livros, em Oliveira (2016, seção 3.1), buscamos elencar as ferramentas e parâmetros a partir dos quais é possível articular um discurso gráfico e material. Ao dialogar com autores e autoras de diversas áreas, um dos objetivos era demonstrar que a materialidade é um aspecto constituinte da nossa relação hermenêutica com o livro, embora largamente naturalizada. Ao longo das análises, demonstramos como as ferramentas à disposição do designer de livro podem ser utilizadas para proporcionar uma experiência de leitura mais significativa (Cf. Oliveira; Waechter, 2021a). Nossa conclusão foi que a leitura é “um ato criativo que dá significações aos textos na confluência de diversos aspectos” (Oliveira, 2016, p. 75). Nesse sentido, a seguir nós buscaremos elaborar a construção do livro de uma perspectiva teórica, de maneira semelhante ao que faz Arantes (2022):

identificar as especificidades inerentes ao suporte-livro que afetam o sentido dos discursos por ele abrigados. O livro, esse suporte que comumente é compreendido como um corpo hospitaleiro que abriga o rastro da escrita; como um objeto que se permite ser neutro em detrimento dos grafismos que suporta; como um sustentáculo que parece querer se desvanecer de nossas mãos em detrimento do que ali está inscrito. O livro parece querer ser neutro, há um efeito de estaticidade. Todavia, mesmo o livro tradicional afeta e punciona aquilo que abriga, aquilo que acolhe, em uma hospitalidade hostil. Principiemos por questionar quais seriam as características distintivas do livro, o que a técnica humana performou em relação à escrita, distinguindo-o de outras invenções, de outras ferramentas. Em seguida, consideremos como a forma do livro afeta o sentido do discurso. (p. 66-7)

Ainda assim, a materialidade já foi explorada por autores na experiência de leitura há muito tempo. Um caso exemplar é o de Laurence Sterne, com *A Vida e Opiniões de Tristram Shandy* – cujos dois primeiros volumes foram publicados em 1759. Nessa obra, Sterne se vale de diversos recursos materiais do livro para caracterizar a narrativa: alteração arbitrária na numeração de páginas, páginas em branco ou apenas com manchas pretas (Figura 26). *Memória Póstumas de Brás Cubas*, de Machado de Assis, também opera nesse sentido. McKenzie (2018) ainda discute diferentes edições de *Ulisses* em que James Joyce se esforçou “para obter significado textual por meio da forma do livro, reescrevendo na prova” (p.80) tanto na edição de 1922 e novamente em 1984. Ou ainda poderíamos citar *O Jogo da Amarelinha* (1963) de Julio Cortázar que se vale da ruptura da linearidade do códice, assim como *A mandíbula de Caim* (1934), de Torquemada (pseudônimo de Edward Powys Mathers), livro no qual as páginas não estão organizadas na ordem “correta” e são destacáveis para que o leitor reorganize.

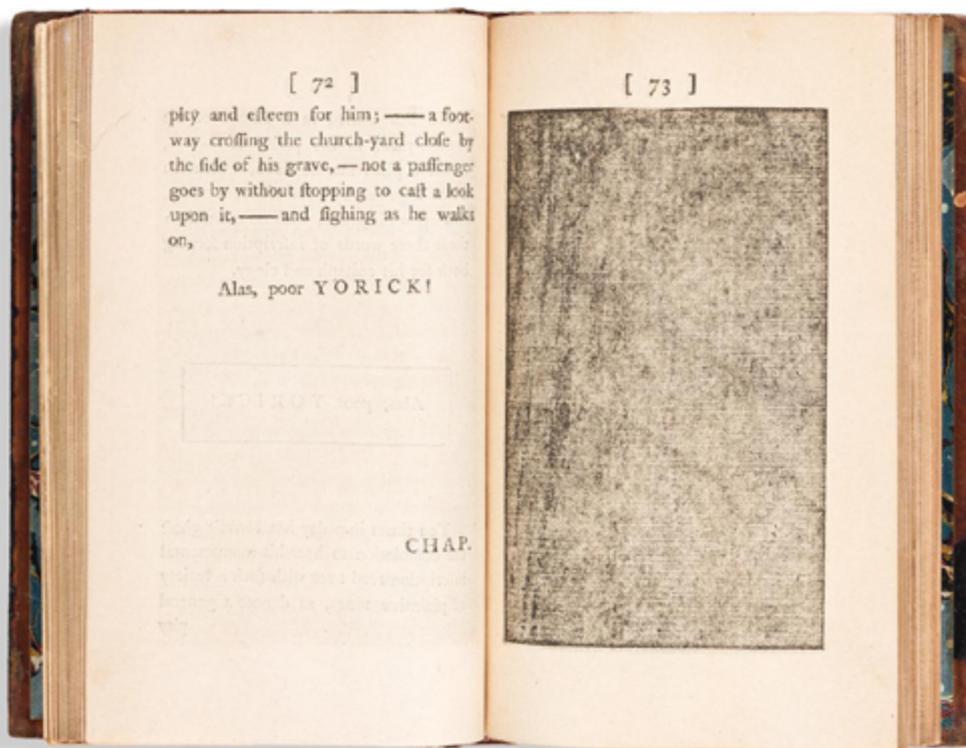


FIGURA 26 Páginas do livro *A vida e opiniões de Tristram Shandy*, de Laurence Sterne (1759). Fonte: <https://www.bl.uk/restoration-18th-century-literature/articles/the-stuff-of-tristram-shandy>

Por meio de diferentes metáforas, nós podemos delinear diferentes possibilidades de expressão da materialidade da configuração do livro. Esse recurso é precisamente o que Borsuk (2018) utiliza para estruturar seu panorama histórico e conceitual. Assim, a autora sugere a compreensão do livro a partir de quatro metáforas: enquanto objeto, conteúdo, ideia e interface. Essa associação entre as condições históricas e os modos de o conceber ressalta que “o livro é um artefato fluido cuja forma e cujo uso mudaram ao longo do tempo, sob numerosas influências: sociais, financeiras e tecnológicas” (*op. cit.*). Entretanto, como Sabino (2019) argumenta, Borsuk evita “a narrativa teleológica na qual uns [objetos portadores de conteúdo] substituiriam os outros consecutivamente” (p.250). Isso nos indica que essas categorias conceituais – objeto, conteúdo, ideia e interface – devem ser pensadas como paradigmas coexistentes, não excludentes.

Dito de outra maneira, todo livro é, ao mesmo tempo, objeto, conteúdo, ideia e interface. Ocorre que cada uma dessas metáforas explicita um aspecto desse artefato complexo, que Borsuk (2018) mapeia como dominantes em cada momento histórico. Considerando o livro físico como uma interface, Drucker (2014) explora a sua história a fim de verificar como a sintaxe gráfica foi semanticamente codificada. Os primeiros textos eram pensados para leitura contínua, não para busca ou uso descontínuo. Com o tempo, as “organizações esquemáticas emergiram gradualmente para distinguir o que chamamos de tipos de conteúdo (...) [que] assumiram

funções e formas gráficas distintas” (*op. cit.* p.163), de modo que as distinções visuais auxiliam a navegação pelo livro encadernado.

Ao longo dos séculos, essas estruturas foram naturalizadas e internalizadas pela nossa sociedade. Eventualmente, esses elementos de texto e suas relações – que são codificadas graficamente – se tornaram tão convencionais que escrevemos com essas estruturas em mente (*ibid.* p.167). Por exemplo, é nesse sentido que Drucker (2014) identifica que o Talmude¹¹ é uma interface que estrutura e codifica graficamente interações sociais, por meio de uma codificação gráfica que carrega valor semântico (*Cf.* p. 169-70). É por isso que o livro é uma tecnologia tão complexa, que ainda serve de modelo para as interações nas novas mídias (*ibid.* p.174; Borsuk, *op. cit.* cap. 4).

Dessa perspectiva, as convenções e modos de leitura incorporados no livro são constantemente atualizadas. Ou seja, o livro também é capaz de incorporar propriedades de outras mídias – e isso também contribui para o alargamento das suas possibilidades de comunicação. Por exemplo, Allen (2014) aponta como os anos 1960 foram muito propícios para pensar nas possibilidades do livro como um novo tipo de objeto e espaço social. Com a difusão das novas mídias – à época, audiovisual, rádio –, teóricos como Marshall McLuhan e John Berger exploraram o potencial da forma do livro, por meio de obras como *O meio é a mensagem* (1967/2018) e *Modos de Ver* (1972/2022), que utilizam a materialidade como um aspecto estruturante do seu próprio conteúdo, implicando uma leitura que negocia tanto com rupturas – na passagem de página – quanto com continuidades – dada a linearidade da leitura (Figura 27).



FIGURA 27 Livros que são importantes por se valer da materialidade como um aspecto estruturante de seu conteúdo. Não é à toa que ambos tratem da materialidade das mídias no contexto da popularização do audiovisual televisivo. Fonte: < <https://www.ubueditora.com.br/meio-mensagem.html> > e < <https://www.antennebooks.com/product/ways-of-seeing/> >

11 Segundo Drucker (2014), o Talmude é um tipo de versão comentada do livro sagrado judeu, a Torá. Os principais rabinos faziam comentários sobre como interpretar o texto sagrado, e esses comentários eram sempre colocados no canto superior direito da página. Portanto, é a configuração gráfica do texto que lhe dá um valor semântico distinto.

Como na discussão realizada por Blacksell (2013), a “não-configuração” ou a configuração “invisível”, na verdade compreende modos de leitura convencionais; mais naturalizados. Entretanto, isso não torna essas configurações menos construídas, apenas significa que é mais difícil reconhecê-las como tais. No design de livro, argumentamos que o designer é necessariamente “elemento participante da relação entre objeto-livro e leitor. Seus componentes influenciam e modificam as possibilidades de significação do conteúdo verbal” (Lacerda, 2013, p.41-2). Acreditamos que ter consciência disso é o primeiro passo para a possibilidade de elaborar a dimensão semântica da materialidade do livro.

Um exemplo disso é a edição *Design em diálogo*, publicado pela editora Cosac Naify em 2013, com o projeto gráfico de Elaine Ramos e Paulo Chagas (Figura 28). Modulando os parâmetros da configuração do livro, essa coletânea de entrevistas enfatiza as particularidades de cada entrevista e de cada personagem; isso é feito por meio da impressão da linha sólida cada vez que uma nova pergunta é realizada. Segundo a designer Elaine Ramos, isso faz com que “o ritmo de cada entrevista particulariza o desenho de cada página-dupla” e isso ainda é enfatizado nas aberturas de cada parte do livro, que “são a soma de todos os sólidos daquele trecho”. O que nos interessa nesse caso é a negociação com a convenção gráfica de entrevistas: aqui, a materialidade do livro atesta a dimensão semântica com recursos triviais de produção gráfica. Essa abordagem vai na direção oposta à de “tornar-se invisível”, sob o pressuposto de não produzir nenhuma semântica.



FIGURA 28 Design em diálogo, de Steven Heller e Elinor Pettit (2013). Fonte: <https://elaineramosestudiografico.com.br/Designem-dialogo>

Outro exemplo mais evidente e mais autorreferente pode nos ajudar a tensionar esses limites. O quadragésimo livro publicado em 2019 pela editora Lote 42, uma das vanguardistas do movimento independente contemporâneo brasileiro, tem três títulos distintos: 1) *Bibi*; 2) *Pendure Seus Horizontes na Parede da Sala*, e;

3) Essa característica é apenas uma das muitas maneiras com que a narrativa de Gustavo Piqueira se vale da anatomia do livro, da materialidade do papel, de seus elementos tipográficos e imagéticos, das instituições editoriais – como o ISBN –, das convenções de leitura, gêneros literários, entre outros aspectos para se realizar enquanto obra. Por exemplo, em correspondência aos três títulos da obra, encontramos dois códigos de ISBN na ficha técnica e uma reprodução de um manuscrito do autor, que registra o terceiro título. Além disso, ao longo da narrativa, o livro apresenta folhas de papel com que podemos mudar o título da obra fisicamente na capa (Figura 29). E cada um desses títulos corresponde a mudanças narrativas no ato de leitura.



FIGURA 29 Bibi; Pendure seus horizontes na parede da sala; ..., de Gustavo Piqueira (2019). Fonte: <https://www.gustavopiqueira.com.br/bibi>

Nesse sentido, Souza (2022) define o livro como um “arcabouço formal de gêneros discursivos: “livro infantil, livro ilustrado adulto, livro texto tradicional, fotonovela, livro de artista e tipografia expressiva – e ativa um repositório de sentidos no leitor a se relacionar com a leitura” (p. 16). De fato, o livro se inicia utilizando as convenções do que reconhecemos como um livro para crianças: ilustrações coloridas, tipografia em corpo grande, textos curtos, diagramação que prioriza a página dupla e “brincando” com o leitor, interpelando-o a virar as páginas (Figura 30). Por meio de mudanças na articulação dessas convenções, “as diferentes linguagens e materialidades do livro interferem na construção de sentidos (...) a trajetória do protagonista passa por mudanças drásticas de estilos, vocabulário, diagramação, papel, textura e imagens” (*ibid.* p. 111).



FIGURA 30 Páginas do livro *Bibi*; Pendure seus horizontes na parede da sala; ..., de Gustavo Piqueira (2019). Fonte: <https://www.gustavopiqueira.com.br/bibi>

Uma análise detida das operações que *Bibi* realiza com as convenções gráficas e materiais do livro para constituir esses diferentes discursos é realizada por Souza (2022). Entretanto, para nossos fins, o aspecto mais importante a ressaltar é que a obra é um caso exemplar de como essas convenções podem ser operacionalizadas e têm sua materialidade reconhecida pelos leitores. Isso aponta que cada um dos gêneros literários que o livro articula possui códigos estruturados – caso contrário, não seriam reconhecidos como gêneros literários. É algo semelhante ao que Warde (1956) nos havia apontado acerca de configurar o livro de modo que ele aparente ser o que é.

O reconhecimento dessas convenções e sua subsequente desnaturalização é o objetivo de Drucker (2014) na sua proposta de mudar como pensamos as interfaces. Em vez de conceituá-las como algo fixo e estável, deveríamos pensar nelas como “uma estrutura de mediação que possibilita comportamentos e tarefas. É um espaço entre usuários humanos e procedimentos (...) mas também disciplina, limita e determina o que pode ser feito em qualquer ambiente digital” (p.138-9). A partir dessa concepção, ela defende que não podemos ignorar “sua natureza gráfica, construída, os próprios aspectos que possibilitam suas operações e a faz funcionar” (*op. cit.* p.138).

Essa analogia proposta por Drucker (2014) é útil pois “criar um continuum entre formatos impressos e eletrônicos fornece outra síntese útil de materiais históricos e projetos futuros de design” (p.139). Isso está alinhado ao que Bhaskar (2013) propõe com o conceito de enquadramento, porque “permite visualizar a mídia digital e analógica em um espectro (...) [e compreender que] mesmo formas altamente divergentes de material publicado exigem sistemas de entrega (...) [e que] funcionam de maneiras diferentes” (s.p.). Todavia, ela alerta que a analogia de livro físico como interface pode se tornar leviana se for tomada de maneira literal. De fato, os livros impressos não são interfaces no mesmo sentido que o ambiente digital, mas são também interfaces no sentido que indicam determinadas interações, interpretações e posturas de comportamento para nos engajarmos com eles. Nesse sentido, Manguel (2017) argumenta:

A experiência intelectual de atravessar as páginas ao ler torna-se uma experiência física, chamando à ação o corpo inteiro: mãos virando as páginas ou dedos percorrendo o texto, pernas dando suporte ao corpo receptivo, olhos esquadrinhando em busca de sentido, ouvidos concentrados no som das palavras dentro da nossa cabeça. (p.30)

A questão é que o modo como concebemos o livro também é historicamente situado, pois diferentes usos e contextos pelos quais o livro passou enfatizam diferentes aspectos de seus potenciais de comunicação. No contexto multimidiático e complexo em que vivemos, nós renegociamos todas as convenções para configurar a materialidade do livro. Nesse sentido, nós divergimos dos termos colocados por autores – como Warde (1956) ou Hendel (2007) – em outras discussões sobre a configuração do livro – como em Gruszynski (2008), Camargo (2016), Lulhier (2021) – que colocam a “invisibilidade” em um dos polos para caracterizar o tipo de intervenção que o designer pode fazer ao configurar a matéria-prima. Ainda que concebida metaforicamente, acreditamos que não há invisibilidade ao configurarmos uma informação, pois ela sempre estará semanticamente codificada por meio de sua configuração gráfica.

Desse modo, admitir que eles podem ser “invisíveis” seria naturalizá-los – o que, segundo Drucker (2013b), diminui a possibilidade de uma abordagem crítica. Assim, consideramos mais proveitoso utilizar a compreensão de autores como

Morison (1996), Gill (2007) e Unger (2016), que tratam da convencionalidade e do quanto estamos acostumados com tais configurações gráficas – especificamente, tipográficas. Com isso, reconhecemos que todos os códigos são construídos e deslocamos a discussão para o seu grau de convencionalidade, a fim de ampliar o campo analítico para pensar que efeitos essas configurações podem exercer, nos aproximando da perspectiva de retórica, defendida por Emanuel (2022).

No mercado editorial de livros contemporâneo, os fatores que condicionam como vai se dar a mediação entre “forma” e “conteúdo” são extremamente complexos. Aspectos econômicos, tecnológicos, de divisão de trabalho, de público, editoriais se entrelaçam em uma rede intrincada. Conforme Castedo (2016) aponta, a materialização do livro é resultado de um processo de negociação “que reflete as decisões da edição, em certo contexto cultural, social, econômico e tecnológico” (p. 28) em que o designer é um dos agentes nesse processo, como vimos no capítulo anterior e aprofundaremos nos próximos. Mevis (2010) defende que a construção desse artefato torna-se “um processo colaborativo, o designer depende dos outros: todos precisam se mover juntos na mesma direção” (p. 89) e, portanto, somos tão responsáveis pelo conteúdo quanto qualquer outro. Portanto, o designer de livro que articula as convenções do código é capaz de fazer com que cada projeto de livro responda de maneira equilibrada às demandas da cadeia produtiva e do mercado editorial.

Nesta seção, buscamos estabelecer que a configuração visual se constitui em um tipo de escrita que cria relações semânticas de ordem distinta, porém indissociável, dos aspectos linguísticos. Nesse sentido, defendemos que reconhecer as convenções e percebê-las como construídas é o primeiro passo para elaborar a dimensão semântica da materialidade do livro. Entendemos a configuração como uma dimensão inescapável da comunicação; a partir desse pressuposto, nossa proposta compreende a materialidade do livro como resultado dessa negociação complexa, situada e contextualmente condicionada. Buscamos aqui explicitar os termos dessa negociação que dizem respeito à forma do livro. Na seção a seguir, expandiremos a ideia de escrita diagramática a fim de propor o paradigma da materialidade probabilística para o design de livros.

2.4. DA MATERIALIDADE MECANICISTA À MATERIALIDADE PROBABILÍSTICA

Nas seções anteriores, criticamos a ideia da “transparência” no design gráfico, demonstrando que a pretensão modernista de uma comunicação neutra é inviável. Em seguida, propusemos o conceito de escrita diagramática para demonstrar como a configuração gráfica também é semanticamente codificada e, assim, defendemos a possibilidade de desnaturalizar a forma do livro a fim de elaborarmos sua materialidade como uma camada interpretativa. Nesta seção, contrastaremos a abordagem moderna – representada por Tschichold (2007) – com a abordagem da materialidade probabilística, a partir de Drucker (2009, 2013a, 2014).

Como apontamos anteriormente, Jan Tschichold foi uma figura exemplar do paradigma do design moderno e “invisível”. A seguir, nós argumentaremos que ele é um representante da abordagem mecanicista, e que, devido à sua reflexão teórica e prática, sugere o caminho para a materialidade probabilística. Isso é evidente na reviravolta de Jan Tschichold contra os ideais da Nova Tipografia.

Segundo Purvis (*op. cit.*), em 1935, Tschichold já demonstra reconsiderar os rígidos princípios na sua obra *Typographische Gestaltung*. Enfim, os descarta depois dos horrores da Segunda Guerra: em uma carta de 1959, ele reconheceu que “foi uma opinião juvenil considerar o tipo sem serifa como o mais adequado e até mesmo o mais atual” (Tschichold, 1959). Nesse sentido, “Tschichold começou a equiparar a Nova Tipografia ao fascismo, o que mostra que seu retorno à tipografia tradicional estava relacionado tanto à política como a questões de design” (Purvis, *op. cit.* p. 64). O próprio Tschichold (*op. cit.*) aponta que “semelhanças evidentes aparecem na restrição implacável de tipos, um paralelo com a infame ‘Gleichschaltung’ de Goebbels, e o arranjo mais ou menos militaresco das linhas”. Então, ele retoma a tradição humanista clássica da tipografia, reiterando que “o objetivo da tipografia não deve ser a expressão, muito menos a auto-expressão, mas a comunicação perfeita alcançada pela habilidade. (...). A tipografia é uma serva e nada mais”.

Esses são seus ideais à época da publicação de sua produção mais famosa sobre design de livro, em 1975, em alemão, que reúne 23 ensaios sobre o tema. A coletânea foi traduzida para inglês em 1991 sob o título de *The Form of the Book: Essays on the Morality of Good Design* e, finalmente, publicada no Brasil em 2007 com o título de *A Forma do Livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro*. Desses 23 ensaios, apenas um foi escrito antes da Segunda Guerra, em 1937; todos os demais foram escritos depois, já a partir de sua reconsideração sobre a tipografia clássica. Desse modo, a “moralidade do bom design” – conforme o título em inglês – está mais ou menos assentada na instituição de postulados: desde o “critério objetivo de gosto” (p. 26) até “a cômoda legibilidade” (p. 27) ou mesmo “encontrar a representação tipográfica perfeita para o conteúdo do livro em elaboração” (p. 31). Nesse sentido, reitera que a autoexpressão é uma ambição que “o designer de livro responsável, consciente de sua obrigação” (p. 31) deve se despojar e deve “permanecer anônimo e sem apreciação explícita, não obstante ter prestado um serviço a uma obra valiosa e ao pequeno grupo de leitores visualmente sensível” (p. 29).

Bringhurst (2007) sugere que tenhamos a cortesia de ler os “enunciados categóricos e regras absolutas” (p. 14) sabendo que o próprio Tschichold reconhecia a limitação deles. Ainda assim, o escopo conceitual da sua forma é, de fato, limitado aos caracteres em uma página. Ainda segundo Bringhurst (2007), “sua ambição [era] tornar visível a música das esferas” (*ibid.*), enfatizando o ritmo dos espaçamentos entre palavras, a harmonia das margens, o tempo musical do espaço da página. De fato, muitas de suas afirmativas soam contraditórias para os dias de hoje;

parece desafiador conciliar a ideia de “critérios objetivos” com a noção de “gosto”, por exemplo. Ainda assim, ele não se esquivava de tratar ideias que soam abstratas: “o gosto impecável brota, em parte, da inata sensibilidade: do[s] sentimento[s] (...) [que] precisam amadurecer e converter-se em conhecimento das consequências de decisões formais” (Tschichold, *op. cit.* p. 25).

Nesse sentido, é preciso retomar o contexto histórico e tecnológico em que Tschichold escreveu esses textos. A indústria gráfica europeia, ainda em larga medida trabalhando com tipos de metal (*Cf. Aragão, 2016*), requiritava uma divisão do trabalho radicalmente diferente à dos dias atuais. Conforme apresentamos, para Jardí (2019), a ideia do projeto de livros estava ligada a normas altamente convencionalizadas da indústria tipográfica. Por isso, Tschichold (2007) compreende a composição tipográfica em sentido estrito, apenas em termos da organização dos tipos. Assim, define o papel do designer de livro como

Escolher uma fonte bem ajustada ao texto; projetar uma página primorosa, idealmente legível, com margens harmonicamente perfeitas, impecável espaçamento de palavras e letras; escolher corpos de tipo ritmicamente corretos para folhas de rosto e títulos, e compor as páginas em que há títulos de seção e de capítulos genuinamente belas e graciosas, no mesmo tom da página de texto – por esses meios um designer de livro pode contribuir muito para a fruição de uma valiosa obra de literatura. (Tschichold, 2007, p. 32)

Todavia, como apontamos em Oliveira (2016), o ofício do design de livro hoje é radicalmente diferente. Sobretudo desde o surgimento dos *e-books*, os aspectos materiais ganharam força na oposição do livro digital ao impresso, embora já fosse evidente que não se trata de uma relação de substituição, mas de complementaridade entre esses meios. Assim, a materialidade do livro e sua história material têm sido objetos de um interesse renovado (Farbiarz; Farbiarz, 2010; Ribeiro, 2018; Utsch; Landi, 2022) e outras possibilidades de relacionar conteúdo e projeto gráfico, enfatizando a percepção da materialidade de seus suportes (Chartier, 2002). Ou seja, o leitor digital evidenciou que, quando inscrito em diferentes suportes, o texto possui diferentes significados: “as formas que permitem sua leitura, sua audição ou sua visão participam profundamente da construção de seus significados” (*ibid.* p. 62). A partir disso, Melot (2012) é categórico em considerar que:

Se os conteúdos migraram com uma série de vantagens para os servidores eletrônicos, somente o estudo da forma do livro e de suas propriedades singulares pode explicar seu sucesso duradouro. No mais, supõe-se que as razões que conduziram à vitória do códice sobre seus ancestrais, a tábua e o rolo, têm alguma coisa a ver com estas singularidades, graças às quais ele se mantém em condição de igualdade com as telas do computador e da televisão. (Melot, 2012, p. 25)

No Capítulo 1, discutimos como a atenção à materialidade do livro ganhou atenção e se consolidou como objeto de estudo em diferentes disciplinas

relacionadas ao estudo do livro. A seguir, buscaremos elaborar a ideia de que a materialidade é uma dimensão inescapável, embora naturalizada, da nossa relação com o livro. Para isso, discutiremos a distinção feita por Drucker (2009) entre materialidade mecanicista e materialidade probabilística como duas abordagens distintas para pensar a forma do livro.

O panorama histórico realizado por Drucker (2009) retoma a discussão da materialidade na estética desde a filosofia clássica, mas comenta que esse debate assume o primeiro plano apenas no século 19. Ainda assim, é no século 20 que a atenção à matéria, à mídia e à particularidade das artes se articulam e instituem a modernidade: tanto a conceituação quanto a própria prática artística tiveram a materialidade como premissa. Nesse sentido, ela aponta que os escritos de artistas desse período “apoiam a premissa de que a atenção à materialidade literal é a premissa em que a prática artística e sua compreensão crítica e filosófica deve estar fundamentada” (p. 12). A maioria desses movimentos trataram a materialidade tanto em seus aspectos inerentes (fatos materiais, “formais”), o que levou às teorizações recentes sobre materialidade, que Drucker critica duramente – que vale citar longamente:

A tentativa de teorizar a materialidade permanece presa a uma literalidade claustrofóbica peculiar, eu acredito, caracterizado por gestos e pela retórica acerca da necessidade de se engajar com a matéria, mas pouca habilidade de fato na empreitada. (...) A materialidade, nos termos ávidos de seus novos devotos, consiste em grande parte em uma linguagem de descrição densa, atenção aos detalhes físicos e identificação da fabricação do papel, estilo do tipo ou custo da encadernação. (...) Tudo isso é bom, na medida do possível, e muito melhor do que alternativa – o hábito de ignorar a instanciação material de texto ou imagem como se fosse um ato de arrogância intelectual olhar para a maneira como as obras são compostas e feitas. A celebração da transparência, na qual a fisicalidade e a materialidade são descartadas, é uma prática perniciosa enraizada no pior tipo de negação ou difamação de nossa condição corporal. (p. 7-8)

Essa perspectiva constitui o que Drucker entende como **materialidade mecanicista**. Nesse sentido, a abordagem mecanicista buscou teorizar sobre uma linguagem da forma que “propunha um formalismo sistemático, em que um conjunto de princípios universais poderia ser articulado como guias de interpretação assim como de composição” (*ibid.* p. 13). Da perspectiva disciplinar do design de livros, isso parece remeter precisamente aos postulados canônicos de Tschichold, que mencionamos anteriormente. Embora o tipógrafo tenha oscilado em seus posicionamentos estéticos, históricos e políticos, algo parece ter se mantido ao longo de seu trabalho: a materialidade mecanicista.

Portanto, podemos agora nomear o cânone do design de livro – o paradigma moderno que tratamos na primeira seção do capítulo – como uma abordagem de

materialidade mecanicista. Tal qual Drucker (*op. cit.*) descreve, Tschichold (2007) possui uma evidente preocupação com a forma tipográfica, em suas diferentes escalas: desde o desenho dos caracteres até a composição das páginas e o livro enquanto objeto. Entretanto, suas proposições sobre a forma do livro assentam precisamente nas convenções enquanto fatos inquestionáveis e, portanto, naturalizados. Por isso, por vezes, a leitura de seus ensaios parece remeter à “literalidade claustrofóbica peculiar” de que fala Drucker. Ainda assim, Tschichold, com sua reflexão sobre as analogias entre a forma tipográfica e a ascensão do totalitarismo, parece apresentar uma semente de conceituações e abordagens mais amplas, que considerem os fatores históricos, culturais, ideológicos e cognitivos da materialidade.

Nesse sentido, Moura (2019) aponta que é indispensável compreender que “o design nunca é mero processo de decisão formal exercido num vazio. Jamais se reduz a organizar a forma e a matéria. A decisão formal nunca é meramente formal” (p. 12). Isso porque essas decisões estão sempre inseridas em contextos mais complexos e implicam, por exemplo, hierarquias laborais e institucionais. Um exemplo disto é como a proposta da Nova Tipografia de Tschichold tem relação com o processo de mudança política, tecnológica e disciplinar que levou à criação do departamento de tipografia e publicidade na Bauhaus, como aponta Purvis (2013). A aproximação entre tipografia e publicidade era uma empreitada da escola alemã, de modo que a publicação de *Buch und Werbekunst [Livro e Arte Publicitária]* “somente poderia tratar de trabalhos produzidos na Bauhaus” (*ibid.* p. 40). Ou seja, a Nova Tipografia não se tratava de uma ruptura apenas de paradigmas estéticos, mas também tecnológicos e disciplinares: a forma “é a intersecção notável de dois regimes formais: os que regem as decisões gráficas e os que regem as instituições” (Moura, 2019, p. 14).

Nesse sentido, Hochuli (2010) contribui ao questionar equivalências simples entre a configuração gráfica e posições ideológicas. Ele critica expoentes do design moderno, como Karl Gerstner e Otl Aicher, que reproduziam máximas dogmáticas, de maneira que a diagramação simétrica era sempre conservadora e a assimétrica, sempre dinâmica e progressista. No entanto, Hochuli aponta que defender que “o design centralizado é inerentemente tradicional e uma expressão do pensamento hierárquico é um erro. A simetria como tal é vazia de conteúdo ideológico” (p. 26). Nesse sentido, a reflexão de Tschichold não é trivial e não deve ser simplificada em uma equivalência, mas historicamente contextualizada. Como Hochuli (*op. cit.*) evidencia, se na Alemanha nazista a assimetria era associada a um fantasma ideológico denominado de bolchevismo cultural, “vinte anos depois ela está associada ao capitalismo” (p. 30).

Essa compreensão expandida da forma é o que podemos associar à **materia-
lidade probabilística**. Drucker (2009) considera que isso significa elaborar a materialidade literal para compreender os sistemas de significados em que estavam inseridos, tornando a materialidade um conceito dinâmico: “precisamos qualificar

e refinar, expandir e estender, esse formalismo por meio das diversas lentes de abordagem histórica, cultural, ideológica e cognitiva para abordar a materialidade” (p. 13). Essa abordagem, portanto, considera que

qualquer texto ou imagem (...) é realizado quando é lido, visto ou experienciado. O objeto estético apresenta um conjunto de limitações e possibilidades – ele pode ser lido de um certo número de modos, e dele emerge um conjunto de interpretações possíveis. Essas se aglomeram, como em qualquer outra experiência humana estatisticamente mensurada, em volta de uma norma, com distribuição de erros. Vão ocorrer pontos fora da curva. (Drucker, 2009, p. 13)

Acreditamos que esta abordagem nos permite tanto compreender que a configuração do livro articula significados quanto explicitar como se dá a negociação com as convenções estabelecidas. Esta é a fundamentação para uma prática de configuração que contemple a materialidade de maneira mais ampla do que o paradigma mecanicista, implicando outras dimensões do design de livro. Desse modo, o livro pode ser compreendido como “um campo de forças ativo e dinâmico (...) atuando umas sobre as outras naquele enquadramento delimitado para produzir as condições pelas quais o leitor é provocado no ato constitutivo de leitura que realiza o texto” (*ibid.* p. 14).

Por sua vez, Drucker (*op. cit.*) indica que a **leitura probabilística** “concebe o texto como um evento em vez de uma entidade. O **evento** é todo o sistema: leitor, objeto estético e interpretação – mas nesse conjunto de relações, o ‘texto’ é recriado toda vez” (p. 8, grifo nosso). Nesse sentido, Sabino (2021) aponta que a leitura faz com que o leitor construa “comportamentos e hábitos de leitura, num funcionamento que se autoalimenta (...) [e estimula] a sua capacidade de adaptação a novos ambientes e a novas instruções de leitura” (p. 28). A autora denomina a instanciamento material desses elementos “visuais e materiais, gráficos e tipográficos” como instruções de leitura. Embora ela enfatize que a materialidade dispare as condições para que o leitor crie seus significados, o termo instrução nos remete a um caráter normativo e prescritivo. Isso parece enfraquecer as vantagens da mudança de paradigma, que, segundo Brito (2017), significa

mudar a concepção do artefato ou do objeto como entidade cuja identidade é fixa (...) para a compreensão do artefato como evento histórico e experiência, a materialidade sendo então o campo de possibilidades que sempre eludirão a natureza seletiva da cognição – e, por conseguinte, sempre escapando ao caráter denotativo de suas objetivações (p. 299).

Nesse sentido, é a partir de sua dimensão material – física e gráfica – que os livros abrem a possibilidade para os leitores realizarem seu potencial criativo na interpretação. A materialidade torna aparente e, assim, tangibiliza as relações gráficas que são semanticamente codificadas: os elementos gráficos “fazem um trabalho, agem, têm uma função comportamental em relação à sua presença na

página. Não coisas, não entidades, esses espaços em branco são campos de força em tensão dinâmica” (Drucker, 2009 p. 9). Assim, é a convergência do leitor com o texto que traz a obra à existência, pois, em cada ato de leitura, o leitor poderá “selecionar” elementos diferentes em sua interpretação. Dito de outro modo, a obra é compreendida como a disposição do leitor operada pelos padrões do texto. Isso sempre ocorre em algum lugar entre o que Iser (1972) denomina o polo artístico – o texto criado pelo autor – e o estético – realizado pelo leitor. A questão é que essa convergência nunca é precisa ou determinada de antemão. No sentido de atestar essa indeterminação, Drucker (2009) desloca a teorização do texto e, portanto, da sua configuração visual: não como entidade, mas como evento: “a forma é ideal, mas não com uma forma fixa. O processo cognitivo é performativo, não procedural, probabilístico, não mecanicista” (p. 14).

Essa indeterminação da materialidade probabilística é similar à abordagem fenomenológica de Iser que utilizamos em Oliveira (2016) e elaboramos em Oliveira e Waechter (2021a). Todavia, devido à sua preocupação com a recepção dos textos, Iser (1972) enfatiza a virtualidade da convergência entre leitor e texto: “é a virtualidade da obra que permite sua natureza dinâmica e isso por sua vez é a condição para os efeitos que a obra evoca” (p. 280). Essa dimensão intelectual, abstrata e virtual é verdadeira conquanto nos detivermos na (re)construção do texto pelo leitor. Entretanto, nosso foco é pensar nas possíveis articulações que os designers podem operar por meio da configuração e, assim, permitir a convergência entre leitor e materialidade – uma instância específica do texto. Nesse sentido, Drucker (2009) nos fornece um arcabouço teórico capaz de estreitar a relação entre a fenomenologia de Iser e a prática de configuração dos livros: por meio da preocupação com a materialidade, concebida de maneira probabilística.

Essa virada conceitual significa um modo particular de conceber a atividade do designer. Dessa perspectiva, “o objeto estético oferece suas possibilidades, não como uma coisa ou entidade, mas como uma provocação para interpretação” (Drucker, 2009 p. 13), em muitos sentidos oposta à ideia de que “a cômoda legibilidade é o marco absoluto de toda tipografia” (Tschichold, 2007, p. 27). De um lado, os princípios gráficos “são princípios para estruturar comportamentos possíveis, deixas funcionais” (Drucker, *op. cit.* p. 14), enquanto de outro, o designer deve “criar um modo de apresentação cuja forma não ofusque o conteúdo e nem seja indulgente com ele” (Tschichold, *op. cit.* p. 31). Tschichold representaria o paradigma de pensar o texto – sobretudo o de livros – como entidade. Todavia, Drucker (2009) defende que devemos entender textos, imagens e experiências como eventos, o que significa que eles “expressam condições e um campo de forças (...) são sempre entidades probabilísticas, sujeitas a possibilidades emaranhadas, mas indeterminadas” (p. 13).

Por fim, é importante apontar de maneira preliminar, como essa abordagem modifica a compreensão do design de livros. Primeiro, o próprio processo de

projetar um livro é transformado. Da perspectiva probabilística, o designer é um leitor privilegiado, pois vai articular sua própria interpretação como provocações para interpretação de outros leitores – além de consolidar as demandas de diversas naturezas e atores da cadeia produtiva. Nesse sentido, o aspecto muitas vezes intuitivo e subjetivo que encontramos no relato dos designers acerca de seu processo ganha uma dimensão teórica correspondente: trata-se da sua própria performance de leitura, suas impressões diante do evento. A partir dessa intuição, como descrevem Hochuli (2020) e Mevis (2010), por exemplo, é que as decisões passam a ser articuladas conscientemente. Por isso, também, que Hochuli (2010) aponta que não é possível determinar uma forma para qualquer livro; sempre há uma indeterminação probabilística.

Além disso, essa postura também direciona o processo de enquadramento, como Bhaskar (2013) aponta, em relação a todo repertório do mercado editorial. Em outras palavras, no processo de enquadramento, o designer – e demais atores envolvidos no processo – constroem um leitor ideal para o projeto a ser realizado, antecipando e especulando uma série de demandas que serão respondidas na materialização do livro. Ou seja, como veremos nas entrevistas discutidas no capítulo a seguir, quanto mais o designer compreender os códigos que estão tangibilizados no livro, mais condições terá para dar uma resposta projetual adequada à série de demandas contingenciais e concretas do processo de fazer um livro.

Além disso, como argumentaremos mais detalhadamente no Capítulo 4, a necessidade desse paradigma também diz respeito às mudanças tecnológicas e produtivas – mas não só – oriundas da digitalização do trabalho de design de livro. Com as condições técnicas para elaborar a materialidade em cada projeto gráfico, para cada livro, a possibilidade de engajar com a abordagem probabilística é ampliada. Ou seja, o designer pode enquadrar o livro a partir de sua leitura. Isso, por sua vez, tem se tornado uma demanda de mercado cada vez mais reconhecida pelo público e viabilizada por novos modelos de negócio – identificados, sobretudo, nas pequenas editoras, ditas independentes. Isso, por sua vez, retroalimenta a atividade de enquadramento, de modo que as editoras podem incorporar a exploração da materialidade em sua própria imagem editorial.

Ao longo deste capítulo, realizamos uma revisão do discurso da disciplina do design de livros acerca de sua própria prática, para, então, criticarmos a postura canônica que defende a “transparência” da configuração. Em seguida, elaboramos acerca de como a configuração gráfica estrutura nossa compreensão por meio do conceito de escrita diagramática. Com isso, apontamos a necessidade de desnaturalizar os modos convencionais por meio dos quais os livros estruturam essas informações. Assim, pudemos contrastar a abordagem da materialidade mecanicista com o da probabilística, demonstrando como essa última nos ajuda a dar conta da complexidade do design de livros contemporâneo. No capítulo a seguir, discutiremos as entrevistas que fizemos com cinco designers de livros brasileiros a fim

de consolidar a compreensão do Capítulo 1 – sobre a cadeia do livro e seus demais atores – com a dimensão específica do enquadramento, discutida neste capítulo. Com isso, poderemos propor, no Capítulo 4, uma proposta teórica e um esquema para visualizarmos o design de livros contemporâneo.

CAPÍTULO 3

O DESIGN
DE LIVRO I
NO BRASIL:
CINCO
PERSPECTIVAS
CONTEMPORÂNEAS

Quando encontramos o livro na livraria, não imaginamos os caminhos que percorreu para chegar à prateleira. Alguns rastros são observáveis na capa, que indica, na maioria das vezes, a autoria do texto e a editora. Outros, são vistos na ficha técnica e – às vezes, algumas outras informações no colofão (Cf. Figueiredo, 2021). Ainda que as funções pareçam bem definidas, não é corriqueiro compreender com o que cada um dos profissionais contribui na cadeia do livro. Em outras palavras, poderíamos perguntar: o que exatamente é o trabalho de revisão, projeto gráfico, edição, produção gráfica, preparação do texto, entre tantos outros, que compõem aquele volume exposto na livraria?

Este capítulo busca complementar o que encontramos na literatura por meio de entrevistas com designers de livros – focando nos processos que contemplam desenvolver o livro todo (capa e miolo). Para isso, entrelaçaremos os processos de fazer de livros de cinco designers contemporâneos. Pela própria natureza do objeto de estudo e do viés desta pesquisa, não temos o objetivo de sugerir um processo linear, nem compreender como funciona o processo dentro de alguma editora e muito menos propor um método generalizado. Buscamos explicitar a complexidade e, ao mesmo tempo, a individualidade de fazer livros.

A escolha pelo método de entrevistas é comum em outros estudos sobre o livro. Nesse sentido, podemos citar Hendel (2003), Carvalho (2008), Thompson (2013), Muniz Jr (2016), Ribeiro (2018, cap. 7), Barone (2022), Souza (2022), entre outros. Assim, para compreender como os designers de livros contemporâneos brasileiros projetam livros e quais os fatores influenciam nesse processo, realizamos entrevistas em profundidade, semiestruturada e com um único respondente (Gaskell, 2014). Esse método consiste em ter alguns pontos para nos guiar, mas não é um plano rígido. Isso permite que alcancemos o inesperado, o imprevisível e que tratemos cada entrevista como única e particular. Além disso, permite que emergjam tópicos que não tínhamos previsto ou sequer conhecíamos.

A entrevista, da forma como conduzimos, pressupõe um diálogo que permitirá nos modificar pelo pensamento do outro. Essa compreensão nos orientou na elaboração de um conjunto de perguntas para direcionar os aspectos discutidos na tese, utilizando a fundamentação teórica abordada nos capítulos 1 e 2 desta pesquisa. Em linhas gerais, as primeiras perguntas são mais contextuais, a fim de deixar o entrevistado e as entrevistadas mais confortáveis para responder às questões seguintes.

Para facilitar o fluxo de leitura deste documento, reescrevemos algumas falas na transcrição – sem, no entanto, alterar seu sentido. Além disso, para facilitar a navegação no texto, agrupamos as respostas em tópicos que sintetizam o tema central de cada discussão. São eles: *briefing* e leitura do texto; demandas para o projeto gráfico; a superfície da página; aspectos materiais; outros atores e cadeia do livro; os modelos das editoras e o design de livros; o trabalho do designer de livros; sobre um bom design de livro.

Antes de iniciarmos a discussão, é importante apresentarmos os designers, pois compreendemos que suas experiências, sua formação, seu modo de trabalho e tantos outros aspectos influenciam nos seus modos de fazer design de livros. Devido ao escopo desta pesquisa, focaremos, principalmente, nos aspectos de suas trajetórias que tangenciam ou tratam diretamente sobre o processo de fazer livros. Para isso, as minibiografias escritas abaixo foram feitas a partir do relato de cada um deles quando fiz a pergunta “qual a sua trajetória com o design de livros?” e de pesquisas complementares em seus portfólios e/ou currículos.

Flávia Castanheira¹² iniciou uma graduação em arquitetura na UFMG, que largou para iniciar outra formação em programação visual pela UEMG, que não concluiu. Além disso, fez um curso de design de revistas na School of Visual Arts, em Nova Iorque. Iniciou seu trabalho com design em uma produtora de animação, fazendo arte final, e, depois da sua volta de Nova Iorque, foi morar em São Paulo porque era onde “a maioria das revistas estavam”. Seu primeiro contato com design de livros foi trabalhar por seis meses como assistente no estúdio de Rafic Farah, em que contribuiu com um livro sobre a carreira dele. Depois, trabalhou nas revistas Bravo! e, posteriormente, na Caros Amigos – associada à editora Casa Amarela. Foi nessa editora, portanto, que Flávia considera ter feito, de fato, o seu primeiro projeto de livro. Mais tarde, trabalhou na Cosac Naify em dois períodos – de 2006 a 2007 e de 2012 a 2015 –, na qual fez diversos livros e foi coordenadora de projetos gráficos dos livros infanto-juvenis da editora. Atualmente, trabalha como *freelancer* e, durante a sua trajetória, fez projetos com várias outras editoras – seja como capista, seja como designer de livros: Companhia das Letras, Todavia, Ubu editora, Fósforo, Cobogó, Edições Sesc-SP, FTD, Senac-SP, entre outras.

Ildembergue Leite¹³ é graduado em publicidade e propaganda pela UFPE (2008), mas sua primeira graduação foi em ciências biomédicas (2000) na mesma instituição. Durante a escolha da segunda graduação, optou por publicidade porque queria “ter essa visão mais ampla do processo de comunicação” e também pela sua relação com ilustração – que também era muito evidente nos materiais de estudo que fez ao longo da primeira graduação. Além disso, é mestre em administração (2012) e doutor em design (2022), cuja tese é intitulada “A capa do livro como interface entre o design, o mercado e a cultura: um estudo multicaso de dois selos do grupo Companhia das Letras”. Durante sua trajetória profissional trabalhou em agências de publicidade e, em 2012, entrou na Editora UFPE – onde trabalha até hoje – por meio de um concurso público para a função de programador visual, iniciando formalmente sua trajetória com o design de livros.

12 <https://flaviacastanheiradesign.com.br>

13 <https://www.instagram.com/ilden.berg/>

Luísa Zardo¹⁴ é graduada em design gráfico pela ESPM (2017) e sempre gostou muito de ler. Iniciou seu trabalho com a editora Dublinense em 2019. Sua relação com a editora começou a partir do seu TCC, no qual ela desenvolveu uma coleção fictícia de livros clássicos “para” a Dublinense, por indicação da sua professora de design editorial. Após a apresentação do TCC, ela foi convidada pela editora para fazer um *freela* de uma capa e, depois, mais duas – enquanto conciliava com o seu trabalho em uma agência de publicidade. Depois de um tempo, ela foi chamada pela editora para “fazer um teste” de um cargo de trabalho que, até então, não existia na empresa. Foi contratada e, a partir de então, passou a dedicar tempo integral à Dublinense e está há 5 anos trabalhando no mercado editorial – no qual já trabalhou como *freelancer* para a FTD e a Pinard – e, atualmente, já fez mais de 100 livros para a editora.

Rodrigo Acioli¹⁵ é bacharel (2006) e mestre (2011) em história pela UFPE e sempre teve interesse nas “artes visuais gráficas”. Tanto na sua monografia, quanto na sua dissertação, pesquisou sobre o nascimento da imprensa em Pernambuco. Iniciou sua aproximação projetual com o campo do design quando criou, junto a alguns amigos, o coletivo Fabrica-Se Artes e Delírios. Depois de um tempo, Rodrigo passou a fazer parte do corpo editorial da Livrinho Papel Finíssimo e, por incentivo de Camilo Maia, designer da editora, começou a desenvolver projetos gráficos de livros. Para suprir suas inquietações de editar o texto, além de desenvolver o projeto gráfico, em 2016 fundou a sua própria editora, a Titivillus, na qual trabalha “desde o texto até o fim de tudo” nas áreas de artes, literatura e humanidades. Além disso, é uma editora que evidencia o uso dos processos artesanais associados aos industriais para produzir os livros.

Tereza Bettinardi¹⁶ é graduada em design pela UFSM (2007), mas também cursou seis períodos de jornalismo na mesma instituição. Começou a trabalhar com design editorial na editora Abril, fazendo revistas, mas seu primeiro contato com o processo de fazer livros foi no estúdio de Kiko Farkas, em 2008, onde projetou o seu primeiro livro – *Outros carnavais*, de Joana Lira. Entre 2012 e 2013 trabalhou na editora Cosac Naify e, depois, passou a trabalhar como *freelancer*. Nessa modalidade, já trabalhou com diversas editoras do país – seja como capista, seja como designer de livros: Companhia das Letras (e todos os selos que a compõe), Carambaia, Tag, Todavia, Planeta, Biblioteca Azul, Editora Globo, FTD, Sesi-SP, entre outras. Em 2021 fundou a sua própria editora, Clube do Livro do Design, que tem como objetivo publicar livros que contribuam para discussões contemporâneas sobre design e áreas afins.

14 <https://www.behance.net/luisazardo>

15 <https://www.titivilluseditora.com.br>

16 <https://terezabettinardi.com>

ROTEIRO DA ENTREVISTA

A entrevista tem como objetivo principal compreender como os designers contemporâneos brasileiros projetam livros, quais os fatores que são levados em consideração durante esse processo e o que é necessário articular para que o livro vá para o mundo. Para isso, elaboramos um conjunto de perguntas de acordo com os aspectos discutidos na tese e com o objetivo de traçar paralelos entre o que foi abordado nos capítulos 1 e 2. Inicialmente, planejávamos realizar as mesmas perguntas para todos os entrevistados, mas devido às particularidades das respostas, muitas delas foram adaptadas no decorrer da conversa. Isso permitiu que a entrevista “fluísse para outras direções, dependendo dos interesses e da experiência do entrevistado e de sua opinião sobre o que era importante e o que não era” (Thompson, 2013, p. 453).

Consideramos, assim como Thompson (2013), que a “entrevista é uma conversa viva, que flui naturalmente, e, como em qualquer conversa, o *timing* é um elemento crucial: se algo inesperado é dito, tem-se a chance de explorar isso melhor” (p. 453). Portanto, as perguntas que apresentaremos a seguir são pontos orientadores os quais retomávamos quando a conversa fluía para outros aspectos que não diziam respeito ao escopo da tese.

As primeiras perguntas são mais contextuais, a fim de deixar a pessoa entrevistada mais confortável para responder às questões e, também, conhecer um pouco suas trajetórias.

Você poderia falar um pouco sobre sua trajetória com design de livros?

Como começou?

Essa pergunta foi comum a todas as pessoas entrevistadas. Apesar de conhecermos parte de suas trajetórias, era relevante que cada um caracterizasse e narrasse sua própria trajetória. Assim, houveram muitas informações novas e que contribuem para o entendimento desses profissionais em relação ao livro. Essa constatação ajudou a constituir os aspectos subjetivos do diagrama.

Você trabalha com muitas editoras diferentes? Com quais você já trabalhou?

O objetivo dessa pergunta foi delimitar o contexto de produção desse designer, a partir dos modos de trabalho que já vivenciou. Em alguns casos, esse aspecto já era relatado na primeira pergunta; nesses casos, usamos essa pergunta para confirmar o que foi dito.

De maneira geral, você conseguiria me descrever as etapas do seu processo para a construção do livro? (Desde o contato da editora até o livro chegar ao ponto de venda)

Aqui, tentamos delinear um esquema geral do processo de cada um e entender quais são os primeiros fatores que balizam a construção do projeto. De um lado, isso poderia corroborar o que encontramos nos manuais de design de livro; por outro, poderia enriquecer o modo como ensinamos e discutimos essa prática.

Para você, o que é importante saber de uma editora quando vai projetar um livro para ela?

Identificar quais aspectos sobre a editora ganham relevância para o designer no processo de projetar o livro. Essa pergunta ajudou a informar a categoria de enquadramento editorial no diagrama.

O quanto de autonomia você tem para fazer escolhas de projeto?

Aqui, buscamos destacar os limites do trabalho do designer acerca da configuração do livro em relação aos demais atores da cadeia produtiva. Nesse caso, dependendo do modo de trabalho e o modelo de negócios, essa autonomia varia. Conforme Castedo (2016) aponta, a materialização do livro é resultado de um processo de negociação “que reflete as decisões da edição, em certo contexto cultural, social, econômico e tecnológico” (p. 28). O designer é um dos agentes nesse processo e as escolhas projetuais raramente são decisões de “auto-expressão”, como diria Tschichold (2007).

Como é o trato com o conteúdo que você recebe? Conhecer o material com que você está trabalhando faz diferença no desenvolvimento do projeto?

Aqui, partimos da premissa da abordagem da materialidade probabilística para apontar como o envolvimento do designer com a matéria-prima pode orientar a codificação semântica do projeto gráfico. Ou seja, explicitar como o designer, ao diagramar a informação, já a interpreta e a hierarquiza no projeto gráfico. Gostaríamos, também, de confirmar a orientação que encontramos na literatura – de ler o texto antes de diagramá-lo – se confirmava na prática cotidiana.

Você considera que está “dizendo algo” com o seu trabalho?

Igualmente calcados em Drucker (2009), tentamos compreender o quanto o próprio designer, enquanto projeta, identifica se contribui com um nível semântico na configuração. Além disso, permitiu identificar o quanto os designers se identificavam com o paradigma modernista, da configuração “transparente”.

Você saberia dizer quais são os critérios que balizam suas escolhas do projeto gráfico? (Por exemplo, ao receber um texto, por onde você inicia o projeto?)

Aqui, o objetivo é direcionar para o desenvolvimento do projeto gráfico, da configuração do livro, caso a pergunta sobre as etapas do processo não tenha sido respondida em sua completude.

Que recursos visuais ou estilos você utiliza quando seu objetivo é não chamar atenção para o projeto gráfico?

Quando você faz escolhas que chamam a atenção para o projeto gráfico, como você expressa o objetivo que você tem em mente?

Buscamos tensionar a dicotomia entre transparência e opacidade, oriunda da história do design, na prática cotidiana. Assim, tentamos sondar o quanto esses

designers naturalizavam as convenções ou as reconheciam enquanto tais, conforme discutido no capítulo 2. Assim, a ideia é que eles tentassem descrever os recursos gráficos que empregam em cada um desses direcionamentos projetuais, mas que – ao descrevê-los – elaborassem as convenções enquanto tais. Ou seja, demonstrar como os designers escolhem quando querem ou não querem chamar atenção.

Para você, quais são os outros atores dessa cadeia do livro que mais contribuem para a construção do livro?

Apesar de termos elaborado sobre a cadeia produtiva do livro no capítulo 1, sabemos que nem todos esses atores influenciam na prática do design de livro. Assim, a fim de modular o quanto esses aspectos entram em contato com o designer de livro, buscamos delimitar quais atores da cadeia – no contexto daquele designer – estão mais presentes na construção do livro.

Em seu trabalho, podemos ver projetos que saem do lugar-comum, mas são feitos pelos mesmos processos de produção e têm preços competitivos com outros livros convencionais. Como você consegue projetar esse tipo de livro?

Especificamos a pergunta anterior para a questão da produção gráfica para verificar quais aspectos o designer considera – em relação aos aspectos materiais e produtivos – ao projetar um livro.

Atualmente, Você acha que o designer de livros está exclusivamente dedicado à esfera de produção ou também é importante se envolver na esfera de difusão do livro? Por que?

Diante do que encontramos na literatura acerca da ênfase na construção de uma imagem editorial e as mudanças de mercado para fazer com o que o livro encontre seu leitor, tentamos diagnosticar o quanto isso envolve o trabalho cotidiano desses designers. Especificamente aqui, estávamos direcionados para o trabalho com as plataformas de mídias digitais, mas não direcionamos especificamente para isso na pergunta.

Para finalizar a entrevista, desenvolvemos um conjunto de duas perguntas mais amplas.

O que você considera que é um bom design de livro?

Compreender a visão mais abrangente do designer em relação ao design de livro, a fim de delinear a perspectiva subjetiva de cada um relação ao seu ideal de trabalho.

Como você definiria livro?

A tentativa de fazer o designer caracterizar o objeto serve para identificar quais os aspectos que saltam ao primeiro plano. Como Iser (1972) aponta, a relação entre primeiro plano-plano de fundo é fundamental para a interpretação – e acreditamos que isso também se aplica à prática. A pergunta está no final da entrevista porque o designer, a essa altura, elaborou bastante sobre o livro e sua prática.

3.1 BRIEFING E LEITURA DO TEXTO

O processo do design de livros não é linear e reprodutível. Tereza comenta que “não dá para pensar que todo projeto de livro tem o mesmo processo. Ou seja, que tenho uma metodologia e vou usar essa metodologia em todos [os livros]... Não acontece. Não é factível com a realidade.” Além disso, Luísa complementa que, devido às muitas idas e vindas no fechamento do arquivo do livro, “é um presente ter a mesma pessoa trabalhando com a arte e com os ajustes finais, tudo fica mais prático”. Porém, ao mesmo tempo, “é difícil colocar numa linha [do tempo] porque é um projeto que, no mínimo, vai levar dois meses. Tem vezes que o livro leva um ano inteiro pra fechar. Tem muitas idas e vindas e envolve muita gente”, complementa Luísa.

O designer de livros, normalmente, começa um projeto a partir do texto que será publicado e/ou a partir de um *briefing*. Tereza aponta que às vezes recebe “um *briefing* super detalhado, com algumas escolhas editoriais já colocadas”. No entanto, Tereza comenta que a melhor maneira de iniciar um projeto é quando há uma conversa, pois alinha as expectativas. Nesse sentido, Flávia também reforça que é importante conversar com a pessoa responsável já no momento do *briefing*, pois “nem sempre é o editor quem vai aprovar” o projeto e ela pode ter “algum direcionamento para dar e evitar de [o projeto] ir para um caminho que é totalmente diferente do que se esperava”. Assim, outros atores são consultados, como o departamento comercial e de marketing da editora, pois eles podem estar pensando “esse livro para um público X, que tem que ter uma cara X, ser mais comercial”, comenta Flávia.

Em outros casos, como Luísa relata, raramente alguém formaliza um *briefing*: “como a gente é uma editora bem pequena, a gente tem menos de 10 pessoas, a gente se junta – só não participa a pessoa da logística e do financeiro – e forma o conselho editorial. Então, a gente avalia junto os livros que a gente vai publicar; eu participo ainda dessa parte anterior que talvez os outros designers não participem”. Para Tereza, as editoras que adotam esse modo de trabalho sem o *briefing* o fazem “no sentido de não querer limitar a criação ou algo do tipo”. Uma das alternativas mais adotadas nesses casos é iniciar pela leitura do texto – como Hendel (2006) sugere. A leitura do texto também direciona Flávia, pois acredita que a partir da leitura “você fica com muito mais bagagem para poder pensar alternativas e propostas” para o projeto gráfico do livro. É nesse momento de leitura, então, que Flávia começa a pensar no miolo do livro.

O caso de Luísa é bastante contraditório: para ela, a leitura “não é uma coisa totalmente necessária”, apesar de ela também sentir que “faz toda a diferença”. Na reunião editorial que ela mencionou, quando o conselho editorial conversa sobre o texto, ela faz anotações sobre o que chamou atenção da equipe, inicia os estudos do projeto, passa para a pesquisa de referências e comenta: “parte totalmente de mim. Eu levo normalmente umas duas semanas fazendo vários testes diferentes. E, quando eu tenho algo para apresentar, eu coloco em uns *mockups*, monto uma

apresentação e mostro para o pessoal da editora. E aí a gente discute. Na maioria das vezes é bem positiva, poucos casos eu tive que refazer”. Por outro lado, em alguns casos, acontece de “eu nem ter lido o livro ainda e de ter que começar trabalhar no miolo. Porque o editor que trabalha diretamente na parte de produção gosta muito de ler o livro já diagramado”.

Para Rodrigo, a relação com o texto é algo muito particular, a qual atribui à sua formação acadêmica: “eu vim da academia, da literatura, [...] onde o texto é muito trabalhado. O texto vai e volta. Há uma prerrogativa de uma qualidade do texto que não é exatamente uma qualidade... é uma qualidade e trabalho, não é nem dizendo que é um texto bom ou ruim, mas é um texto que foi pouco trabalhado”. Assim, em sua editora, Rodrigo atua diretamente no texto, inclusive a ponto de não fazer algum projeto cujo texto não o interessa: “essa é a experiência que eu gosto, que eu vivo por ela. Que é essa coisa de pensar o livro de modo muito intenso”, comenta ao relatar a experiência de projetar um livro junto a um coletivo de dançarinas.

Com ou sem *briefing*, com ou sem a leitura, ainda há muitas possibilidades para tomar decisões de projeto. Então, os designers se utilizam da identidade de cada editora. Nos termos de Bhaskar (2013), a filtragem da editora é reconhecida pelos designers, a fim de adequar o seu trabalho de enquadramento aos modelos pertinentes em cada trabalho. Por isso, caso seja um projeto para uma editora que nunca trabalhou, Flávia geralmente dá “uma olhada nos livros” já publicados por ela. Nesse sentido, Tereza comenta que “o mesmo texto pode ser publicado em várias editoras e isso muda o foco do projeto; por exemplo: o que é que tem a cara de Companhia das Letras? O que é que tem a cara de Paralela? O que é que tem a cara de Relicário? O que tem cara de Elefante?” (Figura 31). Já no caso de Luísa, seu trabalho parece estar sendo reconhecido por uma determinada identidade gráfica: ser muito colorida. Por isso, ela gosta de entender se tem “liberdade para ser bastante colorida” – embora relate que já é mais comum que as pessoas peçam para “podar do que pra pedir pra ser [colorido]”.

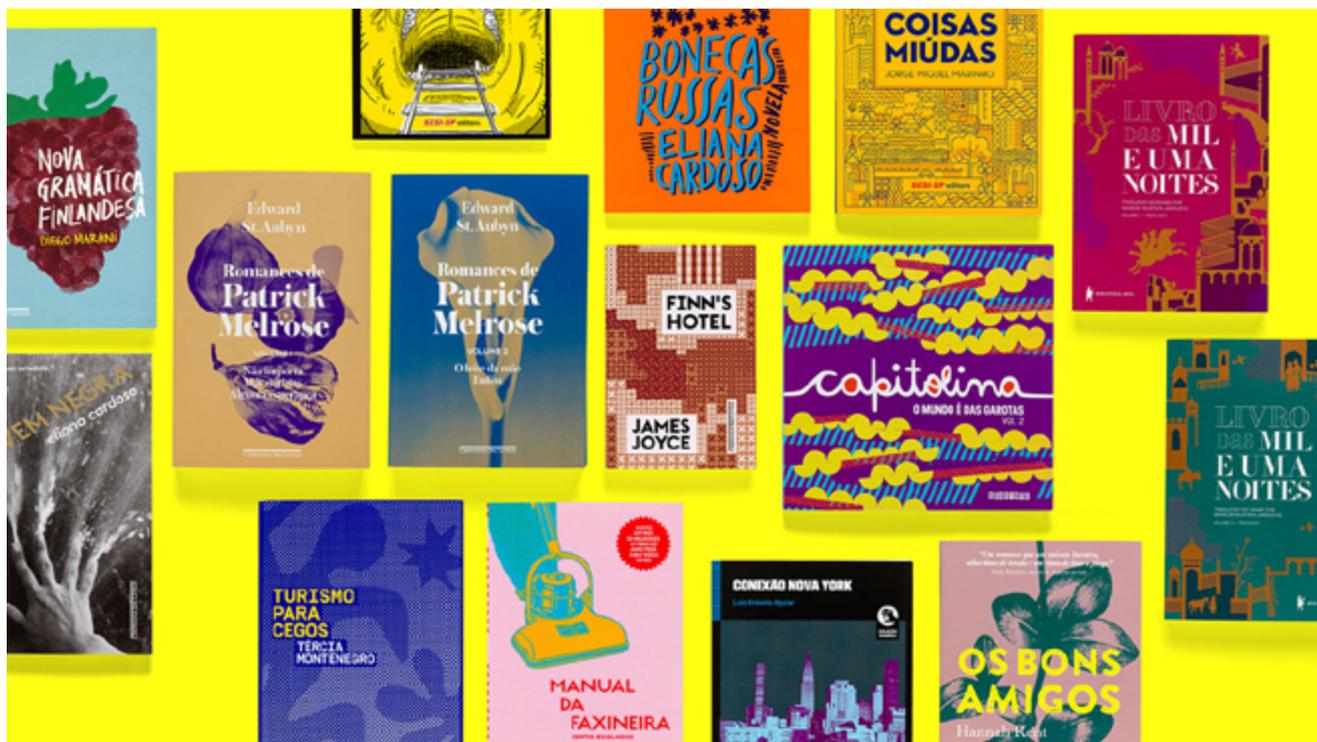


FIGURA 31 Capas projetadas por Tereza Bettinardi para diferentes editoras.

Fonte: <https://terezabettinardi.com/Book-Covers>

No caso de Ildembergue, “o processo da editora, por ela ser pequena, termina sendo igual” para todos os livros. Além da questão do “limite absurdo de recursos”, que é um fator muito determinante para os projetos, uma vez que “você precisa ir pensando em tudo já considerando as limitações que você tem – na editora é muito difícil você conseguir voar muito alto até pelo perfil das publicações”. Então, Ildembergue explicita que livros com perfil mais acadêmico “limitam muito o processo criativo” e “os temas às vezes são muito repetitivos (...) – cada tema tem uma abordagem, mas as metáforas que você usa, os recursos visuais, a forma como você aborda esse tema termina sendo o mesmo de sempre”, explica. Nesse início do projeto, Ildembergue chama atenção para uma outra etapa da cadeia: a revisão do texto, pois a editora tem “um gargalo muito grande de revisores e, infelizmente, os próprios autores também às vezes menosprezam a importância dessa coisa bem feita”. A figura do editor, por sua vez, é muito importante nesse processo pois ele consegue “ser mais preciso e cobrar mais dos autores essa questão, aí melhora um pouco”, continua. “O ideal seria que a gente já recebesse o texto revisado, mas são poucos os casos em que isso acontece. Então você já recebe o material sabendo que o projeto que você vai fazer pode ter alterações lá na frente que irão bagunçar tudo”, explica.

3.2 DEMANDAS PARA O PROJETO GRÁFICO

A complexidade do design de livros advém do fato de que aspectos muito distintos – como público, perfil da editora, inclinações pessoais, determinantes econômicos, entre outros – estão completamente profundamente entrelaçados. De acordo com

Tereza, esse entrelaçamento reflete “até em termos de qual é o preço que esse livro vai ter”. Como exemplo, ela menciona o caso da Tag: “a Tag tem um valor fixo, então não dá pra eu pensar em um livro com inúmeros acabamentos que não entrem dentro dessa equação... isso também limita o meu projeto”. Então, continua, “se eu projetar um livro de Machado de Assis para um público mais jovem, esse livro não pode custar R\$ 250,00 porque é um poder aquisitivo diferente”. Além disso, as próprias editoras possuem selos que fazem uma curadoria de livros já destinados para públicos distintos: “A Companhia [das Letras], por exemplo, são várias editoras em uma. Além da própria Companhia, tem a Paralela, a Fontanar, entre outros. Então, da mesma forma que eles têm critérios editoriais para acomodar um livro em cada selo, também temos em termos de linguagem [gráfica]. A Objetiva, por exemplo, que é da Companhia, tem um enfoque mais empresarial, vamos dizer assim. Aqueles livros de aeroporto”, conclui Tereza. Luísa também evidencia que prioriza o “entendimento do público”. Por exemplo, nos últimos livros que fez para a FTD, cujo público era adolescente, ela optou por margens mais generosas no projeto gráfico para “deixar um miolo muito mais leve de ler”, considerando que “adolescente não tem o mesmo nível de atenção”. Flávia também considera, ao fazer o projeto, “qual a melhor experiência do leitor para aquele livro? Eu acho que essa decisão pode ser do editor, mas muitas vezes eu acho que o designer também pode contribuir”.

Então, quando está iniciando o projeto gráfico, Flávia parte para as decisões relacionadas ao miolo do livro e começa “a pensar no básico do básico, na mancha [gráfica], na fonte, enfim”, mas ressalta que isso depende muito de cada livro. A partir da mancha do texto, Flávia começa a pensar nas “aberturas de capítulo, se tem capítulo ou não, se tem imagem ou não, se vai ter legenda, se a legenda vai estar junto da imagem, se vai estar no final do livro...”. Por exemplo, se o texto tem nota de rodapé, é preciso definir se “vai no rodapé mesmo ou se vai no final do livro. Isso depende de qual tipo de nota esse texto tem. Se é uma coisa só pra referência, se é uma coisa só pra quem vai estudar aquilo que vai consultar, eu acho tudo bem botar no final do livro”. Um outro exemplo seria em um livro com imagens: “você tem que entender se é melhor para aquelas fotos que elas apareçam no texto na hora em que foi citada ou não; você pode fazer um caderno de imagens em um ponto do livro e isso vai ser mais econômico [em termos de produção gráfica]”. A designer avalia todos esses aspectos e toma decisões “enquanto está lendo o livro”. A partir do “básico”, Flávia comenta que vai “sentindo se é um livro que pede alguma coisa a mais, se o texto tem algum diferencial, se tem um estilo muito diferente”, ou seja, “se [o texto se] diferencia por alguma coisa que peça um projeto que acompanhe de algum jeito ou não”. A aparente vagueza de “sentir” o livro é defendida por Morgan (2020), Hochuli (2020) e Melot (2006) como um aspecto inescapável do design de livros.

Desse modo, podemos evidenciar o entrelaçamento entre as dimensões técnica e semântica na atividade de enquadramento, pois a compreensão do designer vai propiciar determinadas leituras a partir da configuração gráfica, conforme

Drucker (2009) aponta. Em um nível estrutural do conteúdo, Tereza aponta que primeiro analisa como o texto está estruturado, quantos capítulos, como está dividido: “são capítulos longos? São capítulos curtos?”. Esses aspectos já direcionam algumas escolhas, continua: “se tem muitos capítulos, eu não vou fazer uma abertura em [página] dupla de todos os capítulos porque isso vai ocasionar um livro gigantesco... então isso já delimita as minhas opções de projeto gráfico. É muita poesia? Tem muito diálogo? Isso baliza escolhas, alinhamentos, quebras de linhas, muitas coisas”. Então, essa primeira “leitura” do texto é com o objetivo de “ver uma matriz que não está nem entrando na história ainda”. A estrutura e natureza do conteúdo também é algo presente no processo de Ildembergue. Então, se um livro tem “10 capítulos, eu já quero pensar como é o capítulo e todos os elementos: tipografia, entrelinha, título, subtítulo, margem... já saio montando o esquema. E, então, já penso naquele capítulo base”, explica. Depois que o projeto está definido, ele passa a aplicar as escolhas nos demais capítulos e, caso surjam alguns ajustes, ele pode voltar às decisões ou não, até chegar a um ponto em que “você só está aplicando o que você definiu naquela fase inicial”.

Enquanto isso, Ildembergue inicia a leitura de partes do texto que acredita que serão importantes para o processo da capa, que será desenvolvida no final, pois ele acredita que é importante “deixar as ideias maturando”. Assim, quase sempre, deixa “a parte pré-textual mais para o final” porque “às vezes você lê e já vai pensando em coisas interessantes, então já anota e deixa ali no cantinho. Se você tiver alguma oportunidade, você já pega e rabisca alguma coisa, mas de fato deixa pra fazer lá no final”. Esse processo de separação entre miolo e capa não é por acaso, quando Ildembergue finaliza o miolo, ele encaminha para “as pessoas que vão fazer a vista final” e, enquanto não tem esse feedback, não só da editora, mas também dos autores, ele começa a trabalhar na capa.

O cenário ideal para Luísa seria ter “a capa aprovada e depois começaria a trabalhar no miolo”, mas isso dificilmente ocorre, pois o miolo circula mais pela equipe: “tem revisão, vai para o editor, muda não sei o quê, o autor quer mudar essa parte do livro, etc.”. Nesse sentido, houve casos em que ela começou a “mexer no miolo antes mesmo de ter lido o livro”. Essa diagramação inicial do miolo é destinada para a leitura do editor e, portanto, só consiste na parte textual do livro. Ao passo que essa parte passa para outros atores da cadeia, ela desenvolve a capa; o livro se decompõe em partes que estão “andando separadas”. Ou seja, capa e miolo “são quase como dois projetos separados e só depois, lá no final, quando a gente tem a capa aprovada, que eles se juntam de novo”, quando ela revisita o projeto do miolo para ajustar as escolhas tipográficas: com a “fonte dessa capa aprovada e aí vou aplicar ela também na folha de rosto do livro, nas aberturas de capítulo”. Então, é nesse momento em que ela se permite “extravasar e fazer coisas diferentes” no miolo, utilizando “o que que eu já criei da capa e que eu consigo aproveitar e desmembrar (...) Fica sempre legal referenciar alguma coisa da parte externa

dentro do livro”. Por isso, em seus projetos, “as páginas iniciais vão ter coisas diferentes, mas vai chegar na parte textual e já vai ser mais padrão”.

Em relação às demandas projetuais vindas de outros atores do processo, ainda que tenha muita autonomia, Rodrigo comenta que o projeto do livro *Corupira*, de Alexandro S. de Jesus, foi todo pensado junto ao autor do texto. “A gente descobriu que publicar junto é escrever junto”. Além disso, o ilustrador foi o irmão de Rodrigo, Tiago Acioli, e comenta que “foi um *briefing* muito preciso e aberto ao mesmo tempo” e “havia muita tensão no que o autor queria e como ele imaginava isso e no que o ilustrador queria e como ele imaginava isso”. De um lado, Alexandro “achava que o livro tinha que ir pro verde”. De outro, Tiago “achava que a capa tinha que ser a imagem do curupira”. No entanto, no projeto final, “ficou totalmente diferente do que eles achavam”.

Um outro ponto definidor de todo o processo de fazer design de livros é o prazo. Tereza comenta que se é um projeto que tem um prazo maior, ela “precisa dar uma resposta visual muito elaborada”, uma vez que tem mais tempo. Então, além da leitura do livro, ela pesquisa, vê palestras, lê textos relacionados. Por outro lado, se o prazo for curto, o processo é “ler o *briefing* e pegar alguma coisa da conversa do editor”. Já para Ildembergue, o prazo não é uma questão definidora para os trabalhos desenvolvidos na Editora UFPE: “claro que existe o ‘vamos fazer o quanto antes’, mas não existe pressão”. Ou seja, no *briefing* do projeto não há o prazo, “são muito raros os casos que em que tenha um evento e o que livro tenha que ficar pronto em dois meses”, por exemplo; em geral, ele diz que “o prazo sou eu quem defino”. Assim, o livro é feito em “um tempo totalmente diferente do que acontece no mercado” e isso “é uma vantagem muito grande porque se eu não estou conseguindo visualizar uma capa hoje, eu paro e vou fazer outras coisas em paralelo e espero essa ideia”, conclui.

3.3 A SUPERFÍCIE DA PÁGINA

Aquilo a que nos referimos como a superfície da página em Oliveira (2016) – como tipografia, mancha, margens, corpo, entrelinha – são de maior autonomia para os designers, de uma maneira geral. Normalmente, de acordo com Tereza, a limitação vem de uma maneira reativa após a primeira apresentação do projeto: “eu quero que [a tipografia] seja com serifa”, por exemplo. Em relação especialmente à tipografia, Flávia comenta que em alguns projetos “esbarra em algumas questões, uma vez que é raro trabalhar com uma editora que tope comprar uma fonte”. Essa limitação, muitas vezes, já vem explicitada no *briefing*, indicando “para trabalhar com fontes do Google Fonts”, por exemplo. Há também *briefings* que já explicitam como serão as imagens, se vai ter ilustração, se vai ser uma foto, e assim por diante. No entanto, Tereza comenta que não há aspectos do projeto gráfico que ela não abra mão de escolher, pois isso faz parte das limitações daquele livro em específico e você vai operando dentro desses limites.

Para livros de literatura, Flávia defende que “menos é mais” e diz que “nem sempre você tem que fazer um projeto gráfico que grita muito na cara do leitor, principalmente de ficção”. Nesse sentido, ela considera que o ideal é “fazer uma mancha de texto agradável de ler, alguma coisa que a pessoa passe por aquilo sem sentir”. Assim, quando quer fazer um projeto que não chame a atenção do leitor, Flávia propõe “uma mancha de texto com uma boa fonte, com um tamanho adequado, com uma legibilidade legal; algo que não faça o leitor parar ali no meio da leitura, que não exija um esforço maior... eu diria que isso é o mais neutro que você pode ser”. Ildembergue, por sua vez, comenta que quando quer ser mais discreto “dispensa imagem”, e dá como exemplo uma capa tipográfica – que, além de discreta, também considera “mais elegante [...], mais serena, mais sóbria”. Por outro lado, Rodrigo comenta sobre um projeto no qual ele decidiu por ter ilustrações para “tirar a seriedade da teoria”.

Quando está desenvolvendo o miolo, Luísa comenta que a prioridade é que “o miolo seja legível. A gente preza por ser confortável de ler, até porque a gente trabalha muito mais com ficção”. Então, opta por ter uma paleta tipográfica de quatro ou cinco fontes entre as quais ela alterna nos projetos. Além disso, também tem um padrão de margem que ela costuma usar: “que eu sei que é uma margem confortável para leitura”, complementa. No entanto, se for “uma literatura mais ousada, mais fragmentada, eu faço o miolo um pouquinho mais ousado, com uma margem externa menor e uma margem inferior supergrande”. Mas, reforça que, “99% das vezes” dá mais atenção à capa porque, no caso da editora na qual ela trabalha, “é o mais importante” e, assim, “usa o miolo algo mais padrão, que sabe que funciona e que o pessoal está acostumado”. Em relação ao “funcionar” ou não, Ildembergue comenta que tem o seu “conjunto de tipografias que funcionam mais, mas [está] sempre aberto a novidades”, mas, reforça, já sabe “as que funcionam” quando vê um projeto.

Para Ildembergue, a escolha por fontes com serifa para o miolo é o mais comum “por toda essa questão da leitura mais extensa, mais pesada” da “leitura acadêmica”. Por sua vez, em projetos com textos mais curtos, de consulta, ele “arrisca não usar serifada porque não é uma leitura extensa”. No entanto, para títulos, subtítulos e, sobretudo, para a capa, há “mais liberdade na tipografia”, pois é possível “explorar de uma outra forma, explorar a própria anatomia da letra com grafismos e encaixes”, explorar “sua pluralidade” e, também, desenhá-las.

Rodrigo também menciona sobre como alguns detalhes e escolhas pouco usuais de projeto pode trazer uma “experiência sensorial” diversa para o livro. Por exemplo, em seu projeto para o livro *Corupira*, de Alexandre S. de Jesus, ele colocou “tracinhos” ao lado do fólio, “que é muito comum nessa tipografia antiga, nessa composição do livro do século 17, 18”. E, para subverter as escolhas mais comuns em livros de teoria, ele diagrama as notas de rodapé “direcionadas para a lombada – e não estão justificadas para fora da lombada, de modo que quando elas se encontram, o pé fica trocado [fazendo uma referência ao curupira]”.

Para Tereza, o projeto gráfico é sempre motivado por algo anterior e, por isso, é importante saber porque isso foi pedido ou porque ela está tomando essa decisão. Portanto, essa decisão de projeto “é uma resposta a uma pergunta anterior, a um pedido anterior... depende muito do contexto”. Assim, chamar atenção ou não é uma decisão que não cabe só ao designer, “depende do orçamento, do tempo, da disponibilidade, do número de pessoas envolvidas... depende do leitor também”, ou seja, “se o leitor, em termos comerciais, está disposto a ter uma edição numerada, etc”. Por isso, é importante entender “onde esse livro vai existir. Essa é a pergunta a ser feita: como eu quero que esse livro exista no mundo? E não é uma decisão do designer simplesmente”. Nos livros cujo objetivo é não chamar atenção para o projeto gráfico, comenta que faz o projeto “o mais direto possível, que não tenha uma abertura de capítulo rebuscada, por exemplo”.

Quando está buscando chamar atenção por meio do projeto gráfico, Flávia recorre ao uso de cores sem ser o preto, pois “isso já é uma coisa que chama muita atenção, já incomoda muita gente”, mas reforça que em seus projetos ela procura “ser mais discreta”. Em relação ao projeto do livro *Contos maravilhosos infantis e domésticos*, dos Irmãos Grimm (Jacob e Wihelm Grimm), com ilustrações de J. Borges, Flávia comenta que é um projeto que chama muito a atenção por ser muito colorido, “mas a mancha de texto com a fonte Arnhem, tem uma legibilidade ótima, ela não causa... então, na hora que você está lendo o conto em si, não tem nada ali no meio da leitura que vai te atrapalhar” (Figura 32).

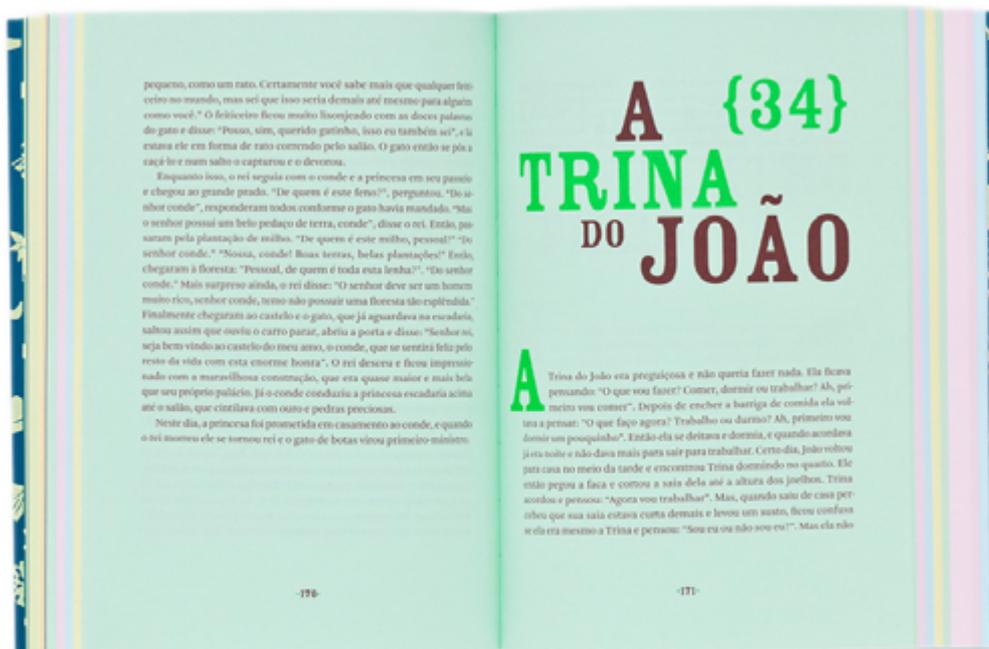


FIGURA 32 Páginas internas da edição da Cosac Naify do livro *Contos maravilhosos infantis e domésticos*, de Jacob e Wihelm Grimm, com ilustrações de J. Borges. Fonte: <https://flaviacastanheiradesign.com.br/Irmaos-Grimm>

Ildembergue também considera que a cor é um recurso importante para chamar atenção. Em seu projeto para o livro *Problemas inculturais brasileiros: do ideal e da glória e evangelho na taba*, de Osman Lins e organizado por Fábio de Andrade, ele desenvolveu uma capa tipográfica, mas usou “cores mais vibrantes”, contrastando azul com laranja, tipografia “muito grande, muito volumosa”, “mais cáotica, mais vibrante”. Durante o processo, tanto Ildembergue quanto a equipe ficaram em dúvida sobre qual das duas versões que ele desenvolveu usar, então sugeriu: “por que a gente não faz as duas versões? Porque a pessoa quando for comprar escolhe se ela prefere mais a predominância do laranja ou do azul” (Figura 33).



FIGURA 33 Capas da edição da Editora UFPE do livro *Problemas inculturais brasileiros: do ideal e da glória e evangelho na taba*, de Osman Lins e organizado por Fábio de Andrade.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BmjxU9gifG/>

A capa é uma superfície tradicionalmente diferenciada do livro. Para Luísa, a função principal da capa é “comunicar o tom da narrativa, para além de comunicar o que é aquele livro” e, por isso, a leitura do texto é fundamental. “Eu quero que a pessoa olhe aquela capa e entenda onde ela vai se meter. (...) eu quero que a capa transmita o tom da narrativa. Eu acho que isso é uma coisa que ninguém pode me *brifar*, sabe? Eu vou ter que ler o livro, eu vou ter que entender a narrativa do escritor para conseguir transformar isso em imagem depois”, comenta. Para Flávia, a capa tende a ser a última coisa a ser desenvolvida do projeto. No entanto, às vezes tem “autor que é mais conservador, não permite que você seja muito ousado nas capas”, comenta Ildembergue. Além disso, ele coloca que “raramente usa imagens de banco de internet”, pois prefere produzir – preferencialmente ilustração – porque assim “consegue transmitir o conceito que você quer, você consegue construir a sua metáfora visual”, além de ter “o seu traço, o seu jeito” e, assim, “a originalidade fica garantida em alguma medida”.

Em relação às escolhas tipográficas, Rodrigo aponta que, à medida que vai “ficando mais velho, não precis[a] ficar gritando o tempo todo ‘ah, eu sou artista’ e a legibilidade também vai ganhando um peso muito importante”. Como exemplo, ele comenta sobre o projeto do livro *Notas sobre a atualidade da ferida colonial*, no qual procurou usar, inicialmente, uma tipografia semelhante à presente na edição da Ubu de Macunaíma. “Não ficou legal. O texto estava muito complexo, as notas de rodapé que Alex [autor do texto do livro *Notas...*] fez eram muito grandes e eu fiz um recuo muito extravagante para elas, para elas realmente ocuparem um lugar de destaque”. Então, ele comenta que a mancha gráfica ficou muito densa e, por isso, decidiu “recuar (...) porque senão, ia atrapalhar o texto”.

3.4 ASPECTOS MATERIAIS

Em relação às escolhas materiais do livro, enquanto *freelancer*, Flávia aponta que há pouca autonomia, pois “geralmente a editora já orçou, já tem o formato e o papel”. Além disso, ela complementa que é “raro você ver uma editora que queira investir e fazer um livro diferente” e que “tem cada vez menos opções de papel” na indústria gráfica brasileira¹⁷. Luísa também comenta que não tem autonomia em relação às escolhas materiais do livro. Na editora na qual ela trabalha há dois formatos: o 14 x 21 cm e o 13 x 19 cm – esse último se tornou atualmente o único formato padrão da editora. Em relação às escolhas do papel, a designer aponta que é algo que depende muito do orçamento e que “é uma coisa que vem muito mais da conversa de como a gente quer que o livro seja percebido pelo público do que o que é mais legal a nível de design”, comenta. Portanto, continua, “o papel entra como ‘a gente quer que esse livro seja maiorzinho, mais grosso do que ele é’, então a gente vai usar um pólen bold 90g/m²”.

Em relação ao formato, Ildembergue comenta que existiam dois formatos mais comuns na editora: 15,5 x 22 cm e 16 x 23 cm. Nos últimos anos ele propôs outro formato, o 13,5 x 21 cm ou 14 x 21 cm, pois percebeu que “tem uns projetos de uns livros que funcionariam se eles fossem menorzinhos. Primeiro porque o conteúdo não era tão extenso, tinha que fazer um livro grande magrinho”. No entanto, o padrão da editora é seguir os dois primeiros formatos, mesmo que Ildembergue considere o 14 x 21m “mais gostoso de pegar, mais estreitinho, menorzinho, mais compacto”.

Para produzir livros que saiam do lugar-comum e obedeçam aos processos de produção com preços competitivos, Tereza aponta que é preciso haver “um hackeamento da produção” e ter em mente que o que idealizamos no computador é um *mockup* que irá ser produzido em uma indústria, “é uma produção seriada e o sucesso [do livro] depende da serialização”. “Quanto menos intervenções manuais tiver no livro, mais competitivo ele será”. Mas caso haja algum projeto que coloque

¹⁷ Felipe Neto se engana sobre preço dos livros. André Conti, 19 de julho de 2023. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2023/07/felipe-neto-se-engana-sobre-preco-dos-livros.shtml>. Acesso em: 20 de julho de 2023.

um processo de produção manual, apesar de aumentar o custo, Tereza sugere que seja feita “uma conta reversa” e pensar: “meu público está disposto a pagar esse custo extra? E aí entra a questão do valor agregado, vamos dizer assim”. Nesse sentido, Flávia descreve em seu portfólio alguns aspectos materiais d'*Os Sertões*, que ela desenvolveu para a Ubu Editora junto a Nathalia Cury: “A capa foi feita com um papelão mais fino para evitar que o livro ficasse muito pesado (...). Os cantos arredondados remetem às cadernetas de viagem, além de serem mais resistentes”¹⁸.

O orçamento para a produção do livro, que vai influenciar o seu “preço de capa”, são fatores determinantes no projeto do livro. Para Luísa, um recurso de produção gráfica que faz o projeto mais especial é a possibilidade de usar cores no miolo: “por mim, todos os livros vão ter cor no miolo, mas é muito mais caro”. Então, quando os editores falam que querem um livro que “tenha uma cara de especial”, normalmente Luísa responde “cor no miolo”. Os custos de produção gráfica, tendem a ser evitados, porque, conforme Flávia comenta, “se você sai um pouquinho do padrão, o orçamento já vai ser mais caro... é muito difícil achar uma editora hoje em dia que está disposta a investir”.

Isso tende a restringir as possibilidades materiais dos livros, como Flávia conta no caso do livro *Contos da Mamãe Gansa*: por ser uma coletânea de história, ela “queria fazer como se cada um fosse um livrinho, encadernados separados e depois agrupados em uma caixa, uma luva, alguma coisa que juntasse todos esses livrinhos... Mas os orçamentos não permitiram fazer desse jeito”. Assim, a designer passou a planejar como poderia traduzir a mesma ideia para um projeto com um único volume. Sua resposta foi entrar em contato com Milimbo¹⁹, um estúdio espanhol, e “encomendou para cada um dos contos ter estilos totalmente diferentes de ilustrações, como se fossem separados”. Assim, mesmo em um único volume, cada conto tem sua individualidade de estilo na ilustração, na tipografia, na mancha gráfica e, também, no papel utilizado; além de o livro ter três fitilhos de cores distintas (Figura 34).

18 “O registro detalhado das características naturais e o olhar cientificista de Euclides da Cunha fizeram com que a linguagem cartográfica fosse a principal referência para o projeto gráfico desta edição. Um mapa topográfico da região estampa a caixa, a capa e a abertura do livro; a cada passagem a escala se amplia e o leitor se aproxima de Canudos. Quadrantes cartográficos organizam as aberturas de cada seção e a capa do volume Variantes e comentários. Esse grid dá a modulação que alinhava todos os elementos das páginas, inclusive a contagem das linhas, necessária nessa edição crítica. As margens têm marcações que lembram as escalas gráficas e ajudam a situar o leitor nas três principais divisões da obra: “A terra”, “O homem” e “A luta”. A capa foi feita com um papelão mais fino para evitar que o livro ficasse muito pesado, e ambos volumes têm um fitilho para marcar a página. Os cantos arredondados remetem às cadernetas de viagem, além de serem mais resistentes.” Fonte: <https://flaviacastanheiradesign.com.br/Os-sertoos>. Acesso em: 29 de julho de 2023.

19 <http://www.milimbo.com>



FIGURA 34 Páginas internas da edição da Cosac Naify do livro *Contos da mãe gansa*, de Charles Perrault, com ilustrações do estúdio Milimbo. Fonte: <https://flaviacastanheiradesign.com.br/Mamae-Gansa>

Para Ildembergue, a maior limitação que existe na Editora UFPE é a limitação material, pois hoje ela está com a gráfica fechada desde a pandemia. Além disso, “são poucas as situações em que surge alguma verba” para fazer projetos com acabamentos diferentes, mas “vez ou outra aparece alguma situação”. Como exemplo mais recente, Ildembergue mostra o livro *Para uma semiótica da fotografia*, cuja capa tem uma faca de corte simulando uma janela para “fazer uma bridadeirinha com a capa e a folha de rosto” (Figura 35). Mas, reforça que “isso é um ponto fora da curva”, uma vez que “o normal é o livro padrão” e, portanto, quando conseguem fazer “uma brochura básica, com um papelzinho offwhite, com a capa bem impressa, o miolo bem impresso, já tá muito bom”, afirma.



FIGURA 35 Acabamento especial na capa da edição da Editora UFPE do livro *Para uma semiótica da fotografia*, de Maria Giulia Dondero. Fonte: https://www.instagram.com/p/Cor17rBLEIn/?img_index=1

Rodrigo, por sua vez, explicita que quando a impressão é caseira, isso já impõe outras limitações que influenciam diretamente no projeto “porque o meu limite para impressão caseira é um A5, 15 x 21 cm”. Além disso, é importante evitar “sangrias por causa da margem de puxada [da impressora]”. Por outro lado, a compreensão dos processos faz com que ele tenha domínio técnico para articular os elementos na superfície da página em relação ao que será materializado na impressão. Então, ele tem produzido alguns projetos que têm imagens que sangram nas margens internas. No entanto, quando o projeto requer algum nível de precisão, recomenda que “não encoste na medianiz, não atravesse de uma página para a outra e nem sangue”.

3.5 OUTROS ATORES E CADEIA DO LIVRO

Tereza considera que existem muitas variáveis que contribuem para o livro ser como é: “desde o autor, do enfoque que ele está tentando, qual é a leitura que você está tendo, até a condição do ambiente, do país... tudo vai interferir. É como uma resposta”. Essa consideração é fundamental, pois evidencia a concretude do design de livros: essa resposta de que Tereza fala sempre vai mudar em cada contexto específico, a depender das pessoas envolvidas e das mais diversas naturezas de contingências. Entretanto, a estrutura da cadeia produtiva do livro permite identificar algumas recorrências.

Dentre os diversos atores presentes na cadeia do livro, Tereza comenta que o editor é um dos atores que mais interferem na construção do livro. “Pode mudar, arruinar o livro, mas também pode ser uma grande sacada... o editor dá muito esse tom”, comenta. Nesse sentido, Flávia também considera o editor uma figura importante nessa cadeia, pois é ele quem “conhece o texto do autor, conhece o autor e tudo mais para podermos trocar uma ideia, termos algum direcionamento, para termos um contexto maior, além de simplesmente ler o livro. Geralmente é o editor,

mas nem sempre”. Luísa também ressalta a importância do editor nesse processo “porque eles ficam muito mais preocupados com a parte comercial” e compara com o seu processo: “normalmente, eu penso no que eu acredito que funciona para aquela narrativa, eu estou pensando muito na literatura do livro em si. Mas eles [os editores] estão pensando muito mais no livro como produto”.

O autor, de acordo com Ildembergue, também pode influenciar diretamente nas escolhas gráficas para além do texto em si. Para exemplificar, ele menciona um projeto que desenvolveu intitulado *Nas trilhas da esperança: a presença de Paulo Freire na produção acadêmica da UFPE*, organizado por Claudilene Maria da Silva, Daniela Tavares Gontijo e Marília Gabriela Guedes²⁰. Sua primeira proposta de capa era “uma cena de sala de aula” com “as cadeiras em fileira” e, apesar de ter ficado “interessante esteticamente”, conceitualmente divergia do que Paulo Freire defendia de como deveria ser a organização em uma sala de aula. Então, os autores comentaram que “essa coisa mais linear” não funcionava e, portanto, foi necessário readaptar a capa, elaborando uma imagem “com as cadeiras na outra formação”, a circular.

Rodrigo também reforça a presença do autor no processo de criação do livro. “Muitas vezes o autor gosta da foto atrás” e, apesar de não gostar, ele coloca. Em outra situação, ele menciona que também já publicou livro que não gostou do título, pois “não tinha título melhor para oferecer” e, devido ao prazo, foi publicado dessa forma.

Ainda, em um livro em que é co-autor – ou *um manual grafetivo de instruções nada práticas para a publicação de livros tal qual se fazia em outros tempos, comentado, escrito e anotado por seus editores* –, Rodrigo menciona a presença dos outros atores da cadeia na construção dessa obra em específico:

“este manual se propõe a ensinar o que se deve ser feito sobre o livro, é um delírio imenso e de muitas mãos, mesmo quando somente duas mãos escrevem uma multiplicidade se inscreve no livro. O leitor que digere em sua cama antes de dormir, o impressor que perde o sono ao lado de sua máquina, o editor que revisa, picota, briga, o autor que escreve e escreve e escreve, a bibliotecária que recebe o livro, que cataloga. O livro é sempre um processo em multiplicidade e nem mesmo o leitor é seu objetivo final, pois, infiel, um mesmo livro adora ser alisado por várias mãos” (Acioli *et. al.*, p. 18, 2017).

Além disso, inúmeros outros fatores influenciam nessa cadeia. Tereza é categórica ao afirmar que “não dá pra projetar livro no Brasil como se a gente estivesse no estado de bem-estar social da Holanda”, envolvendo a atividade de design de livros a contextos muito mais amplos. Flávia comenta que, enquanto indústria, um dos aspectos mais determinantes é o econômico: “o contexto do Brasil mudou economicamente. Da época que a Cosac acabou para agora, nos últimos oito anos, a

²⁰ <https://editora.ufpe.br/books/catalog/book/849>

gente tem menos oferta de papel. Tem cada vez menos. As editoras hoje em dia não pensam em fazer uma coisa diferente porque é muito mais caro, não consegue viabilizar”. Ou seja, há uma dimensão muito concreta dessa prática que não é contemplada pela literatura do design de livros, como mostramos nas seção 2.1.

Um caso exemplar disso no Brasil são as compras feitas pelo poder público. Devido à escala da tiragem, essas compras “são um grande foco de receita”, comenta Tereza. E pensar onde esses livros irão circular é fundamental para direcionar algumas escolhas de projeto, pois, conforme diz Tereza, a produção comprada “vai ficar na escola pública, passar na mão de umas 50 crianças... aí você vai fazer um livro costurado com papel não-revestido? Por causa do toque do papel e etc... não, né? Você tem que projetar um livro que vai durar, sabe? Não dá pra fazer um livro descartável”. Tereza atribui compreender o aspecto de distribuição à sua experiência anterior com revista, na editora Abril: “revista você põe no mundo e o feedback daquela venda te faz recalcular a rota para a próxima edição” e, por isso, não é somente “entregar o livro para a gráfica e, pronto, ele foi materializado. O livro circula, o livro tem que vender em menos de um ano para ele se pagar... Eu posso, [enquanto designer], resolver o meu problema aqui e ganhar o dinheiro do projeto, mas eu quero que o mercado seja fomentado porque eu quero que esse mercado resista. Se eu pensar somente no curto prazo, da minha entrega, do meu layout, acabou”. O retorno positivo do livro, de algum modo, também “vai trazer outros projetos... tendo uma boa aceitação, isso retroalimenta a cadeia”, comenta Tereza.

Isso tem ligações diretas com o desenvolvimento da indústria gráfica. Por exemplo, Flávia comenta sobre quando a Cosac Naify começou a imprimir alguns livros na China: “você não tem noção da maravilha que era. (...) [Lá na China,] A variedade de papel – não só papel de miolo, mas papel de revestimento de capa. Fora a possibilidade de fazer as doideiras que a gente pensa”. Um dos exemplos mais ousados que ela citou foi o último livro da Coleção Particular da Cosac Naify, *O Passageiro Secreto*, que analisamos em outra ocasião (Cf. Oliveira, 2016). Ela conta que só foi possível fazer a dobra interna de cada página – elemento altamente distintivo do projeto – graças à indústria gráfica da China: “lá, as gráficas são muito mais equipadas, uma encadernação diferente, um corte diferente”. Mas isso durou “até o dólar subir e a brincadeira acabar”. Para ela, “tudo isso serviu pra a gente ver o tanto que a gente não pode fazer aqui. Para você fazer um livro com canto arredondado já era uma luta aqui em São Paulo – a *d’Os Sertões* foi em uma gráfica que faz bíblia que imprimiu. Era quem tinha a máquina pra fazer canto arredondado na época...”

A divulgação – sobretudo nas plataformas de mídia social – hoje são de suma importância para as editoras. Nesse sentido, os designers de livro podem participar dessa etapa. Por exemplo, Luísa prepara os *mockups* para serem usados nas redes sociais da editora, mas não faz mais os posts. No entanto considera que a estética dos seus trabalhos influencia, de maneira indireta, na estética dos *posts*: “antes

de eu entrar na Dublinense, se tu olhar os posts antigos, vai ver que eles eram bem sérios, sóbrios”, comenta. Após o livro estar pronto da gráfica, Luísa também é responsável por fotografá-los, cadastrá-los no site e produzir o *e-book*. Além disso, a designer também faz alguns vídeos para o perfil da editora nos quais conta um pouco do seu processo criativo. Em um deles, ela relata sobre o processo de criação da capa de *Indígenas de férias*²¹, de Thomas King e menciona que o projeto contou com uma consultora indígena, Julie Dorrico²², e que a demanda de uma ilustração em movimento veio a partir dela – o que evidencia como cada projeto pode ter suas demandas particulares.

Ainda sobre redes sociais, Ildembergue comenta que “de uns dois anos pra cá” os designers tomaram à frente do Instagram da editora e passaram a “produzir postagens que são trabalhadas dentro do design; nada é feito de forma amadora, tudo é pensado”. O ideal seria “um designer e alguém de comunicação” dedicados a produzir essas postagens, mas devido à “limitação do próprio órgão”, os designers da editora assumiram essa função. Ildembergue ressalta que, além de cards, estão produzindo vídeos convidando os organizadores e autores para falar sobre um lançamento sobre Paulo Freire da editora. “E, dentro das limitações, tentar fazer um *grid* bonitinho e bem-feito, para dar essa impulsionada”, pois a editora já tem “uma comunidade formada [com mais de 4 mil seguidores] que está sempre acompanhando o que a gente está produzindo”, explica. Por outro lado, Flávia diz que procura não se envolver muito nessa parte da cadeia, pois “isso é por conta da própria editora”, embora, em projetos mais específicos, a editora “aproveita alguma coisa do projeto gráfico para usar aquilo pra divulgar”. Rodrigo, por sua vez, diz que alimenta mais as redes da editora em época de “campanha”, ou seja, próximo ao lançamento de algum livro – e, então, ele faz o *card* e o texto que será postado. Mas depois é “um longo silêncio. Uns *stories* perdidos que eu tento ficar postando, tem dia que digo ‘ah, vou postar um *story* do ponto de vista da editora’”, explica.

Ainda assim, Flávia considera que é preciso pensar “que a capa de um livro tem que ser vista no tamanho de um *thumbnail*, tem que dar para o leitor reconhecer aquela capa e diferenciar ela”. Afinal de contas, a venda de livros hoje é, em larga medida, digital. Logo, pensar como o livro vai se comportar no ponto de venda, seja ele físico ou digital, também é um fator importante no design de livros. Por exemplo, Tereza exemplifica que é raro “fazer capa branca porque capa branca suja muito... ou, se for fazer branca, então precisa pensar como fazer [para evitar sujar]” – esse e outros critérios de distribuição e manuseio, às vezes, já são previstos no *briefing*.

Portanto, saber se “vai ser vendido na livraria ou se só vai ser vendido no e-commerce” interfere nas escolhas de projeto diretamente, comenta Tereza. Por

21 Publicação da autora na plataforma Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CrtGoswJqjm/>>. Acesso em: 29 de julho de 2023.

22 Publicação da autora na plataforma Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/trudruadorrico/>> Acesso em: 29 de julho de 2023.

exemplo, Luísa comenta que quando está testando tipografias para utilizar em capas, ela testa em uma simulação, “pensando em como o livro vai aparecer quando a pessoa estiver procurando na Amazon” (Figura 36). Nesse sentido, “minha escolha tipográfica, no final, acaba sempre botando o livro numa simulação, no *mockup*, e vendo qual que está mais legível, qual que está chamando mais atenção, [para além do que eu acho mais bonito]. Muitas vezes, ela conclui, “eu acabei indo com uma tipografia que não era a que eu achava mais bonita, que funcionava na posição, para escolher uma que vai aparecer mais e vai ser mais legível”. Sobre como o livro vai ficar na livraria, Luísa comenta: “uma coisa que eu sempre cuido mais a nível de livraria é a lombada. Eu penso muito que eu quero que a lombada funcione por si só, porque eu sei que na livraria talvez a pessoa vá ver a lombada antes da capa” (Figura 37). Rodrigo, por sua vez, comenta que, pela maioria dos seus livros – e dos livros independentes, no geral – não terem lombada, “não adianta ele [o livro] ficar ali junto com a Rocco. Vai sumir”.

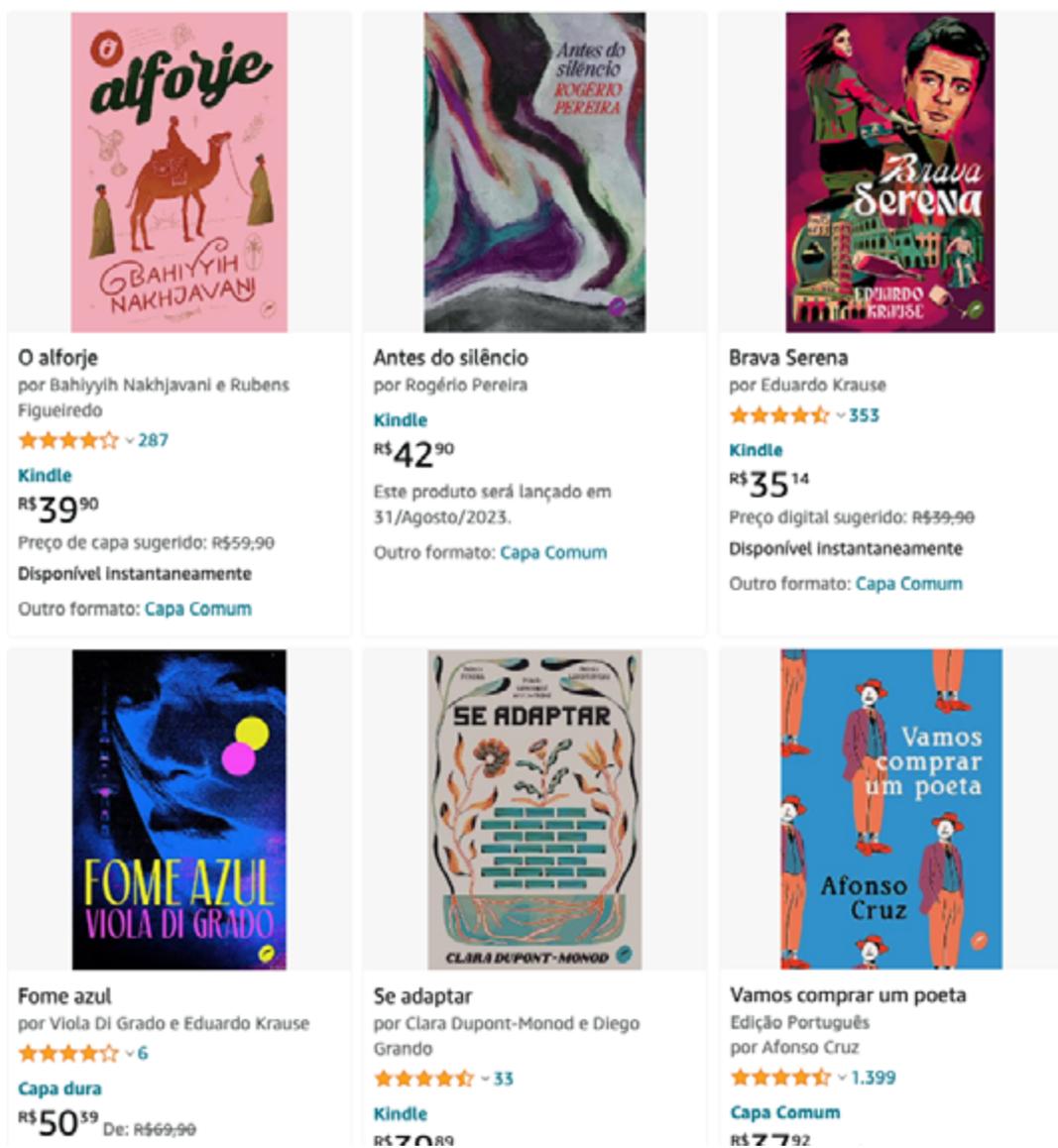


FIGURA 36 Exemplos de capas desenvolvidas por Luísa Zardo para a Dublinense no site da Amazon. Fonte: www.amazon.com.br



FIGURA 37 Exemplos de lombadas desenvolvidas por Luísa Zardo para a Dublinense. *As histórias de Pat Hobby*, de F. Scott Fitzgerald (esq.) e *Açúcar queimado*, de Avni Doshi (dir.). Fonte: <https://www.behance.net/luisazardo>

Para Ildembergue, devido a sua modalidade de trabalho e por, normalmente, assumir o projeto todo, ele considera sua atividade solitária, pois “você tem que tomar as decisões quase todas por si”. Hoje, com a figura do editor, após todas as escolhas de projeto – gráficas e materiais – e diagramação, o *layout* é encaminhado para o editor contribuir e “às vezes tem os *feedbacks* porque ele pode achar uma coisa que não funcione”. Após isso, há a participação do autor, que opina sobre o projeto, pois “a gente quer que o autor fique satisfeito com aquele resultado. A editora não tem esse cunho comercial [em relação ao que vende ou não]”, então, “a gente termina aceitando mais a opinião do autor. No final das contas, ele vai ter o público dele”, comenta.

3.6 OS MODELOS DAS EDITORAS E O DESIGN DE LIVROS

Como Bhaskar (2013) aponta, modelos de várias ordens implicam as demandas das editoras simultaneamente. O mais evidente é o modelo econômico: o livro, afinal de contas, é uma mercadoria. A dualidade entre mercadoria e bem social foi explicitada no Capítulo 1 desta tese – e isso também repercute no discurso dos designers que entrevistamos. Luísa comenta que “a gente tem que fazer uma coisa que seja apelativa para todo mundo. E se é apelativo para todo mundo, às vezes não vai ser inovador, não vai ser tão legal quanto poderia ser porque a gente tem que fazer com que agrade todo mundo”. As demandas comerciais, então, estão imbricadas com as de enquadramento por preverem a recepção dos leitores: “eu preciso bastante entender se eu tenho essa liberdade de me permitir ou não, a gente tem que fazer com que isso seja comercial. Acho que essa é a palavra”.

A ideia de “ser apelativa” para ser comercial retoma o caráter de mercadoria do livro, materializado, sobretudo, pela capa, que possui uma função comunicativa parecida com a de um cartaz. Isso diz respeito às demandas do modelo econômico,

que encontram um fundamento contraditório na própria reprodutibilidade do livro. Para Tereza, um aspecto crucial dessa compreensão é que o designer precisa pensar o livro como um objeto seriado, é preciso “botar mais o objeto industrial em cena. Ele pode ser outra coisa, ele pode ser subversivo e uma única cópia, claro, mas eu acho que a gente precisa lembrar do livro como um objeto seriado”.

De um lado, Tereza aponta que a serialização implica na estandardização: “realmente precisa criar um projeto gráfico sempre? A serialização não é só tiragem. A serialização está em compor o miolo. A Coleção Debates, por exemplo, tem um projeto de 50 anos, mudou muito pouco” (Figura 38). Isso torna contraditório com o mercado editorial porque pensar a serialização nesse sentido muda bastante o trabalho: “talvez não chame tanta atenção, mas, bem ou mal, ao chegar um texto novo, não tem discussão sobre o que tem que ser a capa. É verdade que você gasta mais energia antes, pensando no sistema, na variação, como vai trazer novidade a cada nova edição”. Por isso, ela aponta ainda que “tudo isso também é um pouco polêmico porque, às vezes, parece que todo livro é igual e, assim, não chama atenção na livraria. Então é preciso avaliar”. Ainda assim, Tereza aponta que esse tipo de coesão do miolo e o pensamento da coleção “é uma serialização do nosso trabalho e tem uma beleza nisso”.



FIGURA 38 Capas da Coleção Debates da editora Perspectiva (a partir de 1968), projeto gráfico de Moysés Baumstein. Fonte: Melo e Coimbra, 2011.

Tereza ainda aponta que a capa de livro tem uma natureza muito específica de comunicação:

Essa é a grande diferença, por exemplo, de capa de livro para capa de álbum de música, né. Ninguém redesenha o Expresso 2222, sabe. Ninguém, ninguém redesenha uma capa de livro que ela faz parte da obra também no sentido da concepção, sabe. É muito raro. Tu fazer um redesenho de uma capa que ela faz parte daquilo, né. E o livro, não. Tu tem muitas releituras que eu acho... é isso. Toda hora tu tá tendo também que rever o público leitor ou tentar trazer o público leitor para aquele livro. Então ele é suscetível a isso. A essas turbulências do momento, né. (Tereza Bettinardi)

Sobre o processo de fazer redesign, Luísa conta em um vídeo que gravou para o Instagram da Dublinense sobre o redesign do livro *Pó de parede*, de Carol Bensimon. Nela, Luísa aponta que quis trazer “uma estética de pintura” e levou isso também para o miolo por meio de letras criadas à mão para compor os títulos. Além dos aspectos visuais, ela também explicita outros atores que compuseram essa edição e o que há de novo também na apresentação e no posfácio.

Indo na contramão do aspecto mais comercial do livro, Ildembergue explicita que o modelo da Editora UFPE tem outros parâmetros. Para impressão dos livros, por exemplo, é necessário que seja feita uma licitação. No entanto, “quase sempre quem ganha é quem não oferece o melhor trabalho... porque o pessoal vai muito na questão do custo mais baixo e aí a gente enfrenta muitos problemas de livros com uma impressão feita à laser, de livro com encadernação mal feita, que descola, com cores que não correspondem. A gente tem como, recebendo as primeiras propostas, tentar reverter e cobrar que seja mais bem feito, mas nem sempre isso é tão fácil”. Além disso, a distribuição de recursos para os programas de pós-graduação da universidade é assimétrica. “A depender do programa, se ele for mais rico, como o CIn [Centro de Informática], por exemplo, são publicadas algumas obras com um acabamento melhor. Ano passado saiu um que era contanto a história do CIn. É um livro capa dura, impressão mais sofisticada, com verniz, esse tipo de coisa. Isso é muito raro”, comenta.

Além disso, Ildembergue também pontua que já aconteceu muitos casos em que autores, sobretudo organizadores, não se envolviam com os projetos ou propunham soluções simplistas, como “uma capa branca com a letra azul”, desconsiderando o conceito elaborado pelo designer. Ildembergue desconfia que isso pode ser reflexo de não serem eles que estão pagando, pois “esse dinheiro vem dos projetos ou vem dos programas” e, assim, “não há esse envolvimento, não há esse esmero”. Por outro lado, reforça que há outros que “querem uma coisa bonita e que chegam mais junto, dão sugestões” e há uma busca para que o autor fique satisfeito com o projeto, pois “é bom e que ele esteja satisfeito. Que ele saia por aí divulgando o seu livro satisfeito”. Sobre o preço de capa do livro, Ildembergue

explica que “como lá não tem essa questão de visar lucro, o preço é baseado em cima da produção em si”. E, para fazer manutenção de alguns suprimentos da editora ou comprar material que eles não têm, “é cobrado um preço em cima do projeto gráfico”, mas, de todo modo, “a precificação é muito próxima do que é o custo de produção”.

O modelo econômico, entretanto, fica mais evidente quando designers assumem a função de editores de maneira direta. Enquanto editora, Tereza comenta sobre o fato de pensar o livro como uma mercadoria, ressaltando “o desconto que algumas editoras pedem para poder vender o livro, inclusive a Amazon” e como isso impacta na sustentabilidade da cadeia produtiva. Entretanto, via de regra, o modelo econômico tende a ser o mais evidente. Em uma conversa com um livreiro, Luísa ouviu que seria mais vantajoso vender uma brochura por R\$ 59 do que um livro de capa dura por R\$ 69, e comentou: “as pessoas, hoje vão para o mais barato, elas não querem mais saber... tá todo mundo achando livro muito caro.” Portanto, Luísa atribui o seu estilo de ilustração mais colorida, com mais “apelo visual”, como um “escudo para não depender dos acabamentos” e não encarecer os livros.

Outro fator que é determinante para as editoras e para o preço que o livro terá nos pontos de venda é a porcentagem com a qual as livrarias ficam a cada livro vendido. “Pra eu ter lucro, eu tenho que botar 40% em cima, que é o que vai ser comido pelas livrarias”, explica Rodrigo. Além disso, as livrarias recebem os livros em consignação, ou seja, o pagamento por cada exemplar que está nas prateleiras só é feito depois que o livro é vendido – e normalmente esse repasse não é imediato, pode ser trimestral ou semestral, a depender de cada livraria. “Livro é caro, mas não são as editoras que estão ficando ricas”, aponta Rodrigo.

Por outro lado, as editoras independentes se utilizam de outras maneiras para chegar a seus leitores, como por exemplo, com a promoção de feiras literárias²³, a criação de pontos de venda alternativos às livrarias tradicionais²⁴, coletivo de editores, entre outras. A MOPI – Mostra de Publicações Independentes, criada por Rodrigo Acioli, Fred Caju e Philippe Wollney, é uma organização que trabalha com “pelo menos 17 editoras com mais de 100 autores no total”. Essa bibliodiversidade fazia com que as editoras independentes conquistassem espaços que sozinhas não conseguiriam – seja pela quantidade de livros, seja pelo valor, ou até mesmo pela logística. Com a MOPI, “a gente conseguiu ocupar um lugar na bienal. Uma das últimas bienais que a gente foi, foi antes da pandemia. Foi um lugar imenso e sem vazios, quase” (Figura 39), lembra Rodrigo. Ainda nesse sentido, comenta sobre a

23 Além das bienais e festivais literários mais consolidados, há também diversas feiras promovidas pelo circuito de publicação independente, tais como: Feira Miolo(s) (SP), NUH! Festival de Arte Gráfica (MG), Feira Textura (MG), Matuta – Mostra de Artes Gráficas e Literárias Independentes (SP), Feira Canastra (MG), Feira Cria (PE), entre outras.

24 Banca Tatui, Banca Curva, Papelaria Mercado Novo, Arte e Letra, A Banca Vermelha, entre outras.

sua experiência na feira e-cêntrica²⁵, em Goiânia, ao ir representando a MOPI: “Eu levei 40, 50, 60 autores pernambucanos. Foi uma loucura porque a galera nunca teve tanto acesso a tantos pernambucanos de uma vez. Conto, crônica, poesia... tudo. Experiências de livro muito variadas, livro sanfonado, livro de uma página só, livro de 300, livro com começo, meio e fim, livro só com meio...”



FIGURA 39 Stand da MOPI na XII Bienal Internacional do Livro de Pernambuco. Fonte: <https://www.instagram.com/mostradepublicacoes/> Acesso em: 30 de julho de 2023

Entretanto, como Bhaskar (2013) aponta, nem sempre é apenas o modelo econômico que informa as decisões editoriais. Sobre alguns projetos gráficos mais ousados que fez em sua carreira, Flávia comenta que a maior parte deles foram propiciados pelas condições da Cosac Naify: “é difícil, além da Cosac [Naify], você emplacar esse tipo de projeto [como *O Livro dos Começos*]. (...) Eu acho que tem muito a ver com uma editora que apostava e acreditava no design do livro. Respeitava o design como parte do livro”. Essa postura que ela aponta pode ser compreendida pela superposição de outro modelo além do econômico

25 “Sob a coordenação da Casa da Cultura Digital (GO) e com o apoio da Lei Goyazes, a e-cêntrica propõe a conexão entre agentes estratégicos (autores/autoras, coletivos criativos e pequenas editoras), em todo o Brasil, para a construção coletiva de alternativas para a difusão e comercialização da produção gráfica e literária de todas as regiões do País. Ao mesmo tempo, esta ação se propõe a colaborar com iniciativas que buscam amenizar a invisibilidade histórica da produção gráfica e literária das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do território nacional, sem a exclusão do trabalho que é feito no Sudeste e no Sul. Também interessa à e-cêntrica apoiar o fortalecimento e a ampliação da visibilidade do trabalho da mulher, cis e trans, no mercado editorial, em todo o mundo.” Fonte: <https://e-centrica.org/sobre-nos/> Acesso em: 29 de julho de 2023.

na Cosac Naify. De fato, isso é evidente ao apontarmos que a editora só foi capaz de dar lucro depois de 16 anos de existência (Oliveira, 2016). Ou seja, havia condições financeiras para subsidiar outros modelos de funcionamento editorial – inclusive, esse que demonstrou o potencial do design de livros apesar do comprometimento financeiro.

Outro tipo de motivação, por exemplo, pode ser pessoal ou por valores artísticos. Nesse sentido, Luísa comenta que: “eu acho que o que mais interfere para um livro funcionar e existir como um produto no mundo, eu acho que é o nosso desejo, como a editora, de acreditar naquele livro e fazer ele acontecer”. Há um aspecto irreduzível de satisfação pessoal no processo de materializar esses livros, uma vez que, diante do elevado risco e das dificuldades deste mercado, o mero interesse financeiro não seria motivação o suficiente: “Ver que o pessoal está empolgado e normalmente a gente vê os livros que a gente já publicou e que todo mundo gosta, que foram os livros que deram certo. Então eu acho que o mais importante para um livro funcionar acho que é isso. É o interesse da casa editorial.”

Além disso, outro ponto que é importante mencionar e que possibilita que vários livros sejam materializados são os financiamentos públicos. Rodrigo menciona a importância e a interferência que o Funcultura²⁶ tem no mercado editorial: “eu sempre tenho muitos convites para compor equipes de livros, (...) mesmo quando não é meu. Ainda bem que vira e mexe passa alguns”, ou seja, são aprovados nos editais. O livro *Todos os dias nascem deuses* (Figura 40), do qual Rodrigo é autor, teve o seu projeto financiado pelo Funcultura e, quando o livro tem esse tipo de incentivo, ele que “fazer o livro dos sonhos”. No entanto, há um impasse em relação ao preço de capa que esse livro terá, uma vez que ele é subjugado e, muitas vezes, quem está definindo esse preço não compreende a cadeia de maneira ampla. Esse impasse existe porque esse preço pode ficar muito abaixo dos outros que não foram, o que gera uma incoerência entre os livros, além da própria “resistência ao preço que o comprador tem”. “Eu tento participar mais dos projetos para poder melhorar isso porque isso atrapalha um bocado o mercado. Como é que eu vou conseguir fazer um livro e botar na minha mesma banca em que um vai custar R\$ 80,00 e outro R\$ 50,00 com o mesmo acabamento?”. Ademais, Rodrigo também comenta que, devido à MOPI e a outros custos de logística, é importante que todos esses gastos estejam previstos no preço de capa, para além dos pagamentos dos atores envolvidos diretamente no projeto: “a gente tem livreiros, a gente reúne os livros pra ir e tudo isso tem custo. Não adianta eu botar o livro sem pensar nisso”.

26 <https://www.cultura.pe.gov.br/funcultura/>



FIGURA 40 Imagens do livro *Todos os dias nascem deuses*, de Rodrigo Acioli.
 Fonte: <https://www.titiviluseditora.com.br/product-page/todos-os-dias-nascem-deuses>

3.7 O TRABALHO DO DESIGNER DE LIVROS

Um outro fator significativo nos relatos é em relação à modalidade de trabalho e como isso influencia no que é projetado. Flávia comenta que estar trabalhando dentro da editora Cosac Naify “já proporcionava muita coisa”: o contato direto com os editores, as reuniões de pauta, a reunião semanal da equipe de design. “Era uma sala grandona, ficava todo mundo na mesma sala, todo mundo mostrava para os outros designers o que estava fazendo e sempre tinha muita troca”, assim havia “um ambiente que você podia trocar ideia, mostrar, tirar dúvida”.

Por outro lado, enquanto freelancer, Flávia ressalta que é “um trabalho muito solitário” e isso torna o processo como um todo muito mais descolado, feito de “uma maneira mais distanciada” entre os atores da cadeia. Isso é reiterado e aprofundado por Luísa: “hoje eu trabalho quase no nível fordista. (...) Como eu faço sozinha, é muito trabalho, então eu tenho que abrir mão de algumas coisas até porque às vezes eu não tenho criatividade restante no meu cérebro pra conseguir fazer – de tanta coisa que tenho que fazer. Tem coisas que eu gostaria de trabalhar mais o nível de design, mas o nível de trabalho não me permite”. Nesse sentido, Tereza comenta que é necessário não entrar em discussões muito específicas sobre os projetos para que ela tenha tempo de realizar outros: “não posso ficar numa discussão

louca sobre uma capa de livro porque eu tenho outras coisas pra fazer. Não dá pra fazer uma capa de livro por mês, apenas. Não paga a minha estrutura”.

Em relação à solidude no processo de fazer design de livros, Ildembergue menciona que “tem que tomar as decisões, quase todas, por si” e ressalta que pelo fato de a editora ser pequena, os designers fazem o projeto “de capa a capa”. No entanto, ainda que não ocorra de forma sistemática, há trocas nas conversas entre os designers da equipe que alargam suas referências: “você vê que o seu colega fez com uma fonte tal e ‘ah, vou usar também’ e o processo vai acontecendo”.

Para Rodrigo, apesar de ter uma editora só dele, sem uma equipe fixa, cada livro novo “é um mini coletivo” no qual pode ter um revisor, o autor ou autores ou autoras, pode ter outro designer, inclusive. Além disso, devido à sua autonomia na maioria dos projetos que desenvolve na editora, Rodrigo faz diversas experimentações nos processos produtivos do livro: “Se eu comecei pesquisando a imprensa, a história da imprensa, hoje eu diria que nem me interessa a imprensa. Me interessa a prensa. A prensa que é a onda. A imprensa é muito chata, negócio chato danado. Produz demais, fala demais. Não é isso. O negócio é a prensa. Quer dizer, é um objeto que traduz de uma superfície a outra. E o que acontece nesse processo e pode ser criado através desse processo que tem me comovido. Quando eu preciso de alguma coisa, eu volto sempre pra um manual, para um desenho, para a escrita também. Mas isso é de cada processo, não tem como saber de antemão.”

Além disso, Flávia também considera que “o designer tem que ser uma pessoa interessada, curiosa. Não só com livro, mas com arte, ilustração, quadrinhos, filme, música, história”. Por exemplo, ao fazer um projeto de “um romance que se passa no início do século 20, é muito importante que eu entenda o que estava acontecendo naquela época, naquele lugar, que tipo de arte, que tipo de música, o que as pessoas viam, como era a parte gráfica nesse contexto... É onde eu sempre vou buscar alguma coisa, vou fazer pesquisa...”, comenta Flávia.

Ildembergue, similarmente, também destaca a importância de estar com o olhar atento: “Quando eu vejo um projeto bonito, eu paro pra olhar, pra ver como é...”. Por exemplo, quando vai às livrarias, ele comenta que começa a olhar os projetos e se for uma tipografia que ele goste, ele costuma a ver qual é e pensa: “vou tentar fazer um projeto com essa” e, assim, “você vai meio que incorporando aquelas estéticas, as soluções e a gente vai evoluindo nesse processo”, “é a sua bagagem que está ali”.

Nesse sentido, Luísa aponta uma característica de se abrir para novas possibilidades: “você sempre tenta entrar com a cabeça limpa e aberta para permitir que a literatura daquele escritor ou escritora consiga despertar coisas novas na minha cabeça para eu trazer uma coisa que eu nunca trouxe antes”. Ainda assim, isso não contradiz o caráter de aperfeiçoamento, uma vez que “não é sempre 100% novo, porque acho que a gente vai carregando as bagagens que a gente vai criando e acho

que sempre tento aplicar as coisas que deram certo e as coisas que não deram certo nos livros anteriores, no próximo livro”.

A construção desse repertório pode se dar de diversas maneiras. Em um texto no seu *medium*, Tereza conta que o processo gráfico do livro *Memórias póstumas de Brás Cubas*, para a Carambaia, começou com uma “visita a dois cemitérios em São Paulo”²⁷. Nessas visitas, seu olhar estava à procura da diversidade tipográfica presente nas inscrições nos túmulos para “decifrar” o que viria a ser o projeto gráfico do livro: “A variedade de tipos, os alinhamentos centralizados e quebras de linha não-ortodoxas somadas a excessiva ornamentação em portões, grades e pequenas aberturas foram devidamente registrados no percurso”²⁸. Rodrigo, por sua vez, comenta que tem o costume de pesquisar “na história”: não no intuito de reproduzir o que já foi feito diretamente, mas também “para mudar, para bagunçar. É uma espécie de anacronismo consciente”.

Uma das poucas questões possíveis de serem colocadas de maneira direta para as entrevistadas foi sobre o quanto elas consideravam que seu trabalho constituía um discurso, que dialoga com o conteúdo textual. Aqui, deixaremos as respostas por inteiro de cada uma delas.

Tereza comenta que:

Eu acho que inerente a qualquer coisa que eu projete, eu tô dizendo algo a partir da minha subjetividade. Então, assim, ela tá contemplada, mas ao mesmo tempo eu não fico pensando que eu tenho o protagonismo ou a prevalência desse discurso. Porque, na verdade, eu sou quase que um instrumento. Quase meio mediúnico, sabe. Tipo, tu vai me entregar esse conteúdo, porque é meio isso. Ah, o Machado de Assis já está escrito, entendeu. Tipo assim, não tem o que eu adicione a isso. Já... tá morto, tá escrito. Claro que tu vai colocar uma leitura ou uma tradução em cima disso, mas não... é, não tem como, sabe... ter uma autoria. Eu não acredito nisso. Numa autoria. Como se eu tivesse na, sabe... aí é uma outra coisa. Aí não é design de livro. Aí, sei lá, pode ser um projeto artístico. Sei lá o quê. Então eu entendo mais quase como uma coisa mediúnica mesmo, assim, sabe. Tipo, eu recebi uma mensagem, eu vou psicografar e vou falar de um outro jeito. Ou uma tradução. Tem gente que compara com tradução, né. Eu acho que tradução eu acho que também tem uma relação, porque dependendo do tradutor, a obra também muda um pouco. E eu acho que essa coisa da subjetividade está colocada lá, sabe. Mas... mas eu não penso assim que eu tenho que botar o meu ponto de vista aqui, sabe? Porque ele já tá dado. Se eu pensar sobre ele de forma tão, é, incisiva, aí vai virar uma coisa sobre mim, né. Não vai ser sobre o livro, sobre o leitor ou sobre a obra e os outros fatores que estão envolvidos na construção da parada. (T.B.)

27 O delírio (tipográfico) de Brás Cubas, por Tereza Bettinardi. Disponível em: <<https://medium.com/@tbettinardi/o-del%C3%ADrio-tipogr%C3%A1fico-de-br%C3%A1s-cubas-4b3481d39ed3>>. Acesso em: 29 de julho de 2023.

28 *Op. cit.*

Pergunto de maneira mais direta sobre o projeto de Machado de Assis, para a Carambaia²⁹ (Figura 41) e complemento se ela acredita que não acrescentou nada ali. Ela responde:

Não, acho que acrescentei. Não, não. Quer dizer, acrescentei. Eu acho que eu dei um... Ato falho, né [risos]. Eu acho que eu dei um highlight sobre algum aspecto que em outras edições talvez não tenha, por exemplo. É... mas, mas eu não acho que eu poderia inventar alguma coisa que não tá lá, sabe. Então assim, a, a opção do tipo ah, vamos pegar imagens do Rio daquela época. É enfim, porque a minha percepção é de que o Rio de Janeiro era um personagem do livro. Então assim, tá lá né. Na verdade é o que você vai colocar o foco de luz ali. E entender também que você não pode dar um foco de luz desproporcional à coisa. Então por exemplo, não é que ah, tá a história se passa no Rio de Janeiro, mas é só por causa disso, agora eu vou ficar botando um monte de fotos. Não. Na verdade isso teve até uma preparação. Tipo, de ler análise do livro, né. Tipo, lembro de ter visto algumas palestras ou mesmo a fortuna crítica sobre o livro, né, que rolou muito tempo depois. Que tudo bem, não está contemplada na edição da Carambaia, mas assim, existe um... não é uma revisão, mas uma releitura, uma leitura de outros pontos de vista desses aspectos da obra do Machado que eu acho que poderiam estar colocados agora, sabe. Então não é uma coisa que tá ah, só porque é no Rio de Janeiro vou botar foto. Não. É que na real, toda obra dele, enfim, tem um embasamento que também fala um pouco sobre isso, sabe. (T.B.)

29 Há dois textos em seu medium nos quais Tereza delinea o processo de fazer o design dos livros *Dom Casmurro* e *Memórias póstumas de Brás Cubas*, ambos para a Carambaia. Disponíveis em: <<https://medium.com/@tbettinardi>>



FIGURA 41 Imagens do livro *Dom Casmurro*, de Machado de Assis, editado pela Carambaia e projeto gráfico de Tereza Bettinardi. Fonte: <https://terezabettinardi.com/Dom-Casmurro-2016>

Para Flávia:

Putz. Não sei. Eu não sei se eu... eu acho que não, viu, porque eu me vejo muito... Eu acho que o trabalho do designer é diferente do trabalho de um artista. O design é arte aplicada, né? Eu tô trabalhando em função de uma outra coisa. Tipo, quando eu estou fazendo o projeto de um livro, eu estou trabalhando para aquele texto daquele autor. Se tem alguma coisa que eu tenho que comunicar, é a intenção do autor. Que seja num detalhe... a escolha da fonte pode estar ligada com a época, porque é um autor do início do século. Quando se tem alguma sutileza, que às vezes pro leitor não vai ficar explícito, o leitor não vai entender de fonte o suficiente para saber que aquela fonte é inspirada na tipografia X ou Y de tal época. Então, pode ser até que eu esteja comunicando alguma coisa, mas não num nível que... Nem sempre vai ser aprendido. E eu acho que se eu estiver comunicando alguma coisa, tem que ser alguma coisa do texto, do autor. Entendeu? Não minha, da Flávia. Eu tenho que conseguir comunicar o que aquele livro comunica, o que o livro quer passar. Ou em termos de estilo, de sentimento, de imagem. Eu acho que é isso. Não sinto que estou comunicando algo do meu trabalho, tô comunicando algo do trabalho do autor. (F.C.)

Para Luísa:

Acho que sim. Acho o que eu realmente quero deixar aí, no momento que eu não trabalhar mais com livros e o que eu quero deixar de legado, é que a capa não tem que ser uma coisa... eu acho que a literatura às vezes leva muito a sério e a gente pensa que quem lê é muito intelectual e usa palavras difíceis e eu quero quebrar um pouco isso, sabe? Eu quero mostrar que não. O livro não é para ser uma coisa nariz empinado, sabe? É pra ser divertido, é para ser acessível e eu acho que o que eu tento falar com mais capas é quebrar um pouco também esse estigma no design. Mesmo sendo a literatura que ela é séria e que ela é relevante, a capa não precisa ser preta, escrito e deu. Ela pode ser também divertida, ela pode ter cor, porque a literatura também extravasa às vezes. Acho que isso é possível a gente trabalhar na capa. (L.Z.)

Para Ildembergue:

Ah, com certeza. Na parte do miolo, eu acho que a minha intervenção maior é quando eu recebo aquele material, quase sempre muito desorganizado em termo de hierarquia, da organização da informação. Então a partir do momento que eu pego essa informação e dou a ela uma sistematicidade, para que a pessoa possa “opa, aqui está seguindo uma lógica de construção do pensamento.” Quando pego um diagrama que vem todo feito no PowerPoint, todo malfeito e dou a ele uma estética, um redesenho, que redistribui e dou a ele uma outra conformação... Então, a minha primeira intervenção, que eu acho, a minha primeira contribuição é Nesse sentido. Tornei aquela informação mais clara e mais acessível. Os autores sempre têm uma receptividade muito boa em relação a isso, quando eles veem que aquele material que eles fizeram de um jeito, você consegue transmitir de outra forma... tornando isso mais eficaz, efetivo, na comunicação, eles ficam bem satisfeitos. E na capa, né? Obviamente, porque ali é onde você dá a sua interpretação que está lá dentro. Eu sei que na questão do livro acadêmico isso é um pouco mais limitado, mas a partir do momento que você lê e você “não, qual vai ser o chamariz aqui?” Como é que eu vou trazer esse tema e vou transformar ele numa imagem ou fazer alguma menção a ele de alguma forma nessa capa. Eu acho que tem toda a sua marca ali, no sentido que você está interpretando aquele conteúdo, você está repassando o seu ponto de vista e está validando o que está lá dentro. E quando o autor concorda que a leitura que você fez funciona. Então a gente está conversando, né? Eu acho muito interessante, muito rico e importante. (I.L.)

Para Rodrigo:

Mais do que o autor. (risos) O autor, às vezes, é mais direto. Eu não, eu sou cheio de coisa. Eu digo, digo mesmo. Quando o projeto é esse que eu estou dizendo. Quanto mais liberdade, quanto mais autonomia eu tenho no projeto, no circuito, mais jogos eu faço, né? Ainda tem isso, né? E faço coisas também que vão estar mais ou menos perceptíveis, mas que talvez ninguém saiba dizer. Eu gosto de pensar nisso também. Que eu fiz um negócio ali. Sei lá, teve um livro de Jeder que é um romance (Figura 42), que é um cara que tá fazendo doutorado no Canadá, que gosta muito de rock e metal,

então o livro é todo permeado por bandas, por esse tipo de coisa. E eu fiz... eu descobri Robert Bringhurst, do Elementos do Estilo Tipográfico. Tem uma parte que ele fala da harmonia das manchas com relação às notas musicais. Aos intervalos musicais; não é as notas, é os intervalos. Então, eu sabendo disso, fui procurar o intervalo chamado trítono, que é um intervalo que foi endeusado pelo metalheiro como se fosse o intervalo do diabo. Foi proibido pela igreja no século 15, 16. Na verdade, o problema dele é que ele é muito racional só. É um intervalo muito medido para os padrões de beleza que calculam essa certa imperfeição. Então a terça musical não são três, é dois e meio. E desse trítono são três mesmo, é um intervalo esquisito que o Black Sabbath, a banda, usa muito. É aí pronto. Aí o livro foi composto de acordo com essa composição, as pessoas vão entender isso? Nunca, jamais. (R.A.)



FIGURA 42 Edição do livro *Levedação*, de Jeder Janotti Jr., editado pela Titivillus Editora e projeto gráfico de Rodrigo Acioli. Fonte: <https://www.titivilluseditora.com.br/product-page/levedação-1>

3.8 SOBRE UM BOM DESIGN DE LIVRO

Para Tereza Bettinardi, um bom design de livros tem uma relação com as limitações do projeto, sobre como “tirar o máximo a partir de poucos recursos” e como otimizar “o processo de produção do livro”. Além disso, ela também ressalta a importância dos outros profissionais da cadeia do livro nesse processo, como o

editor que pode ter uma “sacada incrível” para a capa e isso “potencializa a venda”. Embora, sempre evidencie que há vários critérios que estão fora do controle do designer no processo de fazer livros.

Para Flávia Castanheira, um bom design de livro tem “uma mancha boa de ler, que não faça ficar prestando atenção naquilo”. Também gosta, enquanto leitora, “de livro de bolso, brochura, pequenininho, bem molinho, bem fácil de dobrar, com papel vagabundo que amarela rapidamente – o departamento comercial das editoras odeia porque a livraria devolve, depois de um tempo”. “O livro existe, ele envelhece”, complementa. Fora isso, o que chama atenção em um projeto gráfico

“pode ser mil coisas diferentes. Às vezes uma capa muito bonita, uma capa muito bem feita, muito inteligente, que tem a ver com o livro, que chama atenção. Isso pode ser várias coisas: pode ser uma capa tipográfica, uma capa com uma obra de um artista, uma ilustração... não tem resposta. Isso que é o mais legal de fazer livro. Cada livro é uma história diferente. Cada livro é uma coisa diferente. Cada livro pode ser uma coisa diferente, que vai te atrair, que vai ser bacana”.

Para Luísa Zardo, um bom design de livro

“tem que ser legível, acho que é o mais importante. Coisa número 1, que um bom design de livro tem que fazer é comunicar título, autor e tu conseguir abrir e conseguir ler. Isso é o básico. Uma leitura confortável. Mas eu acho que um bom design de livro é acessível. Ele comunica, mas ele também interessa, ele também vai captar o olhar do possível leitor e chamar ele sem precisar depender de divulgação em rede social. Ele tem que funcionar sozinho. Eu acho que um bom design, ele funciona sozinho. Ele não precisa de ações de marketing. Ele tá ali, tu joga ele no mundo e ele vai saber comunicar. Ele vai saber chamar a atenção do leitor e ele vai funcionar como produto. Eu acho que são essas as etapas.”

Para Ildembergue Leite, um bom design de livro

“é o que dá vontade de ler. Bonito e bem estruturado. Tem livros que você abre e dá preguiça só de começar, mas quando você vê aquele livro que ele te chama... e não é nem questão de densidade de informação. Às vezes o livro é extenso, mas ele tem um apelo, e isso não passa necessariamente pelo uso de imagem. Às vezes uma simples mancha gráfica, você olha assim e “não, vou deslizar aqui dentro.” Tem um colega da gente, um revisor, que ele tem uma máxima que a gente sempre usa quando a gente pega esses projetos mais bagunçados e faz um projeto bonito e vistoso. Aí ele tem a máxima de dizer “parece coisa boa.” É exatamente isso, entendeu? Você olha, não importa o que está ali dentro, mas olha para o livro e parece coisa boa. Porque é isso. Aquele que te chama pra você ler. (...) Eu acho que o bom design é isso, é aquele que consegue tornar esse contato do leitor com o conteúdo ou com o próprio autor, ele consegue estabelecer essa conversa de uma forma clara, proveitosa e produtiva. Acho que aí, cumpriu o propósito dele. E quando o design contribui com isso, é fascinante. Agora sim, é uma coisa que eu sempre comparo. Lá, a gente tem um designer e tem

um revisor. O processo revisor é importantíssimo e as pessoas não valorizam. Mas é porque termina tendo dois perfis diferentes e eu até comparo. Eu digo, olha, se a gente fosse comparar as nossas profissões com o pessoal quando fala da questão da política, é como se a revisão fosse o saneamento básico. Ela é feita por baixo, ninguém percebe. É importantíssimo, mas ninguém percebe. Vai perceber se estourar, se aparecer algum erro, se aparecer algum problema, o pessoal vai apontar. “Olha, erraram aqui.” Agora, se o texto estiver perfeito, ninguém diz nada. E detalhe, ainda jogam o mérito pro autor, porque ninguém para pra pensar “eita, teve um revisor aqui.” Não, vai dizer “nossa, como essa pessoa escreve bem, olha que perfeito.” Ou então a editora recebe. Mas o profissional, o revisor, ele nunca recebe o mérito de nada. Ele só leva pancada. Impressionante. Já o designer, não. Quando a coisa está bem-feita, é só elogios. “Nossa, que livro bonito.” O pessoal fala logo, é automático. A gente tem uma vantagem em relação a um profissional que é tão importante quanto, que está do nosso lado, mas que não é reconhecido. Porque o mérito dele é não ser notado. Se tiver um errinho, ferrou tudo. A gente não. O nosso mérito é ser notado, porque as pessoas percebem. Quando pegam um livro que elas gostam, elas não sabem nem o que está ali dentro, mas a primeira frase é essa, “nossa, que livro bonito, olha como está perfeito.” A gente tem essa vantagem, que é muito bom.”

Para Rodrigo,

“tudo que Aldus Manutius fez é um bom design de livro. Tudo que eu vi dele é maravilhoso. E eu estou tentando fazer um que ele gostasse, talvez seja essa a minha ideia. Mas é isso, a beleza não tá dada de antemão, isso é o que importa muito no livro, é um formato super estável. A gente tem, por baixo, pelo menos quase 2 mil anos de códice. O livro como a gente conhece, com começo, meio e fim, com capa, lombada: essa estrutura do livro tem aproximadamente 2 mil anos. Sua difusão tem um pouco menos, do século 4, 5. Para ele ganhar definitivamente do papiro ou dos outros formatos. Ou seja, o texto já trabalhado em papel também, a gente tem muito tempo de pensamento sobre mancha gráfica, comportamento textual, quantidade de palavras por linhas, de linhas por página, de caracteres, de entrelinha... a gente tem uma excelência disso desde a idade média. Não é à toa que aquele chatão, Jan Tschichold, chato demais. Mas a lombra dele toda foi procurar na idade média, né? Ele disse “ó, os caras já resolveram aqui, vei.” A gente tem uma estabilidade muito grande. O livro é um objeto muito estável. É um objeto de conhecimento que, com toda digitalidade do mundo, a gente ainda está num período tentando emular o que é um livro. Porque o livro ainda é melhor, a apreensão de conhecimento. O livro é ainda uma das coisas, talvez para as outras ciências, não, mas para as ciências humanas, para as ciências da literatura e da linguagem, a apreensão do livro é ainda o que a gente tem de mais sofisticado na sociedade. Ao mesmo tempo que essa coisa está tão formal, tão formalizada, tão estruturada, me encanta saber que ele é novo ainda. Que ainda tem coisa por fazer. Há um livro novo ainda, há um livro para ser feito ainda e cada livro

pode ter uma expressão nova de fazer, de habitar diferente e tal, e é uma experiência artística, né? Então eu acho que um bom livro faria as duas coisas por mim. Ele me daria um experiência intelectual **** e uma experiência sensível ****. Me faria pensar “*****” e ao mesmo tempo “Tem alguma coisa que eu tô sentindo aqui, eu tô lendo mais rápido, agora eu tô lendo mais devagar. O que que tá acontecendo se o texto é o mesmo?” Então eu acho que um bom livro, o livro ideal, o livro utópico, seria um livro que ia me dar uma super teoria, talvez. E um ritmo de leitura que ele iria mudando o livro de acordo com o conceito sendo tratado. Conceitos mais simples, mais fluído. Daqui a pouco, para. Bloco grande. Tudo lento. Mas isso com uma unidade absurda, né? Sem ficar aquele negócio parecendo [inaudível]... Então, pronto, esse livro não está feito ainda. Nem foi escrito, tá ligado? Acho que esse livro seria um livro bonito. Para mim, seria isso.”

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Ao longo desta pesquisa, discutimos o design de livros por diversas perspectivas. Este capítulo teve como objetivo compreender como os designers contemporâneos brasileiros projetam livros e quais os fatores que são levados em consideração durante esse processo. Nesse sentido, foi um esforço para fazer uma aproximação com a prática cotidiana e imediata do design de livro no Brasil. Para tanto, elencamos cinco designers e os entrevistamos segundo um roteiro de entrevista construído a partir das perspectivas teóricas apresentadas nos capítulos 1 e 2.

Esses relatos deram substância e contexto ao que havíamos discutido nos capítulos anteriores, mas também revelaram outros aspectos implícitos nas etapas anteriores. No capítulo a seguir, esses aspectos serão articulados aos conceitos oriundos da revisão de literatura e explicitados por meio da proposta de diagrama da prática do design de livro. Sempre que possível, ao delinear as categorias da nossa proposta, remeteremos a algumas falas específicas e experiências desses designers.

Por fim, gostaríamos de evidenciar a interdisciplinaridade presente nos estudos sobre os livros também se torna evidente no relato dos atores que materializam o livro e da heterogeneidade dos aspectos que articulam. Sua complexidade faz com que as entrevistas sejam contingentes, de modo que não é possível traçar uma linha única que costure todos os modos de produzir e fazer circular um livro. No entanto, esse procedimento metodológico ajuda a explicitar a complexidade dessa prática a partir de um dos atores da cadeia produtiva: o designer de livros.

CAPÍTULO 4

PROPOSTA DE DIAGRAMA SOBRE A PRÁTICA DO DESIGN DE LIVROS

No primeiro capítulo, apontamos tanto como o design de livros não figurava nos modelos de cadeias produtivas das disciplinas que têm o livro como objeto de estudo, quanto como a própria literatura do design de livros não insere e situa a prática em seu contexto. Com isso, pudemos elencar elementos da cadeia produtiva do livro, que não eram contemplados pela literatura disciplinar, e compreender as práticas de design como enquadramento. Em seguida, no segundo capítulo, fizemos uma crítica ao paradigma hegemônico no design, demonstrando os limites da ideia de “transparência” e “invisibilidade”. Propusemos a materialidade probabilística como alternativa: um modo de pensar a forma de maneira dinâmica, viva e não prescritiva. Então, no terceiro capítulo, entrevistamos cinco designers de livros brasileiros para compreender as preocupações que permeiam suas práticas, analisando, comparando e contrastando seus relatos para evidenciar temas recorrentes.

Desse modo, a partir das contribuições de diversas naturezas, este capítulo tem como objetivo apresentar uma visualização que compreenda e demonstre os diversos fatores que intervêm na atividade do design de livros. Nesse sentido, estamos de acordo com a finalidade da área de Cultura impressa de Murray (2021), que se dedica a explorar a “interação entre as dimensões textual e material do livro, especialmente quando elas existem em tensão” (p. 4), perpassando seus aspectos sociais, culturais, econômicos e culturais. Além disso, esta proposta incorpora o paradigma da materialidade probabilística, trabalhado por Drucker (2013, 2014, 2017), não apenas como um aspecto fundamental da prática, mas também como um fundamento teórico. Isso se expressa, sobretudo, pelo pressuposto fundamental de que a atividade do design de livro é sempre relacional e contingente; só pode adquirir concretude em situações específicas – tal é a natureza das categorias apresentadas a seguir.

4.1 PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO DIAGRAMA

Com o intuito de tangibilizar a complexidade da prática do design de livros que argumentamos ao longo desta tese, elaboramos uma visualização. Para Strauss e Corbin (2008), os diagramas na teoria fundamentada “mostram a densidade e a complexidade da teoria. Em razão disso, é sempre difícil traduzir a teoria de palavras para uma forma gráfica concisa e precisa” (p. 228). Portanto, compreendemos a visualização de informação como um argumento visual, muito útil para reunir os pontos discutidos durante a tese e articulá-los para propiciar a compreensão e discussões acerca da prática do design de livro. Partindo da premissa que fundamentamos no capítulo 2, vamos explicitar as escolhas gráficas e diagramáticas da visualização que apresentaremos, uma vez que sua configuração visual também faz parte do discurso que construímos e, portanto, também informa. Ou seja, concordamos com Drucker (2021) ao apontar que a produção de uma visualização já é, por si só, um ato de interpretação, pois não só exibe os dados, mas cria e reforça significados.

Os modelos de cadeia do livro foram nosso ponto de partida para elencar os elementos que fariam parte da visualização da prática do design de livros. Entretanto, partimos do diagnóstico de que o design de livro era subrepresentado. Por isso, a partir da revisão de literatura feita no Capítulo 1, decidimos listar os elementos diretamente relacionados ao design de livros, mencionando também os demais atores da cadeia que têm relação direta com a materialização do projeto gráfico. A isso, acrescentamos os fatores oriundos da revisão de literatura do capítulo 2, que fornece a principal contribuição teórica para o paradigma da materialidade probabilística – e, por fim, elencamos os fatores que diagnosticamos nas entrevistas com os designers de livro. Além disso, um pressuposto fundamental foi incorporar nosso trabalho anterior, que enumerou os elementos gráficos e materiais que os designers de livro podem articular para criar uma camada de significado na configuração do objeto (Cf. Oliveira, 2016). Com isso, chegamos ao esboço mostrado na Figura 43.

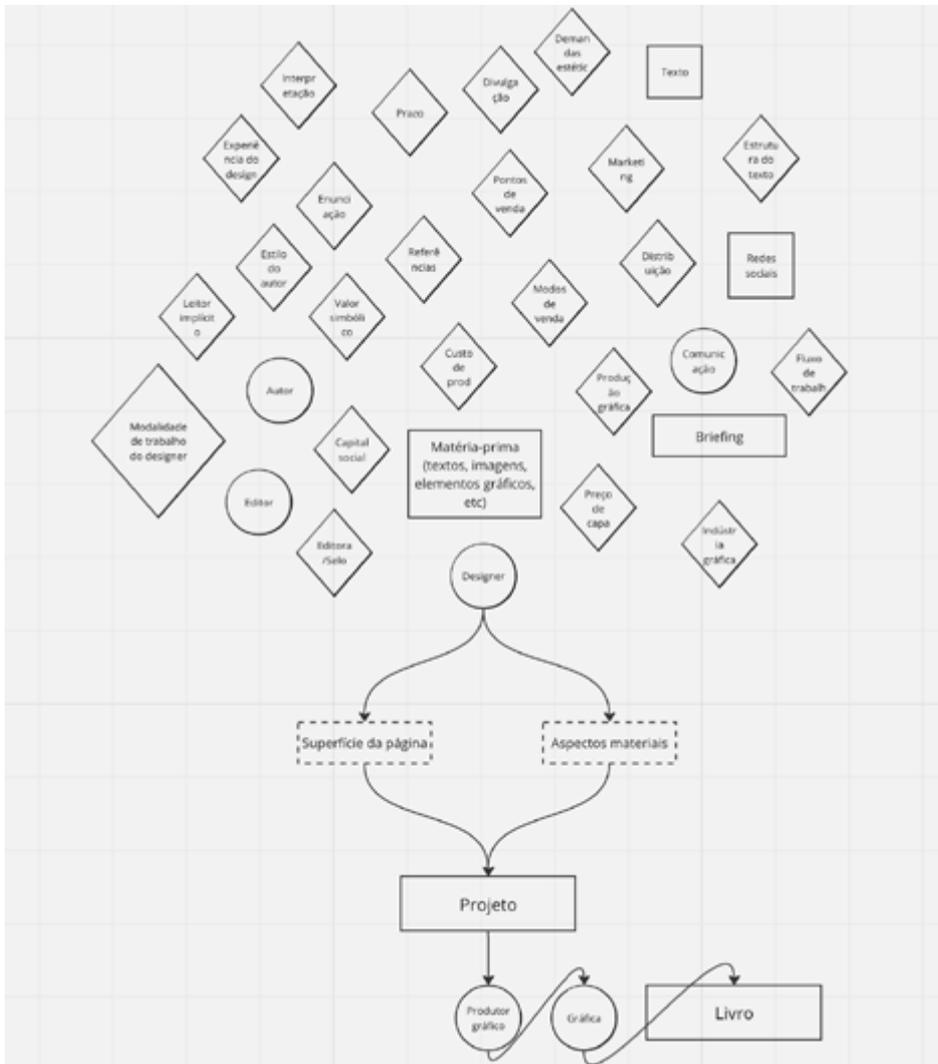


FIGURA 43 Esboço inicial do diagrama, que elenca os principais elementos.

O ponto de partida desse primeiro diagrama também teve o intuito de seguir a linguagem gráfica comumente presente nas representações das cadeias de livro.

No entanto, observamos que a ideia de um diagrama com poucos elementos gráficos distintivos não daria conta do que estávamos buscando construir.

A partir disso, buscamos reunir os elementos heterogêneos, nos remetendo à ideia de modelo que Bhaskar (2013) propõe: quais seriam os fatores que poderíamos agrupar por surgirem de motivações ou naturezas semelhantes? Com isso, chegamos a oito agrupamentos – que chamamos de classificações³⁰ –, que subdividem em 28 categorias³¹. Os agrupamentos foram importantes para organizar a discussão e contribuir para o entendimento geral da visualização. Nosso argumento é que essas categorias são materializadas no projeto gráfico, então eles devem convergir para ele – que, por sua vez, é expresso por meio de dois aspectos principais: a superfície da página e os aspectos materiais. Com isso, organizamos os dados em uma planilha para elaborar uma visualização. Remetendo à ideia das cadeias e do processo produtivo, escolhemos a visualização aluvial (ou *sankey diagram*), para sugerir a sequência de etapas. Esse segundo esboço está na Figura 44.

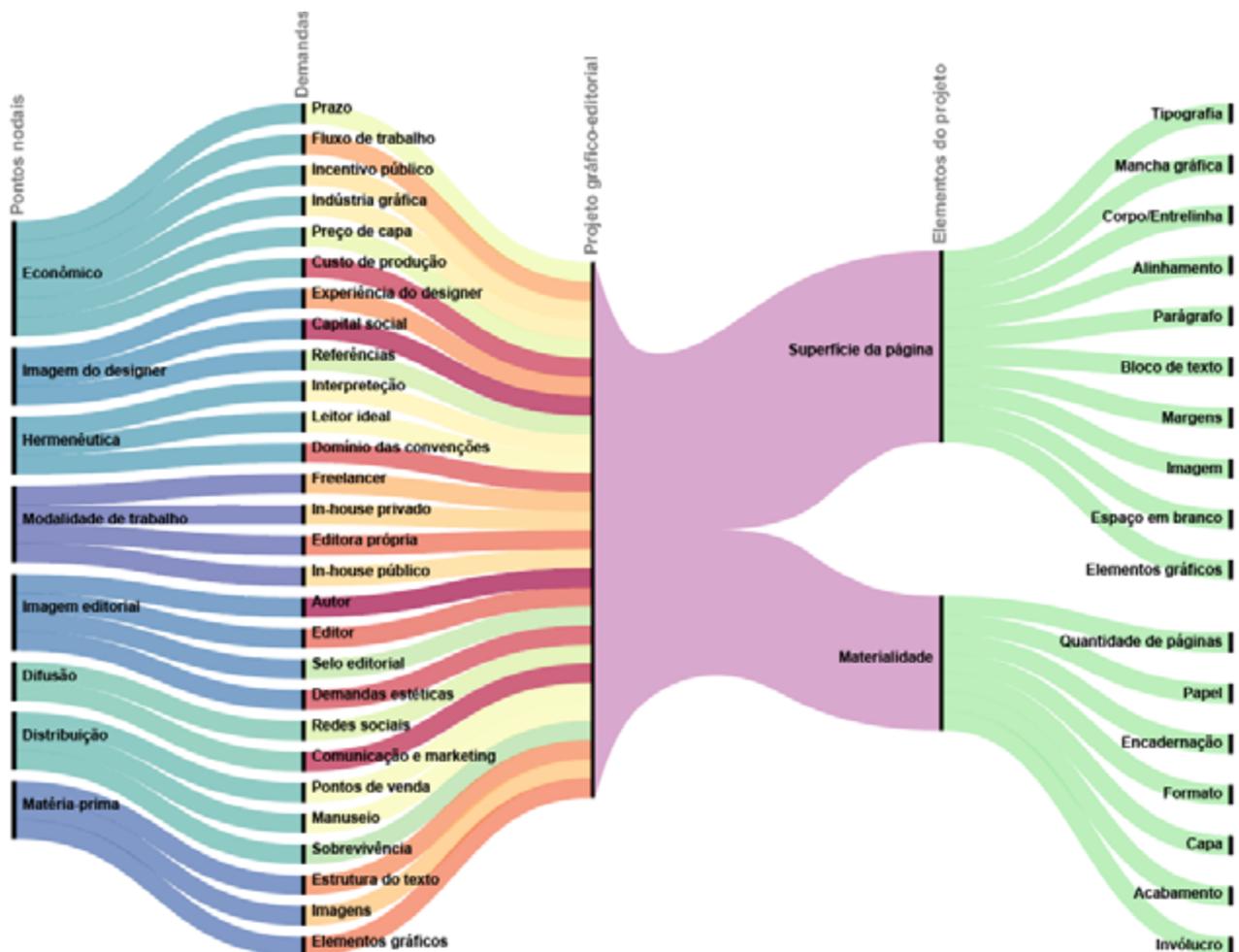


FIGURA 44 Segundo esboço da visualização, que elenca uma sequência de etapas.

30 Utilizamos a nomenclatura "classificação" a partir do que é definido por Strauss e Corbin (2008), agrupando categorias que possuem alguma ou algumas características e propriedades similares: a maneira como definimos e interpretamos essas características determinam "as várias formas por meio dos quais os conceitos são classificados" (p.106).

31 "Categorias são conceitos, derivados dos dados, que representam fenômenos" (Strauss e Corbin, 2008, p. 114).

Esse tipo de visualização é muito produtiva para demonstrar as ramificações e as convergências em cada um dos eixos paralelos determinados, além da noção de continuidade entre cada um dos fatores. No entanto, sua configuração mais linear pressupõe uma hierarquia que não é adequada para a nossa proposta; como vimos, o processo do design de livros dificilmente é tão linear. Além disso, dado que as larguras das linhas também constituem informação, essa visualização dá a entender que todos esses fatores são igualmente importantes em todas as ocasiões. Nesse sentido, concordamos com Drucker (2021), que “embora todas as visualizações sejam interpretações, algumas são mais adequadas à estrutura de um determinado conjunto de dados do que outras” (p.90). Ainda, é importante explicitar que durante o desenvolvimento dos esboços a própria informação textual também era modificada, numa relação dialógica entre forma e conteúdo, pois, conforme aponta Strauss e Corbin (2008), “o próprio ato de fazer o diagrama final integrador vai ajudar o analista a finalizar as relações e a descobrir falhas na lógica” (p. 228). Assim, uma vez configurada, a informação também é lida de uma outra maneira por nós e, portanto, aponta para aspectos que antes não estavam evidentes. No entanto, Strauss e Corbin (2008) apontam que “no final, é importante ter uma versão clara e gráfica da teoria que sintetize os principais conceitos e suas conexões” (p. 228).

A fim de minimizar o discurso da linearidade e enfatizar a natureza probabilística da prática, remodelamos a visualização para um dendrograma circular, de modo que a disposição radial dos elementos não implicasse em uma leitura linear do processo. Por outro lado, essa configuração poderia continuar demonstrando o processo de convergência dos fatores articulados pelo designer de livro e sua expressão por meio dos elementos projetuais. Com isso, pudemos reavaliar várias categorias, classificações, rearranjar agrupamentos, alterar termos, buscar fundamentação teórica adequada, etc., em um processo iterativo entre elaborar a visualização e fazer proposições teóricas.

O designer de livro encontra-se no centro da visualização devido à ênfase de nossa pesquisa. Se é verdade que encaramos essa atividade – e o próprio processo de pesquisa – como situado, não utilizamos a retórica da neutralidade, típica nas visualizações e gráficos (Drucker, 2017). Sabemos que, se estivéssemos centrando a análise em outro ator do processo, os fatores seriam diferentes. Desse modo, decidimos deixar pontilhadas as linhas que ligam os fatores ao designer de livro, para indicar que esses fatores nem sempre exercem influência explícita sobre as decisões de projeto. Buscamos, assim, mapear os aspectos que potencialmente podem ser determinantes para um livro.

Por outro lado, como ator da cadeia responsável pela materialização, o designer sempre deverá estar ciente das decisões diretamente relacionadas à materialização; essa é sua prática. Ainda que não tenha total autonomia para decidir sobre isso, é com esses elementos que deverá articular sua contribuição para o livro

– estejam eles pré-determinados ou não. Assim, a visualização que propomos está apresentada na Figura 45, que detalharemos no restante deste capítulo.

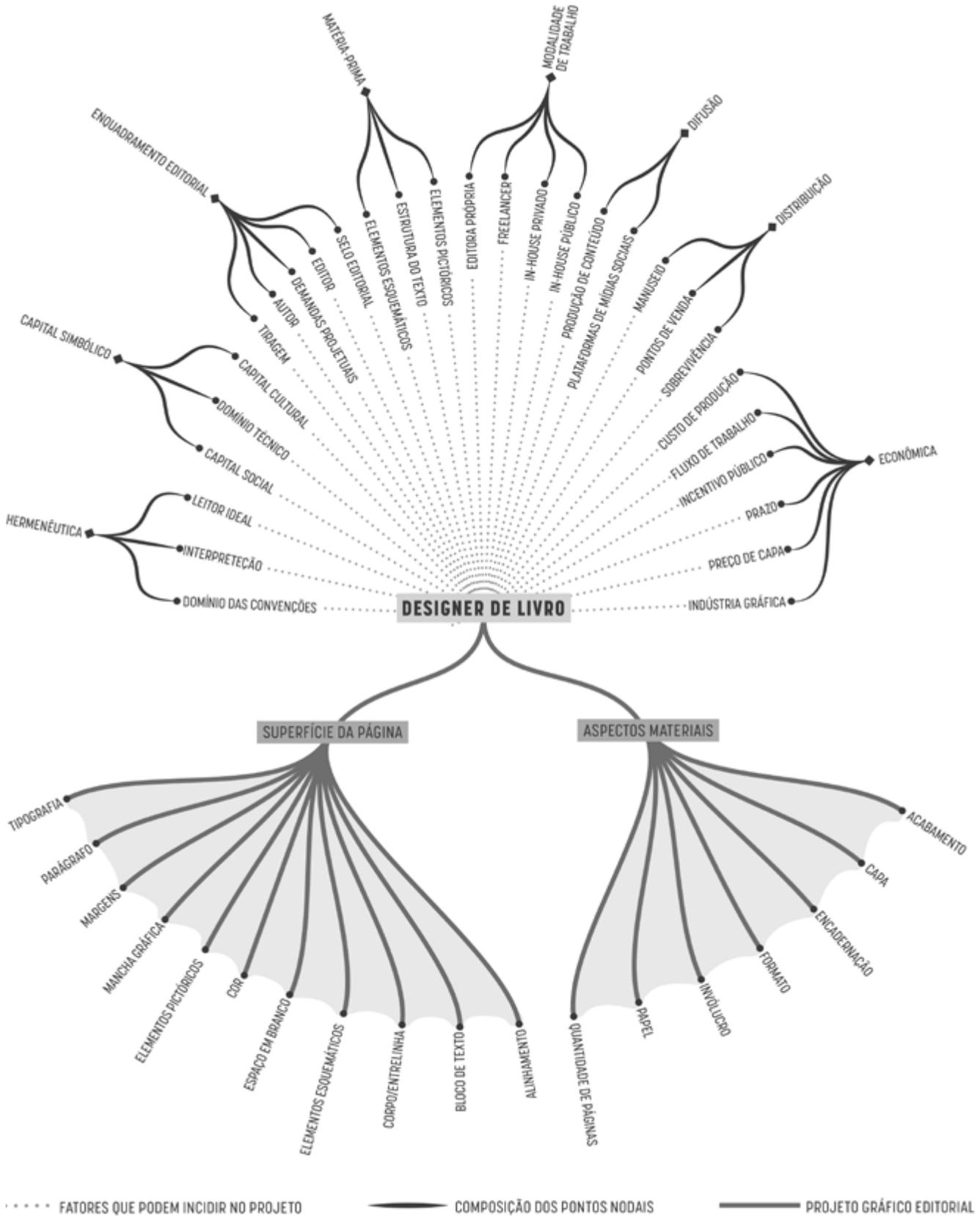


FIGURA 45 Proposta de diagrama da prática do design de livros.

4.2 A PRÁTICA DO DESIGN DE LIVROS

Antes de adentrarmos nas especificidades que constituem a proposta de visualização, é importante ressaltar algumas escolhas e limitações. A conjuntura econômica e social, como proposto no modelo de Darnton (1982) e que também tem equivalentes em Adams e Barker (1993) e Bhaskar (2013), não está explícita na visualização porque esses aspectos permeiam todas as condições e possui implicações em todas as categorias. Portanto, esses aspectos estruturais compreendem, direcionam e, também, limitam a totalidade do diagrama. Além disso, as condições tecnológicas também estão compreendidas nesse sentido, porque é uma consequência direta dessas estruturas amplas e profundas. Acreditamos que descrever os desenvolvimentos, condicionantes e consequências de todos esses aspectos foge do escopo desta pesquisa porque eles condicionam não apenas a atividade do designer de livros, mas sim estão imbricadas com sistemas políticos, econômicos, tecnológicos, sociais, etc.

Ao longo da tese, apontamos diversas vezes como o fenômeno do *desktop publishing* mudou as estruturas do mercado editorial e do trabalho do designer de livros. Por entendermos que isso condiciona toda a cadeia do livro, na pesquisa, isso é tido como um dado, não como um fator projetual. No entanto, é importante salientarmos que o designer de livro não adere de maneira passiva a essas condições. Pelo contrário, com frequência, designers de livro optam por não utilizar as últimas tecnologias da indústria gráfica, mas utilizar ferramentas “obsoletas” e, assim, agregar valor aos seus projetos. Ou seja, mesmo diante de uma estrutura tecnológica, o designer ainda possui uma autonomia relativa para lidar com essas condições de diferentes maneiras, a depender do projeto. Por exemplo, ao escolher produzir seu livro com tipos móveis impresso no prelo, Rodrigo Acioli utilizou de seu domínio técnico para criar valor e articular significados no livro a partir dos tipos móveis que dispunha – mas o projeto ganha valor exatamente por desviar das condições determinadas pela estrutura tecnológica.

Além disso, sabemos as limitações que os esquemas e generalizações possuem, correndo sempre o risco – ou a certeza – que algo irá faltar. Portanto, o objetivo dessa visualização não é esgotar todas as categorias que influenciam na prática do design de livros em qualquer circunstância, tampouco aparentar que todas possuem sempre a mesma influência, independente do contexto. Queremos elucidar a complexidade e a quantidade de forças explícitas e implícitas que atuam na prática do design de livros. Ao mudar o ator – que é o ponto focal dessa visualização – é possível que muitas dessas categorias se mantenham, mas é ainda mais provável que muitos deles se modifiquem para se adequar ao novo contexto. Ainda, é importante ressaltar que essa visualização busca contemplar aspectos referentes à prática de design de livros no Brasil contemporâneo. Então, é pertinente que ela seja sempre revista e revisada para se adequar aos novos contextos que virão – acrescentando, modificando, excluindo classificações.

Além da generalização, outra importante consideração é a heterogeneidade dos elementos da visualização. As categorias e classificações que apresentaremos são de naturezas muito variadas: alguns dizem respeito a aspectos imediatos e físicos, outros, dizem respeito à interpretação – que é altamente abstrata. Ao contrário de ser uma incoerência, optamos por reunir esses elementos heterogêneos em uma única visualização precisamente porque demonstra os diversos graus de abstração e variedade de categorias com que o designer de livro precisa lidar ao tomar decisões projetuais. Talvez, o maior desafio desta pesquisa seja explicitar o modo como o enquadramento de todos esses elementos são consolidados e materializados em um único objeto: o livro.

De maneira geral, a visualização está dividida em duas grandes partes: **categorias** e **projeto gráfico**. As categorias contemplam as classificações e suas respectivas ramificações referente às questões que influenciam diretamente no processo de fazer design de livros, mas que precedem a elaboração do próprio projeto. Estes estão divididos em: econômico, distribuição, difusão, modalidade de trabalho, matéria-prima, enquadramento editorial, capital simbólico e hermenêutica. Compreendemos que essas classificações também informam entre si, mas a separação deles em ramificações é frutífera para promovermos a discussão. O projeto gráfico, por sua vez, consiste em elementos com os quais o designer de livros opera de maneira mais objetiva e incidente e que compreendemos como a “junção dos elementos visuais e materiais que compõem um livro” (Oliveira, 2016, p. 106). Assim, mantivemos a divisão proposta anteriormente: a superfície da página e aspectos materiais.

Para utilizar essa visualização em situações mais concretas, ou seja, para compreender quais fatores são mais influentes em determinado projeto, recomenda-se que sejam criadas zonas, linhas mais espessas ou algo semelhante para que os fatores mais pertinentes para aquela situação sejam evidenciados.

4.2.1 Categorias, por classificação

4.2.1.1 Econômica



Como vimos na discussão do capítulo anterior, o aspecto econômico é bastante determinante no processo de fazer design de livros. Essa dimensão está profundamente imbricada na história e na forma do livro, como Melot (2012) aponta: “a adequação geométrica do livro à fabricação em série, sua adaptação ao modo de produção capitalista, é uma das principais razões de seu sucesso no Ocidente e sua mundialização precoce” (p. 110). A dualidade entre mercadoria e bem social é amplamente reconhecida e discutida na literatura e foi delineada no Capítulo 1 – o fato é que essa dimensão econômica contribui muito para a complexidade desse artefato, uma vez que “por sua produção em massa, a indústria do livro oferece ao pesquisador um material rico, onde estão inscritas, a um só tempo, a história econômica, social e das ideias” (*ibid.* p. 124).

Essa classificação possui aspectos de escalas distintas, porém profundamente inter-relacionados. Por exemplo, os aspectos relacionados à **indústria gráfica** foram bem delineados por Barone (2022), que contextualiza a possibilidade de editoras brasileiras terceirizarem a impressão em indústrias de outros países – sobretudo Índia e China – devido ao seu desenvolvimento tecnológico³². Isso aparece explicitamente no depoimento de Flávia, quando menciona o projeto de *O Passageiro Secreto* pela Cosac Naify; para ela, aquele livro só foi possível devido aos parques gráficos chineses, que viabilizaram aquela produção. De maneira oposta, Ildembergue apontou que os processos licitatórios subentendidos no serviço público também influenciam diretamente no seu trabalho – embora isso signifique, muitas vezes, contar com um serviço de baixa qualidade e, por vezes, refazer o processo de impressão.

O **prazo**, como apontado por Tereza, é um fator determinante para a exploração conceitual do projeto; para ela, quanto mais prazo, maior a expectativa de que o livro corresponda às especificidades do texto que deverá incorporar. Por outro lado, Ildembergue aponta que, em sua modalidade de trabalho, não há um condicionamento explícito de tempo. Nesse sentido, Hochuli (2020) também diz que o prazo é precisamente aquilo que interrompe o seu processo de exploração sistemática do projeto gráfico e o impele a tomar decisões – reconhecendo que, a depender das condições de trabalho, essa exploração seja altamente comprometida. A determinação dos prazos é definida por outros fatores – como o tipo de trabalho do designer, o tamanho da editora e a interação com outros atores da cadeia.

Esse último aspecto impacta, conseqüentemente, no **fluxo de trabalho**. A depender do arranjo dos processos para publicação e dos atores, isso pode influenciar na prática do designer de livro. Ildembergue, por exemplo, inicia seu processo para encaminhar o miolo do livro para o revisor, que é o trabalho com maior gargalo na editora. De maneira análoga, Luiza começa o seu trabalho de diagramação para

32 Uma referência importante sobre a indústria gráfica brasileira é de Earp e Konis (2005). Mais recentemente, Earp (2020) indica que a indústria nacional, desde 2013, passa pela pior crise da sua história. Além disso, é importante ressaltar que essas possibilidades são muito voláteis devido às flutuações cambiais e dinâmicas de economia externa.

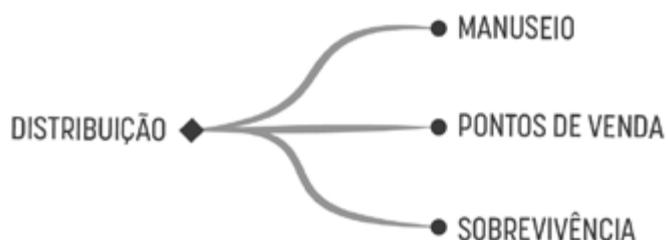
se adequar à necessidade de leitura do editor – embora, para ela, fosse melhor só trabalhar no miolo depois de ter a capa aprovada.

O **custo de produção** pode determinar objetivamente algumas escolhas de projeto: seja em termos de acabamento, formato, cor, quantidade de páginas, etc. Conforme apontado por Tereza no caso do projeto para o clube de leitura Tag: uma vez que o orçamento do projeto é pré-determinado, ela não poderia explorar muitas alternativas de produção gráfica, pois o livro já estava pago, em certo sentido. Esse fator também está relacionado a outros aspectos editoriais e tecnológicos: quanto maior a tiragem, o custo de produção se dilui e diminui o preço unitário, mas a editora precisa ter uma estrutura de distribuição e venda mais arrojada. Isso envolve, como Bhaskar (2013) aponta, um fator muito preponderante de risco – e muito bem contextualizado no Brasil atual por Conti³³.

Intimamente relacionado ao custo, está o **preço de capa**. Entretanto, o preço também pode ser direcionado por outros fatores, como o público. Tereza menciona que um projeto para adolescentes precisa prever um preço de capa coerente como o seu poder aquisitivo. Por vezes, a previsão desse preço de capa pode ocorrer em uma reunião editorial inicial ou estar prevista no briefing. Por outro lado, como no caso mencionado por Rodrigo, a discrepância no preço entre dois livros com produção gráfica similares pode ser uma barreira para a venda e, assim, enfraquecer a cadeia.

A conjunção desses fatores determinará a dimensão econômica da publicação de livro. Conforme Bhaskar (2013) aponta, é um dos modelos mais evidentes para a teoria da publicação, uma vez que dá as bases para uma indústria editorial e a constitui como tal. Então, de maneira geral, é necessário que a produção do livro gere retorno e algum lucro. Dado o alto fator de risco das editoras, essa aposta dificilmente compensa – então, o modelo econômico raramente é o único que orienta qualquer ator do campo. Em geral, há muitas outras formas de compensação – e, portanto, de capital – envolvidas, conforme apontado por Thompson (2013).

4.2.1.2 Distribuição



Onde o livro será encontrado e as condições a que será submetido também é um aspecto presente no processo de pensar o livro. Ao conjunto desses fatores, denominamos a classificação como distribuição. Os **pontos de venda**, sejam físicos e/ou online, são direcionadores de algumas escolhas de projeto. Luísa aponta que

33 Felipe Neto se engana sobre preço dos livros. André Conti, 19 de julho de 2023. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2023/07/felipe-neto-se-engana-sobre-preco-dos-livros.shtml>. Acesso em: 20 de julho de 2023.

pensa muito na lombada quando vai fazer a capa de um livro, uma vez que é o que vemos quando percorremos as prateleiras de uma livraria. Em relação ao online, tanto Flávia quanto Luísa comentam da importância de fazer testes de como a capa irá se comportar nos sites, em especial a Amazon, para que fique legível naquele tamanho. De fato, Caine (2023) aponta que o poder econômico da Amazon no mercado editorial “está mudando até mesmo a forma com os livros são diagramados (...) [e a empresa reconhece] o poder de uma boa capa que se adeque ao site” (p.35). Por outro lado, nos pontos de venda físicos, Rodrigo apontou um desafio de negociar com livreiros enquanto editora independente para conquistar um lugar expositivo adequado; boa parte de seus livros não poderiam ficar em estantes, simplesmente, porque não têm lombadas. Reconhecendo a importância desse elemento anatômico do livro, Luísa explicitou sua preocupação no momento de projetar suas capas.

O **manuseio** diz respeito tanto aos processos logísticos de transporte, em geral realizados por distribuidoras, quanto ao uso por leitores empíricos. Neste último, Tereza exemplifica em seu texto criticando a tendência de designers tratarem o livro infantil de maneira fetichista³⁴; para ela, sobretudo em um país com baixo índice de aquisição de livros como o Brasil, é preciso pensar em livros infantis que resistam à utilização de muitas crianças – uma vez que, provavelmente, só terão acesso a eles por meio de bibliotecas. Embora isso seja particularmente explícito com os livros infantis, esse aspecto pode ser generalizado para o pensamento da materialidade dos livros em geral.

Intimamente relacionado a isso está o ponto da **sobrevivência**. Esse ponto ressalta o fato que, segundo Melot (2012), os livros são feitos para durar. Isso subentende, também o enquadramento editorial – nos termos de Bhaskar (2013) –, que Warde (1956) delinea de maneira muito clara: “alguém precisou ‘tornar aquilo em um livro’ no sentido literário; e isso envolve duas referências à forma do livro físico” (p. 28). O termo é oriundo da contribuição teórica fundamental do modelo de Adams e Barker (1993), que reitera que, dos fatores que determinam a sobrevivência de um livro, temos seus aspectos físicos: o formato, os materiais de que são feitos, a encadernação, etc. Isso, por sua vez, pode levar o livro a se tornar raro, com o tempo, e adquirir um novo status e, assim, mais valor monetário.

Embora estejam relacionados e partilhem alguns aspectos comuns – sobretudo nas decisões acerca da materiais –, os fatores de sobrevivência e manuseio não coincidem. Podemos explicar isso com duas categorias de livro bastante diferentes: o livro de bolso e o livro de mesa de centro³⁵. O livro de bolso é um tipo de livro que deve ser projetado para se conservar com muito manuseio, mas dificilmente é um livro cuja sobrevivência esteja garantida. Por outro lado, o livro de mesa tende

34 Livro infantil: fetiche dos designers?, por Tereza Bettinardi. Disponível em: <<https://medium.com/@tbettinardi/livro-infantil-fetiche-dos-designers-64f59b68f106>>

35 Melot (2012) utiliza o termo *coffee table book*.

a ser um livro que utiliza materiais e assume formatos muito propícios para sua sobrevivência, mas são, em geral, muito pouco manuseados.

4.2.1.3 Difusão



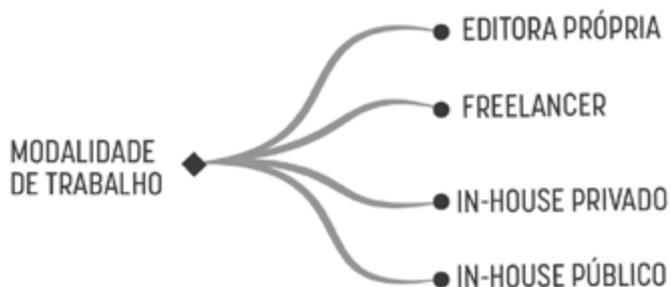
A difusão também é uma classificação que tem ganhado cada vez mais importância, para possibilitar a aquisição dos livros. A categoria de **produção de conteúdo** pode criar demandas imediatas ou mais distantes para os designers. Por exemplo, uma prática que tem se tornado cada vez mais comum é registrar momentos do processo criativo para que isso seja utilizado como conteúdo na difusão do livro, uma vez concluído – adequando-se ao conceito de marketing de conteúdo. Por exemplo, Luisa relata muitas decisões de projeto por meio das redes sociais da editora em que trabalha. Também, de maneira imediata, a designer relatou a demanda de produzir fotos dos livros para difusão nas redes sociais, quando estão materializados. Essa categoria pode desempenhar um papel crucial nas estratégias de pré-venda ou financiamento coletivo, fazendo com que designers possam recorrer ao uso de *mockups* para simular o livro produzido e, assim, convencer os leitores em potencial a financiar o projeto. Por outro lado, Flávia revelou que tende a se manter distante desse tipo de atividade, deixando à editora – em geral, às pessoas responsáveis pelo marketing – essa responsabilidade.

Por **plataformas de mídias sociais**, estamos compreendendo as dinâmicas e demandas específicas das plataformas de mídias digitais – como Instagram, Youtube, TikTok, Twitter etc. Devido às suas especificidades e complexidade, não seria possível abordarmos fenômenos como o surgimento *booktubers* e *book-tokers*³⁶, por exemplo. Todavia, essa dimensão pode informar a produção dos designers, uma vez que uma demanda de projeto para alguns livros consistem em ser “instagramáveis”³⁷; um termo corriqueiro para corresponder aos fatores estéticos predominantes nas redes. Esse tipo de fenômeno aponta para o fato de que a familiaridade com esses códigos e convenções informam o projeto gráfico do livro, pois eles devem estar propícios a circular segundo as lógicas das plataformas digitais – que podem ser caracterizados por frases destacadas, títulos grandes, ilustrações, entre outros elementos gráficos.

36 Esses neologismos indicam a atuação de pessoas como mediadoras de leitura em diferentes plataformas de mídias digitais. Em diversos casos, a recomendação por esses influenciadores pode criar repercussões significativas no mercado literário. Um marco desse fenômeno, por exemplo, foi o impacto que a youtuber JoutJout causou em 2018, ao levar o livro *A parte que falta* para o livro mais vendido no Brasil. Para mais, ver: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/jout-jout-faz-o-livro-infantil-a-parte-que-falta-ficar-em-primeiro-entre-os-mais-vendidos-no-brasil.html>>

37 'Bookishness': entenda por que cultura digital estimulou fetiche pelo livro físico. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2022/10/bookishness-entenda-por-que-cultura-digital-estimulou-fetiche-pelo-livro-fisico.html>>

4.2.1.4 Modalidade de trabalho do designer

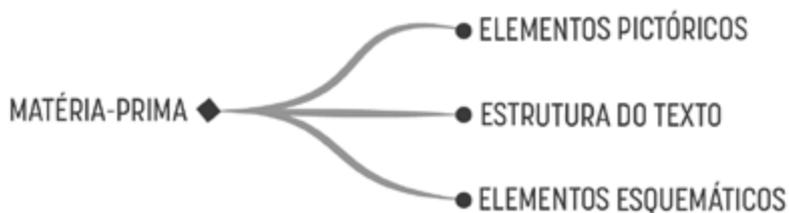


Nesse aspecto, compreendemos que a modalidade de trabalho ao qual os designers de livro estão vinculados também atua diretamente no seu ofício. Desse modo, mapeamos quatro tipos de modalidade – que não são excludentes entre si – que contemplam o ofício de design de livros contemporâneo no Brasil. A primeira delas denominamos como **in-house público**, que contempla os designers que trabalham editoras públicas, como é o caso da relação entre Ildembergue e a Editora UFPE. Já a **in-house privado** é referente aos designers que trabalham em editoras privadas, como Luisa Zardo com a Dublinense. Aqui, não consideramos a questão de a editora ser de economia mista, público e privado, porque o que nos interessa é a que tipo de modalidade de trabalho que o designer está vinculado. **Freelancer**, uma modalidade bastante comum no design de uma maneira geral, contempla os designers que trabalham em projetos pontuais para algumas editoras, mas sem vínculo empregatício, que é o modo como Flávia Castanheira trabalha na maior parte das vezes atualmente. E, por fim, os designers que possuem **editora própria**, nas quais muitas vezes exercem diversas outras funções na cadeia do livro para além do design, tal qual Rodrigo Acioli. É importante evidenciar, como dissemos inicialmente, que as modalidades de trabalho não são excludentes entre si. Ou seja, um mesmo designer pode, por exemplo, ter a sua editora própria, mas também trabalhar como *freelancer* para outras editoras – como é o caso de Tereza Bettinardi. Ou ainda, trabalhar *in-house* tanto público quanto privado, mas também ser *freelancer* para outros projetos editoriais.

As categorias relativas a esta classificação podem ser decisivas para as decisões do projeto gráfico. A depender do grau de familiaridade e confiança que o designer tiver com os outros atores da cadeia – sobretudo, o editor –, a materialização do livro pode variar bastante. Nesse sentido, podemos citar dois casos opostos que indicam o grau de autonomia das decisões do projeto. Quando o designer atua na cadeia apenas como um prestador de serviços, as decisões projetuais tendem a ser determinadas pelos modelos econômicos e por outros atores – o que reduz a sua autonomia. A modalidade de trabalho não é a única categoria que determina, mas tende a exercer um papel predominante, pois vai moldar as relações de trabalho, as instâncias de aprovação, entre outras questões muito práticas e circunstanciais. Por outro lado, quando a função de design e editor coincidem na mesma pessoa, isso amplia o grau de autonomia; podemos ver

claramente como os aspectos subjetivos indicam como Rodrigo e Tereza operam na edição e design de livros.

4.2.1.5 Matéria-prima



Como matéria-prima, compreendemos os materiais que o designer recebe, quanto os que ele faz para desenvolver o projeto gráfico do livro. O critério fundamental para esse agrupamento é que esses elementos deverão ser compostos em um mesmo projeto gráfico – essas sim a prática do design de livro. Por isso, algumas dessas categorias figuram também como elementos do projeto gráfico. Nesse ponto, utilizamos uma parte da classificação proposta por Twyman (1982) para a linguagem visual gráfica: elementos pictóricos e elementos esquemáticos. Por outro lado, conforme argumentaremos adiante, a linguagem visual verbal não é uma matéria-prima para o designer de livro; é o seu produto.

Pela categoria **elementos pictóricos** compreendemos quaisquer tipos de produção pictórica: fotografias, ilustrações, colagens ou quaisquer outras expressões. Elas podem ser já enviadas por outros atores da cadeia, encomendadas após as primeiras reuniões de projeto, desenvolvidas pelo próprio designer para suprir alguma demanda específica daquele projeto, etc. Nesse sentido, o designer pode atuar como o que Haslam (2007) denomina de diretor de arte: dá diretrizes, referências, dialogando com outros profissionais para combinar esses elementos heterogêneos no livro. Isso tende a acontecer para o projeto da capa, que requer um apelo visual mais contundente. Ainda assim, ocorre também no projeto como um todo: por exemplo, para publicar uma nova tradução do texto *O homem de areia*, a editora Ubu encomendou ilustrações do artista Eduardo Berliner (Figura 46), de modo que o livro materializou uma nova articulação entre o texto e as imagens produzidas por ele. Ildembergue, por sua vez, comenta que gosta de produzir as ilustrações e as fotografias que utiliza em seus projetos, mas dá preferência às ilustrações por considerar que deixa o trabalho mais original.

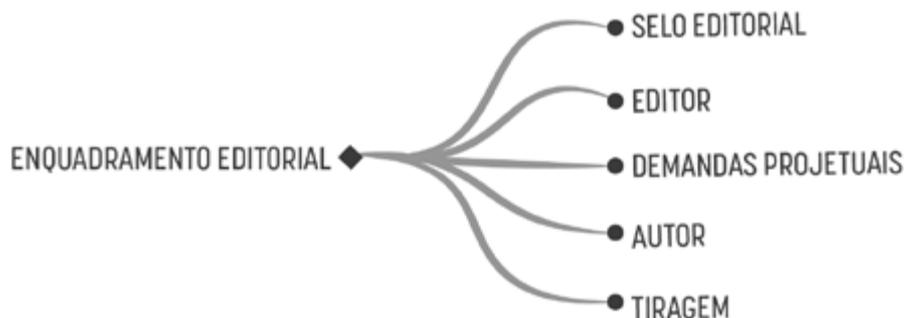


FIGURA 46 Fotos do livro *O homem de areia*, publicado pela Ubu, que se utiliza de obras do artista Eduardo Berliner como elemento pictórico para agregar valor à edição do livro.

Os **elementos esquemáticos** também operam da mesma maneira que a categoria anterior – com a diferença de que não são, necessariamente, imagens. Ou seja, podem ser texturas, padrões, elementos geométricos, etc, sobre os quais trataremos melhor sobre eles quando estivermos tratando sobre a superfície da página.

Conforme comentado por Tereza e Ildembergue, a **estrutura do texto** é uma importante orientação para tomadas de decisão de projeto gráfico. Se o texto tem muitos capítulos, se tem diálogos, se tem notas de rodapé, se tem citações, se tem muitas quebras de linha, entre tantos outros possíveis “se”, todos esses aspectos influenciam nas escolhas de projeto. Historicamente, uma das principais funções do trabalho tipográfico é precisamente a configuração gráfica dos elementos verbais. Nesse sentido, apenas a estrutura do texto é matéria-prima, pois é ela que vai condicionar as decisões do projeto gráfico que vão resultar na linguagem gráfica verbal, conforme Twyman (1982) a conceitua. É nesse sentido, também, que Hendel (2003) aponta que sabe “apenas como fazer o design do livro em que estou trabalhando no momento. Cada livro, como todos os livros, é único” (p.xi). Ainda assim, nessa categoria, não estamos considerando a interpretação que o designer faz do texto e como escolhe traduzir para o projeto – conforme discutido por Goggin (2010) e Mevis (2010).

4.2.1.6 Enquadramento editorial



O enquadramento editorial, por sua vez, é referente aos aspectos mais direcionados à editora que irá publicar o livro. Como Bhaskar (2013) argumenta em sua teoria da publicação, as editoras são hoje, mais do que nunca, criadores de quadros, não comerciantes de livros. Esse processo está fortemente calcado nas dinâmicas próprias do campo editorial, exemplarmente discutida por Thompson (2013). Entretanto, dado que nosso foco é na figura do designer de livro, essas dinâmicas foram encapsuladas nesta classificação, que já orienta esses fatores para o trabalho de materialização do livro.

Conforme apontado por Tereza, o **selo editorial** já sugere muitos caminhos pelos quais o projeto gráfico pode percorrer, indicando alguns códigos visuais daquele nicho em específico. Isso é endossado pelas considerações de Squire (2007), que afirma que os selos são utilizados para “sinalizar uma identidade das listas e demarcar divisões de gêneros [literários]” (p. 24). Como também aponta Souza (2022), enfatizando o enquadramento realizado para a capa, o designer precisa “estar ciente das particularidades dos selos editoriais e os respectivos públicos para quem a capa projetada se destina” (p. 171). Entretanto, ele também aponta que essa preocupação é frequentemente mediada pela equipe de marketing, de modo que, para o capista há “uma preocupação apenas subjacente quanto às informações que poderiam aprofundar o conhecimento a respeito do leitor que irá consumir o livro” (p. 298).

Intimamente relacionado ao selo editorial, o **autor**, com suas peculiaridades, também pode direcionar alguns aspectos projetuais. Por vezes, a figura do autor está inserida no mercado editorial com um status próprio, seja por seu estilo de escrita, seja por ser uma figura pública. Por isso, o livro pode enfatizar essa figura. Isso fica explícito no caso em que Tereza faz o projeto para o livro de culinária de Rita Lobo³⁸, que possui diversos outros produtos associados à sua figura pública. Entretanto, isso também influencia, de maneira menos evidente, nos projetos para os textos de Machado de Assis para a editora Carambaia: tanto a escrita do autor quanto o fato de existirem muitas outras edições dos textos permitiu que as decisões projetuais fossem mais ousadas. Nestes últimos casos,

38 Post no Instagram da designer. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Csb1xmsr-LP/?img_index=1>

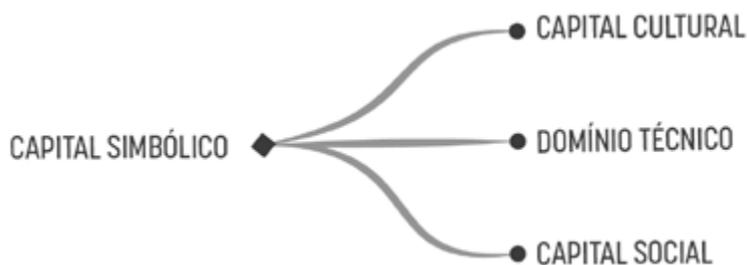
as classificações de Capital simbólico e Hermenêutica exercem uma força muito maior do que no anterior.

A contribuição do **editor**, por sua vez, foi bastante enfatizada por Tereza, Luísa e Flávia como uma das principais para a construção do livro. Pela estrutura organizacional da editora em que trabalha, Ildembergue passou a dialogar com esse ator recentemente; no caso de Rodrigo, ele também é editor. Nesse sentido, esses apontamentos corroboram o que Bhaskar (2013) defende: o editor é uma figura fundamental para o enquadramento do conteúdo. Isso também reitera Coutinho (2022) de que o livro não é apenas seu texto, mas também as “experiências táteis e visuais, formando um conjunto que permite ao leitor ter contato com mais uma camada da narrativa, dessa vez feita pelo **editor e/ou designer do livro**” (p. 190, grifo nosso). Em larga medida, a atenção a cada projeto de livro emerge hoje graças às condições produtivas e tecnológicas – que, como apontam Hochuli (2005) e Hendel (2003), são atualmente muito distintas e permitem tal grau de especificidade.

Por conseguinte, as **demandas projetuais** ganham relevo na prática do design de livros. Neste classificação, nos referimos àquelas especificamente relacionadas à dimensão editorial. Assim, essas demandas são oriundas de um planejamento editorial e, via de regra, já estão explícitas no momento inicial do briefing do projeto. Por isso, em larga medida, essa categoria é informada pelos outros três deste ponto, mas se caracteriza como um distinto porque se trata do enquadramento específico que o designer deverá fazer com o projeto gráfico. Por exemplo, se houver alguma necessidade editorial de que um livro tenha capa dura, ou seja impresso apenas com uma cor. Nesse sentido, essas demandas são suficientemente abertas para se montar com a capacidade de cada designer de responder projetualmente a elas.

Finalmente, a **tiragem** pode exercer influência sobre vários fatores. Isso pode ser convertido em valor de troca, como Melot (2012) discorre acerca de como a raridade pode ser fabricada para criar valor a partir da escassez dos livros de edição especial; por outro lado, pode ser um aspecto fundamental para a reprodutibilidade e difusão do conteúdo, como é o caso histórico dos *paperbacks* da Penguin ou da coleção Debates mencionada por Tereza. Em termos produtivos, isso também pode ser uma categoria decisiva: devido à operação artesanal de sua editora, Rodrigo relatou a execução de um projeto que “era um livro muito exagerado para fazer manualmente, ele tinha 248 páginas e encadernar isso e imprimir... não faço mais, de jeito nenhum”. Depois desse caso, ele decidiu que não assumiria mais grandes tiragens: “já passou da minha escala, já não dou conta mais na estrutura que eu tenho hoje, mesmo que eu tiver ajudante, mesmo com mutirão. Eu não quero fazer isso”.

4.2.1.7 Capital simbólico do designer



No campo da capital simbólico, elencamos os pontos: capital cultural, capital social e domínio técnico. Esta classificação requer uma fundamentação teórica mais detalhada. Utilizamos aqui a conceituação de Bourdieu (2013), para nos referir a “toda diferença reconhecida, aceita como legítima, [que] funciona por isso mesmo como um capital simbólico que obtém um lucro de distinção” (p. 111). Como Thompson (2013) aponta, o mercado editorial também é fortemente calçado em uma cadeia de produção de valores, que ele distingue em cinco: econômico, humano, social, intelectual e simbólico. Nesse sentido, os instrumentos teóricos de Bourdieu são muito bem utilizados para entender o campo editorial por Thompson, aplicado a outros atores da cadeia, como o editor ou o autor. Além dele, Muniz Jr. (2016) também mobiliza esse conceito para compreender o termo *independente* no mercado editorial.

Por outro lado, nossa contribuição é trazer esses conceitos para uma discussão cuja ênfase está no design de livros. Assim, decidimos explicitar esta categoria apenas na constituição de capital simbólico. Por esta classificação, buscamos explicitar precisamente o valor que o trabalho do designer pode agregar na cadeia de valor do livro. Assim, todos os signos que são reconhecidos como distintivos por outros atores do campo podem direcionar o trabalho de design de livro: premiações, lastro cultural, relações sociais, classe social, local de formação, projetos anteriores, entre muitos outros.

Nesse sentido, o **capital social** “refere-se às redes de contatos e relações que um profissional (...) construiu ao longo do tempo” (Thompson, 2013, p. 11). Já Bourdieu (1986) o define como o que “agrega dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relacionamentos mais ou menos institucionalizados de conhecimento mútuo e reconhecimento” (p. 21). Os efeitos do capital social são mais sensíveis no networking, que viabiliza a relação de trabalho. Por exemplo, no relato de Luísa, fica claro como a conexão realizada pela sua professora, na realização do projeto de TCC, fez com que ela pudesse ter as primeiras relações de trabalho com a editora Dublinense. Nesse sentido, virtualmente toda captação de trabalho depende de capital social.

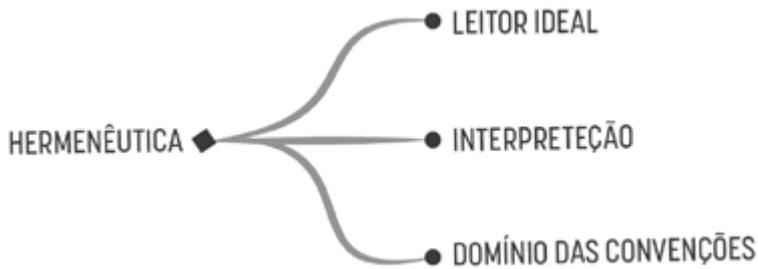
O conceito de **capital cultural** proposto Bourdieu (2007) busca explicar a apropriação dos “bens culturais acumulados e transmitidos pelas gerações anteriores” (p. 297). O primeiro objeto de análise do sociólogo foi a educação e uma de

suas principais contribuições foi demonstrar como as instituições escolares tomam parte na reprodução da cultura dominante. Por isso, “o sistema escolar cumpre uma função de legitimação cada vez mais necessária à perpetuação da ‘ordem social’” (p. 311). Bourdieu (1986) também aponta que esse capital cultural pode ser de três tipos: incorporado – internalizado pelo indivíduo –, objetivado – em objetos e bens materiais – ou institucionalizado – cristalizado em instituições como museus, escolas, empresas, etc.

Esses três tipos podem informar o designer em instâncias do projeto do livro. Por exemplo, o capital cultural incorporado por ser compreendido como as referências adquiridas antes ou depois de ter contato com o texto, sejam de outros livros ou de outros campos (arte, cinema, literatura etc). Essa categoria pode ser evidente, como é o caso do projeto de *Os Sertões*, realizado por Flávia, em que os mapas topográficos direcionaram diversas decisões de projeto. Podemos reconhecer o capital cultural institucionalizado, por exemplo, quando lemos os currículos dos designers entrevistados e associamos certos valores a depender das empresas pelas quais passaram – pelo impacto que causou no mercado editorial, a Cosac Naify é um exemplo disto. Por fim, podemos pensar como o próprio portfólio dos designers consolidam o seu capital cultural objetivado: cada projeto serve para informar a sua relevância e qualidade de seu trabalho com design de livros.

Nesse sentido, o **domínio técnico** tende a ser muito significativo para as decisões de projeto. Thompson (2013) parece compreender isso em termos de capital humano: “seu conhecimento, habilidades e *know-how* acumulados” (p. 11). Entretanto, esse termo é mais apropriado para o mundo da gestão; uma vez que estamos enfatizando o ofício do designer de livro em sua dimensão também subjetiva, optamos por direcionar a compreensão para a experiência de cada designer. Via de regra, à medida que o designer fica versado no processo produtivo do livro, pode explorar mais possibilidades ou passar a ser reconhecido por uma “identidade projetual”. No primeiro caso, podemos evidenciar como Tereza aponta que a passagem pela redação de uma revista lhe deu clareza sobre a recepção do público e a capacidade de responder a isso com o próximo projeto. Talvez por isso, seja possível ver a ampla variedade de escolhas gráficas que ela possui em seu portfólio de livros. Por outro lado, é possível identificar escolhas recorrentes no trabalho Luísa – sobretudo as escolhas cromáticas, que ela admite ser um aspecto a que gosta de recorrer para criar livros diferenciados.

4.2.1.8 Hermenêutica



A Hermenêutica contempla o campo da significação e é a classificação mais calcada na materialidade probabilística. Na seção 2.3, discutimos como a abordagem da materialidade probabilística ressalta os aspectos de indeterminação do ato de leitura, em oposição à materialidade mecanicista. Também apontamos como, nesse sentido, o designer de livro é um leitor privilegiado: a partir de sua leitura, vai enquadrar os elementos gráficos que vão ser materializados no livro e condicionarão a leitura dos demais leitores. Essa abordagem está fundamentada, também, no processo de leitura da *reader response theory*, sobretudo na teoria de Wolfgang Iser (1972).

Desse modo, conforme discutimos em outra ocasião (Cf. Oliveira, 2016, cap. 3), Iser (1972) aponta que todo texto pressupõe um leitor, subentendido no ato de criação. De maneira análoga, propomos que, na materialização do livro, há uma estrutura conceitual que cumpre o papel de um **leitor ideal**. Em outras palavras, como Bhaskar (2013) aponta, o encontro com um conteúdo só se torna “inteligível para os participantes por força do próprio quadro. Os quadros precedem e, portanto, condicionam nossas interações” (s.p.). Assim, durante o processo de elaboração do projeto, o designer pressupõe uma série de interpretações para a configuração que realiza na tomada de decisões. Desse modo, a criação já pressupõe uma expectativa de recepção. Esse processo, todavia, é altamente probabilístico: depende do repertório do público, o conhecimento do mercado editorial, as possibilidades de enquadramento, e assim por diante. É para esse leitor ideal que o designer materializa dicas na configuração do livro; essas dicas podem ou não ser retomadas, mas seus significados são sempre recriados pelo leitor empírico.

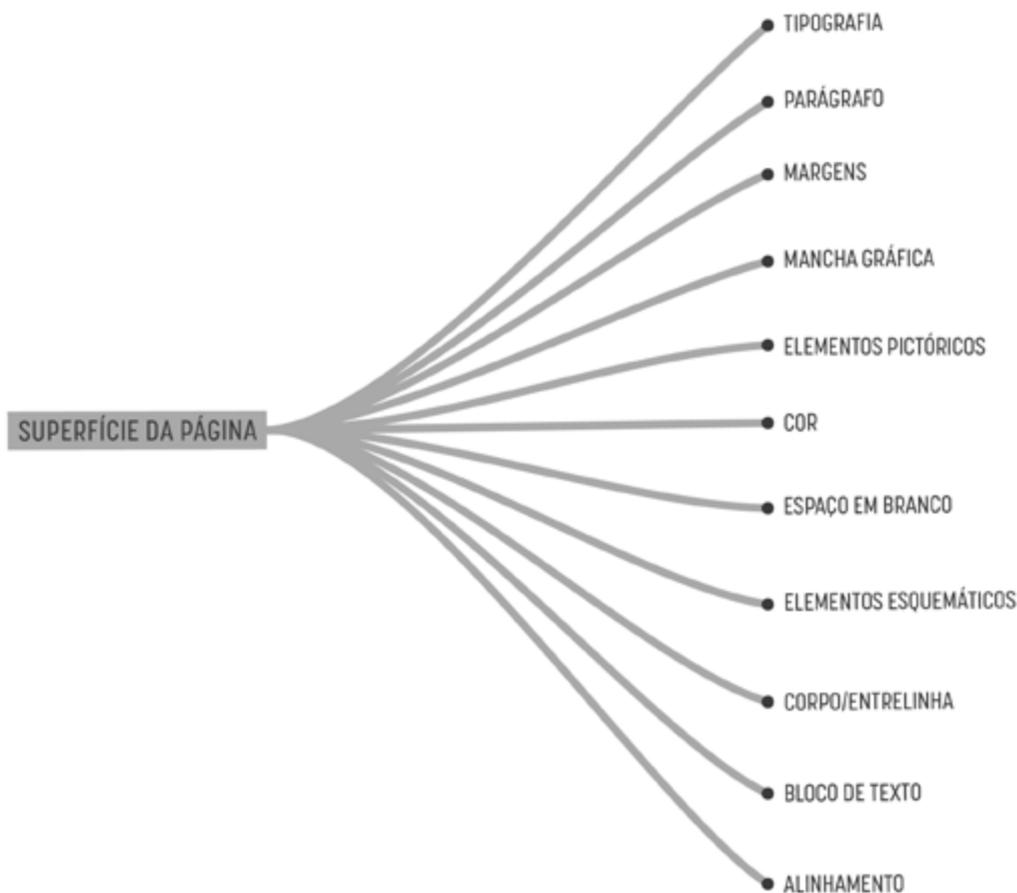
Nesse sentido, a categoria **interpretação** é o que torna o designer de livro um leitor privilegiado, que poderá condicionar a leitura dos demais leitores por meio da materialização do livro. Assim, isso poderá ser expressado em diferentes graus, a depender das demais categorias: desde a modalidade de trabalho até a imagem editorial. Em um projeto como *Dom Casmurro*, feito por Tereza, houve ampla autonomia para traduzir a sua interpretação do texto para o projeto gráfico, utilizando o domínio das convenções da forma do livro para materializar uma camada explicitamente significativa no objeto. Ou ainda, o caso de *Os Sertões*, projetado por Flávia, que estruturou as decisões de projeto a partir da metáfora cartográfica. Entretanto, em outros casos, esse grau é muito menor,

caracterizando os livros mais convencionais, ou aqueles que aderem ao que Warde (1956) denomina como “transparentes”.

Por conseguinte, o **domínio das convenções** com que configuramos os livros é um dos aspectos mais fundamentais para a elaboração do projeto e a versatilidade com que o designer poderá enquadrar o conteúdo, criando uma nova camada de informação. Esta categoria está muito próxima aos aspectos que Bhaskar (2013) aponta como fundamentais para o enquadramento, ainda que aqui estejamos enfatizando a dimensão material desse enquadramento, que é acompanhada pelas categorias de enquadramento editorial. Ou seja, o modo com que o designer de livro vai aderir ou romper com essas convenções é o que vai ser materializado na forma do livro, a partir da qual o leitor vai construir suas interpretações. Aqui, desde os aspectos mais específicos – como escolha tipográfica – até os mais estruturais – como o formato – podem iniciar uma cadeia de decisões projetuais.

4.2.2 Projeto gráfico

4.2.2.1 Superfície da página



A superfície da página contempla os elementos da linguagem visual que elencamos em Oliveira (2016), na seção 3.3.1. Devido à natureza do corpus analítico da pesquisa anterior – livros de textos literários –, direcionamos nosso foco aos principais elementos relacionados à composição tipográfica: alinhamento, bloco de texto, corpo/entrelinha, margens, parágrafo e tipografia. Além disso, defendemos que

“a tipografia dissemina informação e evoca emoções, compartilhando histórias e influências de comportamentos” (Oliveira, 2016, p. 112). Nesse sentido, o conceito de escrita diagramática proposto por Drucker (2013a), conforme discutimos na seção 2.2 desta tese, corrobora e complementa essa compreensão de que a configuração gráfica intervém na leitura e no significado do que apreendemos, expressando o valor semântico das relações entre os elementos da superfície da página. Assim, o designer opera com essas convenções diagramáticas, mesmo que não se dê conta de que elas exercem uma função retórica.

Por exemplo, a própria organização deste texto em palavras dispostas uma ao lado da outra, seguido de linhas que obedecem limites das margens que determinamos na página, o próprio bloco de texto, os espaços entre os parágrafos, o alinhamento do texto, todos esses elementos em conjunto e diretamente inter-relacionado estão contribuindo para que sigamos as regras da convenção de um texto acadêmico.

Por outro lado, se eu continuo o texto anterior e acrescento um recuo, mudo o alinhamento, modifico a relação entre corpo e entrelinha e mudo a tipografia, esse texto, devido à sua configuração visual já se apresenta como uma citação – por mais que ele não o seja.

Agora, com esse alinhamento, voltamos ao texto “principal”. Com isso, compreendemos que “essas linhas se comportam de maneira um pouco diferente daquelas do parágrafo acima. Nenhum julgamento ou valor vinculados a essas diferenças. Elas simplesmente registram e causam um efeito” (Drucker, 2013a, p.3). Assim, a proximidade entre os parágrafos também atribui uma continuidade na leitura, convencendo que esses blocos fazem parte de uma mesma linha argumentativa. Ou seja, “as regras de sequência e relações de proximidade são tão profundamente internalizadas que o ato compositivo segue sua sugestão sem coerção” (Drucker, 2013a, p.7). Portanto, os elementos da página estão inter-relacionados, estabelecem e reforçam convenções e hierarquias entre si³⁹.

Estou sugerindo que as propriedades específicas de elementos gráficos evidentes e óbvios, embora frequentemente ignorados, são uma parte da produção semântica de significado – a expressividade dessas “inflexões” é mais do que superficial e pode ser compreendida como integral para a textualidade. (Drucker, 2006, p. 271)

Dessa maneira, para ampliar nossa discussão e contemplar os fatores que comumente constituem a superfície da página de um livro, consideramos proveitoso adicionar alguns aspectos que na pesquisa anterior não foram explicitados. São eles: os elementos esquemáticos, o espaço em branco, os elementos pictóricos e as cores. Além disso, é importante apontar que esses elementos não dizem respeito

39 O fato de esse bloco de texto estar posicionado aqui, com essa configuração gráfica, já o coloca numa posição de subordinação ao texto acima. Ele não tem “nenhuma autoridade em relação ao texto acima, a não ser por um ato de subversão” (Drucker, 2013a, p.8).

apenas ao que acontece no miolo do livro, mas também na capa. Porém, compreendemos que cada uma dessas partes lida com esses elementos de maneira diferente e que nem sempre todos eles estão presentes. Por isso, reforçamos o caráter único que cada um dos livros carrega.

Os **elementos esquemáticos**, conforme Twyman (1982), “significa[m] aquelas imagens gráficas que não são nem verbais nem pictóricas” (p. 7). Aqui, nos referimos não àqueles que são impostos, sugeridos ou criados para serem compostos como elementos gráficos no livro – esses são contemplados como uma categoria da matéria-prima. Aqui, nos referimos ao processo elaborado pelo designer de livros durante a criação do projeto gráfico, à própria incorporação da matéria-prima com os demais elementos. Os elementos esquemáticos são o que Drucker (2006) denomina de “gráfico”: “organização estrutural, sem referente pictórico ou semântico, fornecendo enquadramento e apoio do suposto primeiro plano” (Drucker, 2006, p. 271).

Embora seja menos óbvio, o **espaço em branco** é tão importante quanto o espaço impresso, pois ele tensiona, areja ou oprime os espaços “preenchidos”. Na impressão com tipos móveis, o espaço em branco era tangível nas composições, pois eram peças de chumbo tal qual os próprios tipos – e não simplesmente uma área “vazia”. Nesse sentido, o *desktop publishing* e os softwares de editoração digital transformaram o modo como o designer de livro conceitua esse elemento na sua prática – embora continue sendo igualmente fundamental para a configuração gráfica. Nesse sentido,

As dimensões da margem criam um campo que possui um certo peso, grandeza, já que a lacuna entre o cabeçalho da página e a primeira linha do texto possui uma força vetorial, distinguindo um elemento do outro em um sistema textual. Analogamente, a indentação de parágrafo exerce uma função que só possui valor porque está em um todo condicional, e as aberturas e contraformas das letras, sua distinção uma das outras, quebras de palavras e fim das linhas – dispositivos e convenções de que dependemos. Cada um deles opera, age, possui uma função comportamental em relação à sua presença na página. Não coisas, não entidades, esses espaços em branco são campos de força em tensão dinâmica. (Drucker, 2009, p. 8-9)

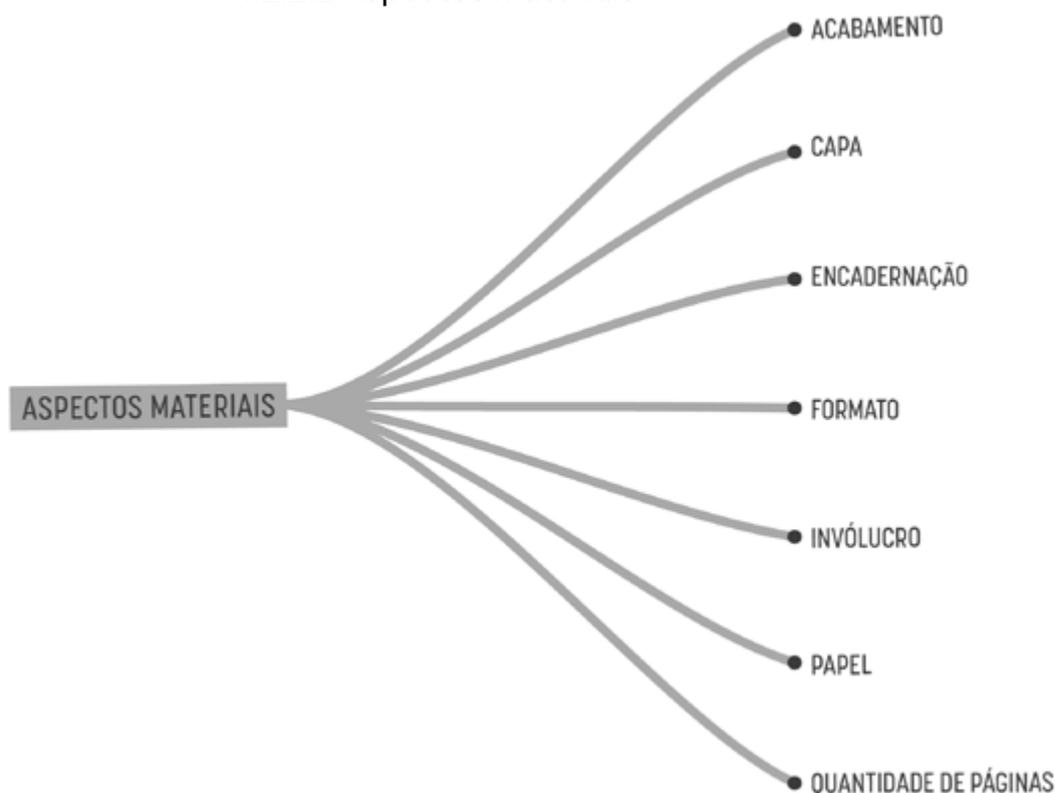
É importante salientar também que o espaço em branco está vinculado a alguns dos elementos descritos anteriormente: margens, distância entre as linhas e os parágrafos, espaço entre o texto e a imagem, distância entre colunas, entre outros. Portanto, o “espaço em branco (...) não é inerte, não é dado de antemão e neutro, não uma face a priori ou entidade, mas é em si mesmo relacional e constituído por relações dinâmicas” (Drucker, 2006, p. 271).

Os **elementos pictóricos** também constituem um fator ausente em Oliveira (2016). Para Drucker (2006), o pictórico é definido como “imagem ou significado visual identificável em uma figura ou em um padrão” (p. 271). Apesar de termos

analisado livros que tinham o foco no texto, eles também possuíam elementos pictóricos e são articulados para a criação de significados – como é o caso do projeto de *Avenida Niévski* e *Notas de Petersburgo de 1836* (Cf. Oliveira; Waechter, 2019). Assim, posteriormente, expandimos a pesquisa em Oliveira e Souza (2021), demonstrando novamente como os elementos pictóricos podem ser utilizados em livros “de texto”. Defendemos que o caso analisado na ocasião, a edição de *Bartleby, o escrivão*, publicado pela Cosac Naify e, posteriormente, pela editora Ubu, articula os elementos pictóricos de maneira tão significativa que podemos considerá-lo um livro ilustrado. Portanto, os elementos pictóricos, apesar de comumente ser visto apenas nas capas quando nos referimos aos livros de texto, é possível também encontrá-los

E, por fim, as **cores**. Assim como os demais elementos, o designer também se utiliza das cores para a criação do projeto gráfico para estruturar as informações. A cor pode ser usada para hierarquizar um ou mais elementos em relação a outros, destacar algum trecho, criar uma continuidade de navegação, colorir o background; em outras palavras, “a cor pode ajudar a distinguir diferentes tipos de informação, bem como criar relações entre componentes ou edições de uma publicação” (Samara, 2004, p. 27). Como apontamos em Oliveira e Waechter (2019a), a cor verde do volume de *Notas de Petersburgo de 1836* remete também à iconografia da cidade. Nesse sentido, a cor pode ser obtida tanto pela impressão, quanto pelo material utilizado como suporte; em todo caso, isso, em geral, envolve mais custo de produção. Nas entrevistas, Luísa menciona o fato de distinguir os seus livros pela cor – mas nem sempre isso é possível devido ao aumento de custo que isso acarreta e, portanto, a quadricromia (ou até mesmo cor especial) é mais utilizada na capa, enquanto o miolo é impresso, em sua maioria, em preto.

4.2.2.2 Aspectos materiais



Os aspectos materiais, por sua vez, lidam com as decisões relacionadas às características físicas do livro e foi apresentado e discutido em Oliveira (2016), na seção 3.3.2. Nesse sentido, compreendemos que “o livro não é apenas aquilo que está impresso nele, mas é também o seu formato, sua textura, seu cheiro e seu lugar no espaço” (*ibid.* p. 129). Adicionamos ainda que o livro também é o seu peso, o passar das páginas, o abrir de uma página-dupla, pois “os meios que os livros empregam para marcar a troca não são apenas discursivos, antes, eles são formais e materiais (...) [capaz de] se impor como um fato natural, ou mesmo sobrenatural” (Melot, 2012, p. 48). Ou ainda, “um livro é um volume no espaço” (Carrión, 2020, p.29).

Como acréscimo aos elementos que tínhamos elencado em Oliveira (2016), sugerimos explicitar a **quantidade de páginas**. Essa categoria pode ser determinante para fazer com que os leitores reconheçam uma publicação como livro, pois, como Warde (1956) aponta, “o público tem, em geral, alguma ideia de um número mínimo de páginas, ou uma grossura mínima, para esperar de um tipo particular de tratado ou compilação que é publicada como um livro” (p. 28). Além disso, esse aspecto pode ser determinante para o manuseio do objeto: tanto sua abertura, quanto seu peso, ou ainda seu formato.

No entanto, embora esta classificação esteja diretamente relacionada ao projeto gráfico, o designer de livro tende a ter menos autonomia de decisões devido ao caráter predominantemente industrial da produção de livros. Em geral, os manuais de design apontam que a primeira coisa que precisa ser definida em um projeto é o formato, sobretudo devido à sua padronização industrial – especialmente, Jardí (2019) sublinha que as “as razões econômicas são poderosas (...) [pois] teremos que

considerar uma série de limitações que são dadas pelos tamanhos em que o papel é fabricado e da máquina pela qual ele será impresso” (p.23-4). Nesse sentido, esse aspecto material está intimamente relacionado às possibilidades de reprodução da indústria gráfica. Por isso, Castedo argumenta que o livro é a materialização “de um processo que reflete as decisões da edição, em certo contexto cultural, social, econômico e tecnológico” (2016, p. 28).

Além disso, a dimensão física do livro também está intimamente relacionada à materialidade probabilística. Drucker (2009) exemplifica como a virada de página estabelece uma expectativa de continuidade no leitor, “embora ela se apóie apenas na memória da página anterior, que não está mais à vista. Associações são feitas através das páginas, pela lembrança, probabilisticamente” (p. 6). Ainda nesse sentido, toda a discussão de Melot (2012) está calcada precisamente na forma física do códice que o livro assumiu. Assim, podemos apontar também como o Capítulo 1 serviu para reforçar a importância desses aspectos físicos para o designer de livro, e, “por sua produção em massa, a indústria do livro oferece ao pesquisador um material rico, onde estão inscritas, a um só tempo, a história econômica, social e das ideias” (*ibid.* p. 124)

4.3 APLICAÇÃO DO DIAGRAMA: UMA ANÁLISE DO LIVRO *MALA QUADRADA, CABEÇA QUADRADA*

“Não sei como fazer design de livros – livros no abstrato. Sei apenas como fazer o design do livro em que estou trabalhando no momento.

Cada livro, como todos os livros, é único” (HENDEL, 2003, p. xi).

Para demonstrarmos como o diagrama pode ser utilizado em casos concretos, analisaremos o livro *Mala quadrada, cabeça quadrada* (2018), cujo projeto gráfico foi realizado por mim e por Eduardo Souza. Escolhemos analisar esse livro devido à proximidade que temos do seu contexto, de seu processo de elaboração e das suas decisões de projeto. Iniciaremos tratando do resultado final, a fim de ambientar o leitor sobre qual livro estamos discutindo. Depois, elencaremos todas as classificações e suas respectivas categorias para explicitar quais delas atuaram de maneira mais evidente na materialização do livro.

É importante considerar, como mencionamos no início do capítulo, que essas categorias não operam de maneira isolada. Porém, essa segmentação é frutífera para que possamos discutir e explicitar a prática do design de livros. Ademais, não há uma linearidade no processo, no qual o designer “recebe” esses fatores e, depois, cria o projeto gráfico de maneira autônoma e isolada. Ao contrário, muitas vezes, esses aspectos só emergem como categorias e se tornam relevantes e determinantes para o processo depois que o projeto gráfico é iniciado.

SOBRE O LIVRO

O projeto gráfico do livro *Mala Quadrada, Cabeça Quadrada* (Figura 47) explora o paradigma probabilístico porque nos faz expandir a leitura como uma performance, um ato corporal, não como um ato abstrato e puramente intelectual. A partir do texto de Patrícia Vasconcellos, o designer e ilustrador Eduardo Souza e eu concebemos um artefato que forçasse o indivíduo a interagir fisicamente, rotacionando o livro. Isso faz com que o leitor realize a metáfora que constitui a narrativa da personagem: o livro deixa de ser um quadrado e, girando nas mãos do leitor, “passa a ser” um círculo. Definindo o objeto como um sólido tríptico em que se articulam texto, imagem e gesto, Luzia (2018) aponta que “a linguagem gestual é induzida por meio da diagramação do texto, isto é, a organização das palavras provoca a necessidade de girar-se o livro continuamente, a partir do manuseio do leitor” (p. 31). A dimensão física é indispensável para a experiência estética da leitura desse livro, explicitando a leitura como ato físico tanto quanto intelectual⁴⁰.

40 Para ver o livro ser lido na página do Agrupamento de Esclas Josefa de Óbidos, em Portugal, ver: <<https://www.facebook.com/obidoscrescermelhor/videos/3050096315081130>>. Mais informações sobre o processo criativo do projeto disponível em: <<https://youtu.be/SzyVvblmTvc>>. O booktrailer do livro também está disponível em: <<https://youtu.be/mYzAn1shMM>>



FIGURA 47 Imagens do livro *Mala Quadrada, Cabeça Quadrada* (2018).

Recebemos o texto de Patrícia Vasconcellos em um documento *word*, com apenas uma lauda e nomeado como “infantil-cabeça quadrada.doc”. Aqui, e também na reunião de *briefing* que tivemos, já estava estabelecido para quem o livro se destinaria: o público infantil. O texto foi escrito em 2004, a partir de uma experiência que Patrícia passou em uma viagem à Sibéria, na Rússia: “Em retiro com xamãs siberianos, atrapalhou-se ao puxar uma mala quadrada enorme. Um xamã disse: “mala quadrada, cabeça quadrada”. A frase ficou em sua cabeça por anos até ser transformada na história de uma menina que vivia em um mundo quadrado (metafórica e literalmente), fazendo coisas quadradas, quando um grande acontecimento a torna e a faz viver redonda, momento mais importante da personagem” (Luzia, 2018, p.31).

A seguir, apresentaremos o projeto gráfico e seus respectivos atributos em relação à superfície da página e aos aspectos materiais. Depois, trataremos sobre as categorias mais proeminentes nesse projeto de cada classificação, explicitando como esses aspectos influenciaram na materialização do livro.

4.3.1 Projeto gráfico

SUPERFÍCIE DA PÁGINA

A escolha da **tipografia** do miolo foi fundamental para a linguagem visual verbal presente no livro. Devido à narrativa textual tratar de uma personagem que inicialmente vive em um mundo quadrado e, após um acontecimento, passa a viver uma vida redonda, a busca foi de uma tipografia que também passasse por essa transformação. Assim, optamos por uma tipografia que tivesse variações na sua família que compreendessem essa mudança. Portanto, utilizamos no projeto gráfico a Fox Grotesque, desenvolvida pela fundidora TipografiaRamis – do tipógrafo Ramiz

Guseynov –, em 2012, e comissionada pela Fontspring. Uma característica dessa tipografia é que ela tem estilo cujo desenho dos caracteres são mais arredondados e estilo cujo desenho é mais quadrado. Assim, no momento de transição da narrativa textual do quadrado para o redondo, a tipografia também reforça visualmente a transição (Figura 48).



FIGURA 48 Diferentes desenhos da tipografia utilizada, que passa do desenho quadrado para o arredondado.

O **alinhamento** do texto é predominantemente à esquerda, inclusive na capa. Devido à demanda projetual de fazer o leitor girar o livro, esse aspecto deve ser atrelado à orientação do texto. Na maioria dos livros, sobretudo os de leitura – como Jardí (2019) os denomina –, esse não é um aspecto comumente explorado. Todavia, uma vez que estamos considerando o alinhamento referente ao posicionamento do texto “em pé” para leitura, o alinhamento de todos os blocos de texto são à esquerda.

Os **blocos de texto** são variáveis ao longo do livro, porque obedecem à divisão feita junto ao ilustrador, antes de iniciar o processo de diagramação. Nesse sentido, a quantidade de texto em cada página-dupla condiciona o ritmo de leitura: quanto mais texto em cada página, mais tempo o leitor tende a demorar. Portanto, isso também informa o ritmo da passagem das páginas. A relação **corpo/entrelinha** é, em sua maioria 18/22 pt e, portanto, positiva. No entanto, há momentos de ênfase nas palavras, nos quais temos corpo distinto. Para o texto, as **margens** não são regulares, uma vez que o texto adequa aos espaços sugeridos pela ilustração – que, por sua vez, são todas sangradas nas páginas e que, devido às suas texturas, não possibilita um texto de corpo menor com uma boa legibilidade. Do mesmo modo, podemos colocar o **espaço em branco** – que deve, nesse caso, ser pensado como espaço ocupado pelas ilustrações.

As separações de **parágrafo**, por não ter a estrutura de um texto corrido, se dão de uma maneira mais fluida, coincidindo com a divisão dos blocos de texto, que se organizam de acordo com os espaços promovidos pela ilustração. A partir da definição de Twyman (1982), as ilustrações que compõem o Mala se caracterizam como **elementos esquemáticos**, uma vez que elas não representam algo real ou imaginado. Entretanto, dado que a plasticidade das técnicas utilizadas para fazer

as ilustrações são altamente significativas para a narrativa, também pode se compreender como **elementos pictóricos** (Figura 49).



FIGURA 49 Fotos do livro *Mala Quadrada, Cabeça Quadrada* (2018). Fonte: Elaborado pela autora.

Sobra a **cor**, o texto, em sua maioria, é preto ou branco (vazado), pois as cores estão mais presentes nas ilustrações, cuja predominância é, inicialmente, do grafite, e depois outras cores são adicionadas acompanhando a narrativa: ciano, magenta e verde são as mais predominantes.

ASPECTOS MATERIAIS

O livro tem **formato** fechado 20 x 20 cm, se considerarmos as medidas dos catetos do triângulo-retângulo. Se considerarmos o livro apoiado em uma das arestas que formam a lombada, o livro tem 28,5 x 14,3 cm de altura e largura, respectivamente. Sobre o **acabamento**, fizemos laminação fosca no papel que reveste a **capa** dura e miolo refileado. A escolha pela capa dura se deu pela vontade de que o livro se sustentasse em pé e que pudesse ser colocado em um display. A **encadernação** do miolo

é costurada e com lombada aparente. O **papel** do miolo é Offset 90 g/m² e, da capa, Offset 180 g/m². Por fim, a **quantidade de páginas** é de 48.

ECONÔMICO

O **preço de capa** não era uma categoria determinante no início do projeto. Entretanto, depois que o conceito do livro foi definido e o projeto gráfico realizado, começamos a orçar sua produção com diversas gráficas e isso passou a ser decisivo para escolhermos onde produzir (ver tiragem). Por não termos um **prazo** definido, o projeto foi feito ao longo de três anos, o que é bastante incomum no mercado editorial (ver capital social). No contato com a **indústria gráfica**, tivemos alguns entraves devido ao formato triangular do livro. Quando orçamos o serviço de impressão, recebemos a resposta de que a gráfica não fazia livros triangulares. Entretanto, por compreendermos, em certa medida, como funcionam os processos gráficos, sabíamos que era possível executar o projeto com os equipamentos disponíveis na Companhia Editora de Pernambuco, onde imprimimos a primeira tiragem do livro. Então, organizamos as páginas do livro em folhas A3, levamos a uma gráfica rápida, imprimimos e montamos uma boneca junto à encadernadora Soraya Holder. Quando levamos a boneca à gráfica, a equipe de produção compreendeu como o projeto seria realizado.

A respeito do **fluxo de trabalho**, devido ao tamanho da editora Pó de Estrelas – na época, chamada Caleidoscópio –, os atores relacionados à elaboração do projeto gráfico eram apenas Patrícia Vasconcellos, escritora e editora, Eduardo Souza, ilustrador e designer, e eu, responsável pelo projeto gráfico e diagramação do livro. Devido à relação que construímos com a editora (ver enquadramento editorial e capital social) e com o grau de liberdade que tínhamos no projeto, o fluxo de trabalho era, em certa medida, determinado por nós. Assim, o projeto gráfico foi esboçado por Eduardo e eu; depois, aguardei a elaboração das ilustrações (ver matéria-prima) e, enfim, finalizei o projeto gráfico por meio da diagramação. Em seguida, nos envolvemos no processo de impressão, cumprindo a função de produtores gráficos – conforme descrito acima, em indústria gráfica. Nesse sentido, uma quantidade muito reduzida de atores cumpriram várias funções da cadeia produtiva.

O livro teve um **custo de produção** alto tanto na impressão – capa e miolo em quadricromia – quanto na encadernação manual feita por Soraya Holder (ver fluxo de trabalho). Entretanto, desde a reunião de *briefing*, Patrícia havia explicitado que o custo de produção não deveria ser um impedimento para o processo criativo. Ainda assim, dentre as gráficas em cuja qualidade de execução confiávamos, o orçamento mais viável foi o da Companhia Editora de Pernambuco (ver fluxo de trabalho, indústria gráfica).

DISTRIBUIÇÃO

A categoria de **sobrevivência** surgiu como preocupação, sobretudo, durante a encadernação. Soraya, que encadernou manualmente a primeira tiragem, fez

testes de colagem e costura para que a capa dura colada ao miolo fosse suficientemente resistente. Para além disso, conforme discutiremos no fim dessa análise de caso, o projeto também pode sobreviver: anos mais tarde, o livro foi produzido sob encomenda para Prefeitura do Recife e precisamos modificar a encadernação do projeto, assim como passou a ter capa mole para baratear o custo de produção. Relacionado ao conceito do projeto, pensamos o **ponto de venda** com o objetivo de fazer com que o livro “ficasse em pé” para evidenciar seu formato triangular. Imaginávamos que isso atrairia a curiosidade nos pontos de venda.

Fundamental para o discurso do projeto do livro, o **manuseio** do leitor ideal (ver) informou todas as demais decisões de projeto. Em geral, as convenções do livro infantil (ver domínio das convenções) presumem que o livro vai ser lido por um adulto alfabetizado para uma criança analfabeta (Cf. Souza, 2016, cap. 2). Assim, ao pensar o manuseio do livro por um leitor alfabetizado, pudemos tomar decisões como mudar a orientação do texto (ver alinhamento).

DIFUSÃO

Dada a estrutura limitada da editora, a **produção de conteúdo** para a difusão também foi feito por nós, sobretudo para divulgar o lançamento do livro na Feira Literária Internacional de Paraty de 2018. Ao acompanharmos a impressão (ver fluxo de trabalho), capturamos imagens que depois utilizamos para mostrar o processo de produção na gráfica. Além disso, trabalhamos no roteiro e direcionamos o trabalho de André Menezes na produção do *booktrailer*, além de acompanhar a narração em estúdio feita por Lula Queiroga. Em particular, o *booktrailer* subentende um outro fluxo de trabalho, a articulação com outros atores e processos produtivos e, por isso, não discutimos nas demais categorias. Como discutimos no capítulo 1, cada vez mais, a difusão tem se tornado o maior gargalo das editoras e esse trabalho tem se autonomizado e se especializado devido à presença das plataformas de mídias sociais.

Assim, embora tenhamos criado conteúdo para divulgação, não utilizamos as **plataformas de mídias sociais** de maneira estratégica na difusão do livro. Ainda assim, com o tempo, alguns perfis dedicados a apresentar e discutir livros ilustrados fizeram parceria com a editora para divulgar o livro, como o canal Biblioteca Amarela⁴¹.

MODALIDADE DE TRABALHO DO DESIGNER

Em termos formais, Eduardo e eu fizemos um projeto como **freelancers** para a editora. Entretanto, dada a relação que tínhamos com a editora e autora (ver capital social), as demandas foram organizadas de maneira muito incomuns ao padrão do mercado. Em todas as demais categorias, esse outro modo de pensar o trabalho de design de livro se expressa, mas é explícito, sobretudo, na classificação Econômica. Isso evidencia que o modelo que orienta a editora – até hoje, mas sobretudo na época da realização desse projeto – coexistem com outras ordens, como Bhaskar

41 Disponível em: <<https://youtu.be/SzyVvblmTvc>>

(2013) aponta. Nesse sentido, o prazo e a possibilidade de intervir com o enquadramento editorial e com o leitor ideal tendem a ser bastante incomuns.

MATÉRIA-PRIMA

A categoria **estrutura de texto** remete a leitor ideal e domínio das convenções, porque a autora imaginava que esse seria um texto para o gênero livro infantil. Isso faz com que o texto seja curto e seja muito apto a ser dividido em blocos menores, sendo distribuído ao longo das páginas-duplas (ver bloco de texto), o que adere, em certa medida, às convenções do livro infantil (ver domínio das convenções). Por outro lado, foi possível trabalhar com a disposição e orientação do texto (ver alinhamento) para informar o conceito do projeto.

Dada a interação do texto com os **elementos esquemáticos e pictóricos**, a narrativa visual elaborada por Eduardo seguiu o conceito que havíamos elaborado na concepção do projeto gráfico. Os materiais utilizados para realizar as ilustrações – grafite, tinta acrílica e aquarela – articulam diferentes aspectos plásticos para indicar as transformações da narradora, mas também estabelece continuidade pela recorrência das cores. Nós fotografamos as obras originais, elaboradas analogicamente, e isso se tornou a matéria-prima com que fiz a diagramação e sobre a qual organizei a linguagem visual verbal.

ENQUADRAMENTO EDITORIAL

A **autora** do texto também era a **editora**. Salvo a indicação inicial de que ele seria destinado ao público infantil, não houve direcionamentos em relação ao que o livro deveria ser ou sugestões do que o livro poderia ser. Ainda assim, ao elaborarmos a proposta de projeto gráfico, sugerimos que o livro não deveria ser direcionado para público algum, mas poderia traduzir a narrativa textual para a sua materialidade. Nesse sentido, a autonomia que a editora nos deu para direcionar o enquadramento editorial foi bastante significativa para o projeto.

A **tiragem** inicial foi de 500 exemplares, talvez muito alta para a capacidade de distribuição da editora na época, mas foi o suficiente para que o custo de produção viabilizasse um custo unitário que permitisse alguma rentabilidade na venda em livrarias (ver preço de capa). Todavia, uma vez impresso, a alta tiragem se tornou um gargalo devido ao processo de encadernação artesanal (ver fluxo de trabalho). Assim, apenas conseguíamos ter algumas dezenas de livros finalizados no período de alguns meses, interferindo também na distribuição e comercialização.

CAPITAL SIMBÓLICO DO DESIGNER

Como mencionei na Introdução, tanto minha prática profissional quanto a de pesquisa envolvem o livro e seus múltiplos aspectos. Nesse sentido, o **capital cultural** que está presente pelos conhecimentos adquiridos por meio da educação formal são evidentes – especialmente, a formação em Design na UFPE. Entretanto, a longa exposição temporal e a profundidade da discussão propiciada pela pesquisa

do mestrado foram determinantes para a concepção do projeto gráfico do *Mala...* como tal. Especificamente, a compreensão do livro como um objeto que materializa significados em seu corpo e que induz a uma leitura física foi a premissa discursiva do projeto do livro; todas as outras decisões foram tomadas para informar esse aspecto principal. Além disso, a prática profissional também forneceu bases significativas para compreender tanto o processo de elaboração de livros quanto as especificidades técnicas para isso (ver domínio técnico).

O **capital social** surgiu da experiência profissional. Foi durante o meu estágio no Jornal do Commercio (ver domínio técnico, a seguir) que conheci Patrícia Vasconcellos – autora do texto do Mala –, por intermédio da minha então chefe Moema Luna. Nosso primeiro projeto de livro juntas não foi o Mala. Antes dele, fizemos seis livros com textos dela, para a sua editora, na época, chamada Caleidoscópio – a atual Pó de Estrelas. Então, a liberdade para sugerir mudanças no enquadramento editorial veio de uma relação de confiança construída ao longo dos projetos desenvolvidos até então.

A ênfase do **domínio técnico** recai sobre a experiência adquirida na prática profissional durante minha carreira. Esse domínio se expressa tanto nas decisões da superfície da página – como a tipografia, a disposição e orientação dos blocos de texto – quanto nos aspectos materiais. Especialmente, isso se revela nas categorias indústria gráfica e fluxo de trabalho, pois a compreensão dos processos de reprodução foi fundamental para viabilizar a materialização do livro. Como aponta Ramos (2013), estamos preocupados com “o produto acabado, resultado de uma ideia que, depois de nascer, sobreviveu a todas as etapas do processo” (p. 96).

HERMENÊUTICA

No *Mala...*, a ideia de livro infantil cristaliza a determinação exercida pela categoria de **leitor ideal**. Como apontei anteriormente, Patrícia expressou a ideia de que o leitor ideal seria uma criança e, por isso, tanto no seu próprio documento de texto, quanto na nossa reunião de *briefing*, direcionou a criação para um livro infantil. No capítulo 2, discutimos como cada um desses gêneros possui convenções gráficas específicas (ver domínio das convenções). Se tivéssemos mantido o leitor ideal como uma criança, as decisões projetuais serviriam para enquadrar o conteúdo para as convenções desse gênero. Entretanto, a partir da nossa **interpretação**, iniciamos o projeto gráfico do livro. À princípio, estabelecemos que o livro teria uma personagem figurativa com uma cabeça quadrada. Dada a relação que tínhamos com a autora e editora (ver capital social), pudemos intervir na categoria de leitor ideal para o projeto. Assim, no processo pudemos explorar diferentes possibilidades e elaborar um discurso projetual diferente. Por exemplo, projetar o manuseio (ver) por um leitor alfabetizado é precisamente o que materializa o conceito de ler com o corpo.

Assim, o **domínio das convenções** que caracterizam cada tipo ou gênero de publicação informam as decisões projetuais. Nas conversas para elaborar o projeto e o

conceito do livro (ver fluxo de trabalho), compreendemos que representar uma personagem de maneira pictórica, junto à pequena quantidade de textos a cada página dupla articulava as convenções de livro infantil. No capítulo 2, discutimos o livro Bibi que “quebra a quarta parede” do livro e interage com essas convenções. Mudar o leitor ideal deslocou o eixo conceitual do projeto e nos fez repensar muitas dessas convenções. Por exemplo, a distribuição do texto se assemelha à de um livro infantil, mas a sua mudança de orientação é muito menos convencional. Além disso, embora tecnicamente seja extremamente trivial, quando articulada às demais categorias e ao conceito do projeto, se transfigura em um gesto extremamente significativo para o livro.

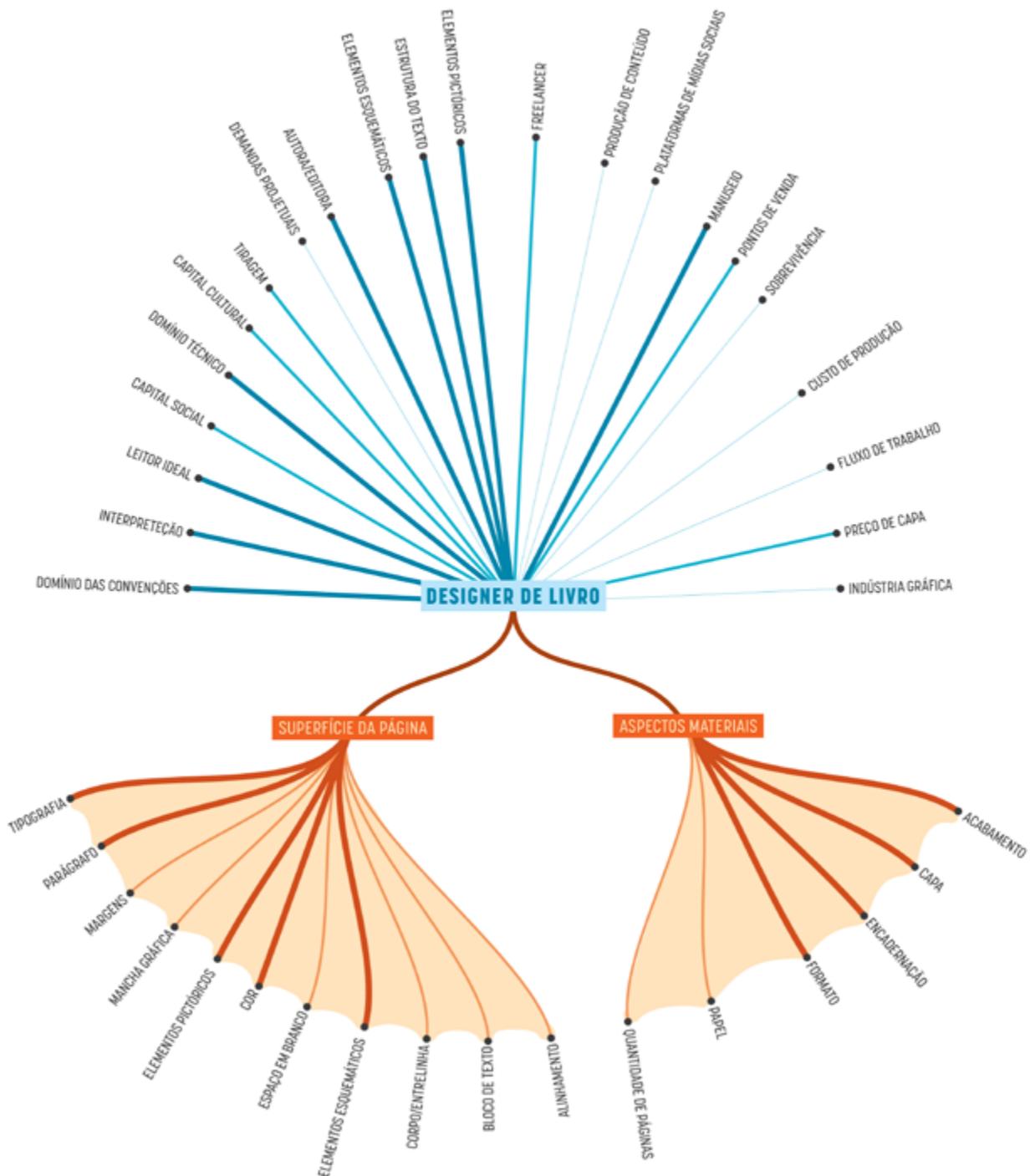


FIGURA 50 Aplicação do diagrama análise do *Mala Quadrada, Cabeça Quadrada* (2018).

COMENTÁRIOS FINAIS

Dada essa discussão, compreendemos que apesar de o livro materializar todas essas categorias no objeto, elas não são facilmente visíveis somente ao olhar para o próprio objeto. Além disso, a descrição de um projeto como esse, que desafia convenções, já revela como a descrição de qualquer uma das categorias implica em outras. Além disso, esse relato demonstra como o próprio enquadramento pode transformar como o livro é percebido.

A indeterminação da materialidade probabilística é similar à abordagem fenomenológica de Iser, que mencionamos anteriormente. Todavia, devido à sua preocupação com a recepção dos textos, Iser (1972) enfatiza a virtualidade da convergência entre leitor e texto: “é a virtualidade da obra que permite sua natureza dinâmica e isso por sua vez é a condição para os efeitos que a obra evoca” (p.280). Essa dimensão intelectual, abstrata e virtual é verdadeira conquanto nos detivermos na (re)construção do texto pelo leitor. Entretanto, nosso foco é pensar nas possíveis articulações que os designers, enquanto produtores, podem operar por meio da configuração e, assim, possibilitar a convergência entre leitor e materialidade – uma instância específica do texto. Nesse sentido, acreditamos que Drucker (2009) nos forneceu um arcabouço teórico capaz de estreitar a relação entre a fenomenologia de Iser e a prática do design dos livros.

Consideramos importante ressaltar, ainda mais uma vez, a natureza probabilística desse processo. Apenas um exemplo para concretizar essa ressalva: em domínio das convenções, apontamos como reconhecer o gênero livro infantil nos permitiu romper com alguns códigos estabelecidos. Entretanto, no momento da distribuição pela editora e da recepção pelos leitores empíricos, muitos outros vetores entram em ação. Quando a editora apresentou o livro para a Prefeitura do Recife, ele foi enquadrado como um livro para as séries iniciais – fazendo com o que as convenções do livro infantil se impusessem e, nesse processo, reenquadrassem o livro. De toda forma, esse é um processo que adquire outra esfera de generalização e implicaria pensar em políticas, gestão e administração públicas, entre outros aspectos. Essa não era uma preocupação durante a elaboração do projeto do livro – nem mesmo para a editora. Nunca imaginei que milhares de crianças e professoras poderiam entrar em contato com esse projeto e elaborar seus significados a partir do livro. Ainda assim, o livro é um objeto que sobrevive: ser recontextualizado e reapropriado é da sua natureza. Portanto, como apontamos tantas vezes, sua condição é sempre contingente e localizada.

“Ao abrir este Manual esperamos que o leitor esteja preparado, pois um livro pode ser feito de razão numérica, álgebra, física quântica, magia, como também de fantasia pura, emoção, comoção, catarse, pode rimar, ou sequer ter palavras. O livro prescinde de suporte específico e mesmo de um conteúdo próprio, feito sobretudo com o mesmo material que se fazem os sonhos, com a ambição de acolher tudo do mundo.”

(Acioli et. al., 2017, p.17)

O estudo sobre o livro perpassa por diversas disciplinas. A complexidade dos fatores materializados nesse objeto polissêmico permite que seja compreendido por diferentes abordagens, tornando-o um artefato de natureza interdisciplinar. Diego (2020) reitera essa constatação na literatura que trata sobre os livros, caracterizando isso como um verdadeiro problema, e evidenciando a necessidade ostensiva de precisar de contornos. Por fim, levanta um dilema: “o estudo da edição diz respeito aos profissionais da História, dos estudos literários ou da Sociologia?” (p. 203). Essa dúvida pairou sobre toda a escrita da tese, afinal, como estabelecer os limites bibliográficos desta pesquisa? Em larga medida, os limites foram impostos mais por fatores pragmáticos – prazos, tempo, número de páginas, indisponibilidade de livros no Brasil, etc. – do que por um recorte indiscutivelmente teórico ou disciplinar.

A questão da interdisciplinaridade também está presente nos nossos entrevistados. Embora não tenha sido um critério de seleção previamente estabelecido, durante o tratamento das entrevistas, constatamos que todos eles têm formações distintas entre si, embora todos exerçam a prática do design de livro. De um lado, isso demonstra como esse objeto agrega e materializa diversas perspectivas, possibilitando inúmeras práticas. De outro, reforça a intuição inicial desta pesquisa: de que a disciplina do design de livro precisa dialogar e agregar o conhecimento de outras áreas para dar conta da prática contemporânea. De acordo com Diego (2020), esses desafios que circundam os campos que estudam o livro apresentam-se “como árduas emboscadas no nível da reflexão teórica, [e] às vezes só vão se resolver no trabalho de pesquisa aplicado a casos específicos” (p. 189).

No campo do design de livro, esses diálogos não estão bem estabelecidos. Por um lado, temos uma literatura de manuais, que elencam os elementos visuais e, com sorte, materiais com os quais lidamos ao desenvolver o projeto gráfico de um livro. O fato de que a maior parte deles reincidem nos mesmos conteúdos, repetindo as mesmas estruturas, pode servir de evidência da limitação do modo como concebemos nossa prática. Por outro, temos discussões demasiado específicas sobre um ou outro elemento com os quais operamos, isolando o trabalho de seu complexo contexto histórico, político, econômico, produtivo, tecnológico, entre outros. Para tentar contemplar a prática propriamente dita, publicam-se apresentações e entrevistas com outros profissionais, apresentados de maneira descontextualizada, como se o produto final dependesse apenas das escolhas criativas do designer. Não

estamos desconsiderando essas contribuições, nem propomos descartá-las, pois, parafraseando Saussure, são “como uma folha da qual não se pode eliminar uma face sem cortar a outra” (Diego, 2020, p. 208). Entretanto, buscamos contribuir com o desenvolvimento da disciplina para pensar as questões no mundo complexo que encaramos hoje.

Portanto, esta pesquisa teve como objetivo geral explicitar os diversos fatores materializados no objeto impresso por meio da prática do design de livros. Para isso, iniciamos a pesquisa situando e delimitando o nosso tema e objeto de estudo devido aos significados polissêmicos que ele pode ter. Além disso, explicitamos quais procedimentos e métodos foram utilizados ao longo de cada um dos capítulos a fim de responder à pergunta de pesquisa: quais os fatores determinam aspectos projetuais na prática do design de livros? Pois tínhamos como hipótese que os aspectos projetuais da prática do design de livros não são determinados apenas por demandas formais e técnicas (materialidade mecanicista), mas consistem na materialização de uma pluralidade de fatores heterogêneos (materialidade probabilística). Nesse sentido, os fatores que determinam aspectos projetuais são sempre contingentes. Ou seja, embora possamos indicá-los, eles nem sempre estão presentes ou exercem a mesma influência em instâncias específicas da prática do design de livro.

No capítulo 1, buscamos estabelecer diálogos e incorporar as contribuições de outras áreas de conhecimento, realizamos uma revisão de literatura a partir da materialidade e da dimensão experiencial dos livros. Conduzimos essa discussão a partir da compreensão das cadeias produtivas propostas por diferentes autores. Então, discutimos diferentes modelos dessa cadeia, elencando suas principais contribuições, e demonstramos suas deficiências no que diz respeito à atividade de configuração, uma vez que é uma preocupação tradicional do campo do design. Ou seja, identificamos a sub-representação do design de livros nos modelos de cadeia produtiva nos campos que têm o livro como objeto de estudo. Contudo, aprofundamos em uma das alternativas que articula a configuração a uma complexa rede: a teoria da publicação de Bhaskar (2013). A partir disso, enfatizamos os processos que ele denomina como enquadramento e modelo para demonstrar a importância da configuração no contexto contemporâneo.

Em seguida, no capítulo 2, retornamos para a nossa disciplina. Para compreendermos a prática do design de livros a partir da materialidade probabilística, fizemos outra revisão de literatura. Dessa vez, partimos de uma dicotomia recorrente na história do design gráfico: transparência e opacidade. Então, evidenciando seus contextos históricos, demonstramos como esses discursos respondiam a necessidades produtivas específicas, descrevendo como os designers de livro conceituam e descrevem sua própria atividade na produção desse objeto. Nesse sentido, elaboramos uma crítica à posição tradicional da disciplina do design de livro que defende a neutralidade da configuração gráfica. E, para confrontar essa ideia, aprofundamos, a partir do conceito de escrita diagramática, a discussão de

como a configuração estrutura as informações apresentadas graficamente. Então, explicitamos como a forma do livro codifica as informações semanticamente. Por fim, argumentamos que o paradigma moderno que Jan Tschichold representa é caracterizado pela abordagem da materialidade mecanicista e, então, defendemos que a abordagem da materialidade probabilística é mais adequada para a prática contemporânea do design de livro.

Com o objetivo de elencar fatores da prática do design de livros no mercado editorial atual, realizamos entrevistas semiestruturadas com profissionais brasileiros que atuam no mercado nacional contemporâneo no capítulo 3. As contribuições das pessoas entrevistadas foram fundamentais para complementar e situar o que constatamos na revisão de literatura. Ainda, emergiram outros aspectos ainda não contemplados, oriundos da experiência específica de cada um deles. A disponibilidade e abertura desses profissionais fez com que esta pesquisa conquistasse robustez e especificidade em relação ao design de livro brasileiro. Se a literatura específica sobre design de livros já possui lacunas, a que direciona sobre o fazer de design de livros no Brasil tem ainda mais. Além disso, em suas respostas foi possível explicitar o quão cada projeto é específico e como conversar sobre design de livros “no abstrato”, como menciona Hendel (2003), é uma tarefa quase impossível. Por isso, não raro, durante as entrevistas, os designers falavam sobre projetos específicos para tangibilizar o que estavam pontuando e, muitas vezes, mostravam esse projeto pelo vídeo (meio pelo qual todas as entrevistas foram realizadas). Além das particularidades de cada projeto, ainda havia particularidades de cada contexto. Seja pela modalidade de trabalho, seja pela localização geográfica, seja pelo capital simbólico, entre outros fatores. Não podemos perder de vista que cada um desses designers está localizado em um contexto, assim como cada projeto que executam, e isso também irá influenciar, em maior ou menor grau, no seu trabalho.

Por fim, no capítulo 4, articulamos as contribuições da literatura com as entrevistas por meio de um diagrama centrado na prática do design de livro. Buscamos explicitar o processo de construção para evidenciar o quanto nossas escolhas diagramáticas influenciam na compreensão e, portanto, na interpretação do diagrama. Também evidenciamos que a sua construção diagrama não foi linear, assim como não foi a escrita desta tese. As idas e vindas eram necessárias para apararmos arestas, preencher lacunas e adequar escolhas. Por isso, nas figuras em que mostramos o processo de elaboração do diagrama, algumas informações se modificam; à medida que íamos dando forma, emergiram circunstâncias que antes não estavam postas. Portanto, a mudança da configuração visual gera mudança direta na informação, assim como a informação também sugere possíveis configurações.

A escolha de não estabelecer hierarquia entre as classificações não foi casual; foi uma escolha teórica e discursiva. Visto que a ideia desse diagrama é ser um ponto de partida – e não se encerrar em si mesmo –, é importante que cada pessoa que for usá-lo contextualize para sua prática, observando quais dessas

categorias interferem e, caso seja possível mensurar essa distinção, sinalizar qual interfere em maior ou menor grau. No entanto, para usá-lo de maneira mais frutífera, conhecer o processo de perto é indispensável – de maneira direta ou indireta. Portanto, o diagrama não tem como objetivo ser um modelo prescritivo, mas ser um campo de exploração, ao qual podemos atribuir sentido em um contexto específico.

A análise de caso, que também é um relato de experiência, foi de particular dificuldade para ser escrita. Já tive a oportunidade de falar sobre o Mala em outras situações. Em situações acadêmicas, como em sala de aula em diversas instituições, no evento *desdesign* promovido pelo IFPE, no 6º *Seminário Internacional de Investigação sobre o Livro-Objeto*⁴², no *Ciclo de Seminários Livro, sensibilidades e a literatura que se expande* promovido pelo Núcleo de Estudos de Literatura e Intersemiose da UFPE e, também, em eventos de caráter mais amplo, como o *Rec'n'Play 2022*, a V Feira de Leitura do Centro de Educação da UFPE, em 2018. Mas nenhum deles me preparou para escrever sobre o Mala confortavelmente. Essa atividade é de outra ordem. Como define Marguerite Duras, “escrever significa tentar saber aquilo que se escreveria se fôssemos escrever” (1994, p. 48).

O *Mala...* também já foi objeto de escrita de outras pessoas. A resenha para o jornal literário *Suplemento Pernambuco #152* feita por Hana Luzia – que o denominou como um “sólido tríptico: texto, imagem, gesto”⁴³; o texto de Fernanda Maia, para a *Revista Continente*, que traz o Mala como um dos exemplos para o seu artigo intitulado *O corpo sensível do livro-objeto*⁴⁴, que o descreve como “este que se projeta no corpo do livro-objeto sob três formas mais perceptíveis: o triângulo, quando o livro está fechado; o quadrado, quando aberto; e o círculo – explorando uso de cores, texturas, traços e manchas gerados pela ilustração, além da disposição espacial das palavras”. Já Rodrigues (2023), o utiliza como exemplo em sua dissertação na seção “o projeto gráfico e materialidade da obra” e reforça que há uma inovação “no quesito formato, por se tratar de um livro triangular que ao ser aberto se transforma em um formato quadrangular” (p. 72).

Sei também dos relatos que já tive a oportunidade de receber, que o *Mala...* faz parte de cursos sobre livro, como material de atendimento em consultório de psicologia, como referência em outros países e que 13.262 exemplares estão nas escolas públicas, bibliotecas comunitárias e com os professores no Recife e 1.138 exemplares estão nas escolas públicas e bibliotecas em São Paulo. Sobre esse último ponto, gostaria de destacar que jamais havia me passado que o *Mala...* teria tanta presença em tantos lugares – e ainda não consigo compreender o que tudo isso significa. E, para chegar às escolas, o projeto inicial precisou ser adaptado para

42 Disponível em: <<https://www.youtube.com/live/hm7rsb4dcG4?feature=share>>

43 Disponível em: <<https://hanaluzia.medium.com/o-sólido-tr%C3%ADptico-texto-imagem-gesto-a50a998a3e75>>

44 Disponível em: <<https://revistacontinente.com.br/edicoes/221/o-corpo-sensivel-do-livro-objeto>>

conseguirmos produzi-lo em larga escala: as novas edições não são capa dura e a encadernação é grampeada, em vez de costurada manualmente.

Entretanto, nada disso me preparou para escrever sobre o *Mala...* Talvez porque, durante toda a escrita da tese, convivi com a contradição entre “distanciamento” e “aproximação” – mas ao falar do *Mala quadrada, cabeça quadrada*, não havia espaço para distanciamento. Uma imagem me ocorreu enquanto escrevia sobre esse projeto: a sensação foi de como se o *Mala...* estivesse no centro de um círculo; mesmo com cada passo para longe dele, a distância se mantinha igual. O livro ficava lá, pequeno e quase invisível, mas eu continuava vendo-o, mas de um outro ângulo. O apoio na teoria, nos relatos coletados dos designers de livro e no próprio diagrama que desenvolvi me colocou diante de uma (con) fusão que há muito tento não fazer. Sempre tive muita cautela para não cair na armadilha de “misturar” as coisas.

Talvez, a armadilha fosse pensar que era uma armadilha: eu mesma me impus essas fronteiras, porque entendia o fazer e o pesquisar como zonas que se tangenciam, mas que não se invadem – não em um único indivíduo, apenas. Isso me remeteu ao que Nastassja Martin relata em *Escute as feras* (2021), sobre seu encontro com o urso e como esse encontro modificou tanto a ela, quanto ao urso. Ela escreve que “os ursos não suportam olhar nos olhos dos humanos, porque veem neles o reflexo de sua própria alma” (s. p.). Talvez o *Mala...* seja o meu urso. É importante explicar que considero o *Mala...* a materialização do que escrevi nas 300 páginas que constituem a minha dissertação. As minhas inquietações com a zona fronteira do porquê o livro é como é e como ele modifica a nossa experiência estética no ato de leitura, somado à liberdade que Patrícia deliberou e aos estudos prodigiosos de Eduardo sobre livro ilustrado, criaram um terreno fértil para que o *Mala...* fosse construído – para usar o termo que dá título à minha dissertação. Portanto, esse urso me fez encarar que as coisas já estavam “misturadas” há muito tempo.

O *Mala...* também reforça a importância de todos os atores da cadeia para que o livro exista, assim como a celebração dos encontros que a graduação em Design na UFPE me proporcionou. Na primeira edição, a encadernação foi toda feita à mão por Soraya Holder – egressa do curso de Design da UFPE. O booktrailer, com narração de Lula Queiroga, foi animado por André Menezes – também egresso do curso de Design da UFPE. Alguns exemplares foram encadernados por um outro encadernador e, infelizmente, não ficaram com um bom acabamento. Assim, juntamos alguns desses livros e enviamos para que Eduardo Nóbrega – também egresso do curso de Design da UFPE – produzisse colagens a partir deles. Todos esses agrupamentos concêntricos – com o *Mala...* sempre lá, no meio – demonstram bem o que o livro foi durante sua história e que acreditamos que pode continuar a ser: um ponto de gravitação, cujo fim maior é fazer com que pessoas se reúnam.

Por isso, ao optarmos por uma pesquisa ativa, explicitamente situada no tempo e no espaço, nos colocamos também sob as circunstâncias que condicionaram

esta pesquisa ser o que é. Isso não significa que não há territórios inexplorados, leituras abandonadas, conversas não realizadas. Por outro lado, o que falta também constitui o que é. Esperamos que quem encontrar esta pesquisa, irá suscitar melhorias, desdobramentos, outros enfoques. A complexidade do livro também é isso: é o todo e a incompletude ao mesmo tempo. Do mesmo jeito que um livro só se realiza quando alguém o lê, assim também acontecerá com esta pesquisa. E, por entendermos a leitura como um evento (Drucker, 2009), esperamos que as possibilidades interpretativas sejam instigantes.

Nesse sentido, reiteramos que esses desafios que circundam os campos que estudam o livro apresentam-se “como árduas emboscadas no nível da reflexão teórica, [e] às vezes só vão se resolver no trabalho de pesquisa aplicado a casos específicos” (Diego, 2020, p. 189). Por isso, nossa contribuição endossa a perspectiva de trabalhos que enfatizam a dimensão histórica e cultural do design de livro em específico (Smet *et. al.*, 2010; Camargo, 2016; Hochuli, 2020) e do design da informação em geral (Lima *et. al.*, 2022). Nesse sentido, reintroduzir a dimensão histórica à caracterização do paradigma moderno tanto auxilia compreendermos o design como uma prática historicamente contextualizada, quanto nos liberta para pensar o contexto atual em seus próprios termos, utilizando nossas tradições como um fundamento para nossa autonomia. A investigação interdisciplinar conduzida no capítulo 1 sobre a cadeia do livro é a principal evidência do esforço que fizemos.

Entretanto, é importante ressaltarmos que não investigamos os atravessamentos da disciplina exaustivamente. A esperança é que nosso esforço abra a possibilidade para que pesquisas futuras investiguem outras implicações na construção da prática e da teoria: gênero, classe, economia, ideologia, entre outros. Por exemplo, reconhecemos que a bibliografia canônica que mencionamos no capítulo 2 está implicada em uma concepção hegemônica que assume uma visão masculina sobre o design em geral e sobre os livros em específico, que é historicamente constituída no design (Cf. Schneider, 2010; Moura, 2018). Devido ao escopo dessa pesquisa, não discutimos sobre as perspectivas feministas da publicação, embora hajam, como Fanni *et. al.* (2022) demonstra – ou mesmo o exemplo histórico de Beatrice Warde, que precisou escrever sobre sua prática com o pseudônimo de Paul Beaujon (Cf. Warde, 1956). De outra perspectiva, não fomos capazes de abordar perspectivas diversas sobre a produção do livro no Brasil. Por exemplo, a relação dos povos originários – que tem sua tradição muito pautada na tradição oral – com o objeto livro é uma vertente extremamente profusa que deve ser aprofundada, mas cujo caminho já vem sendo desbravado (Cf. Paiva, 2020).

Em termos disciplinares do design de livro, a proposta da materialidade probabilística delineada no capítulo 2 nos parece uma direção muito produtiva. Não apenas porque acomoda esses atravessamentos que apontamos, como também aumenta a autonomia e reduz o isolamento da disciplina. Ao apontarmos para as configurações gráficas e semânticas e tratá-las como convenções, que não tem um

significado imóvel, não retiramos autoridade e força discursiva delas. Muito pelo contrário, acreditamos que isso confere mais complexidade para nossa prática e mais consciência para operarmos na comunicação e, em última instância, colaborar para reforçar o valor social do livro – sem disfarçar suas demais dimensões, como aquela comercial. Acerca disso, reiteramos a importância da cadeia de valor proposta por Thompson (2013), para evidenciar que, em última instância, o design de livro ganha importância na mesma medida em que caracteriza um valor percebido pelo mercado editorial. Ou seja, expandir a concepção da prática para os dias atuais é ter consciência das dinâmicas produtivas e de valor envolvidas no cenário atual – que são, enfim, articulados por meio do projeto gráfico.

Para isso, é necessário reduzir o isolamento de nossa prática como uma etapa funcionalista, no sentido que esse termo assumiu ao longo da história do design. Como apontamos, mesmo na produção teórica de Warde (1956) e Tschichold (2007), duas das figuras canônicas do paradigma moderno do “design invisível”, já podíamos constatar a atenção a aspectos da materialidade probabilística. Foi necessário, apenas, revisitar e retomar esse fio da história – o que, por outro lado, não implica menos esforço. Ou seja, compreender que “as noções sobre o que faz um designer editorial e como um bom projeto gráfico deve ser feito variam com o passar do tempo” (Castedo, 2016, p. 28).

Em relação às entrevistas, relatadas e analisadas no capítulo 3, sua presença já anuncia sua própria limitação. Ou seja, é possível e necessário fazê-las com diversos outros designers de livros a fim de enriquecermos o debate, confrontando diferentes pontos de vista. A dificuldade mais significativa que apontamos foi com relação à distribuição geográfica, mas tal qual a discussão sobre a cadeia, essa amostragem comporta diversos outros atravessamentos que, sem dúvida, implicam no trabalho e em modos de produção singulares. Assim, compreendemos que a mudança de qualquer uma das variáveis que compuseram esta pesquisa a modifica de forma bastante significativa, como indica nossa premissa probabilística. Como vimos no decorrer das discussões propostas ao longo das páginas anteriores, as condições materiais, temporais, sociais, culturais e tantas outras interferem diretamente no que foi lido, escrito, discutido. Ainda assim, acreditamos que o relato dos cinco entrevistados que discutimos oferece elementos substanciais e diversos o suficiente para compreendermos as semelhanças e diferenças entre as práticas de design de livro no Brasil, sobretudo quando articulado a outras pesquisas de cunho similar (Barone, 2022; Souza, 2022).

Por fim, o nosso diagrama no capítulo 4 é a materialização do esforço gráfico e teórico para ampliar o debate no campo do design. Por isso, em vez de pensar o diagrama da perspectiva mecanicista – como uma entidade – é nossa premissa que seja lido como um campo de tensionamentos que deve ser ampliado coletivamente – como um evento. Nesse sentido, reiteramos que o diagrama não busca enclausurar a prática dentro de um conjunto prescritivo de categorias. Seu desenho em

rede, rizoma, ramificações sugere uma configuração que está aberta para modificações. E, com seu uso em outros contextos, sem dúvida será aprimorado e ampliará seu espectro. Por exemplo, uma das pessoas que pensamos em entrevistar foi Elza Silveira, da editora Impressões de Minas, pois ela tem acesso a um maquinário de impressão na própria editora. Esse acesso, certamente, deve influenciar no seu processo de construir o livro, assim como as limitações gráficas da Editora UFPE baliza algumas escolhas de projeto de Ildembergue.

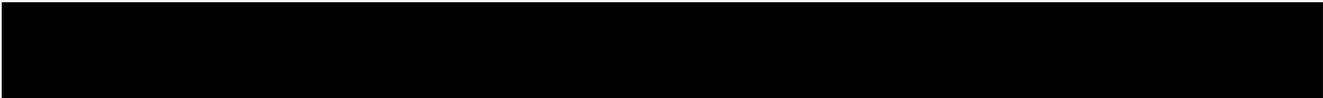
Dado que o diagrama é estático, ele possui limitações de uso e de reprodução. Por isso, um possível desdobramento seria torná-lo interativo, no qual as conexões e as classificações possam ser rearranjadas, ocultadas ou adicionadas. Com isso, seria mais fácil adequá-lo ao contexto daquele projeto em específico e explicitar quais os vetores mais atuantes naquela situação. Além disso, em consonância com o que Drucker (2014) argumenta, conduzir o diagrama para uma interface digital contribuiria para operar o mesmo processo de desnaturalização das suas próprias convenções.

Ainda assim, embora nossa contribuição enfatize a prática e a teoria do design de livro, tornamos a reafirmar a importância de olhar para o todo. No Brasil, o livro e a leitura nunca foram um dado, um direito a que todos têm acesso – no capítulo 1, detalhamos a precariedade dos estudos sobre a cadeia nacional e algumas das tentativas de suprir essa lacuna. Há discussões em diversas plataformas sobre a relevância da implantação da Lei do Preço Único no Brasil. Nessa pesquisa, não tratamos diretamente sobre o preço dos livros, tanto em sua produção quanto em sua comercialização, mas é um fator contextual que está presente nas categorias que elencamos no capítulo 4. O Projeto de Lei nº 49, de 2015, que tramita no Senado, institui uma política nacional de fixação do preço do livro em todos os seus formatos e visa garantir uma bibliodiversidade de títulos, assim como assegurar ampla oferta de exemplares e diferentes pontos de venda. Devido ao recorte desta pesquisa, não entramos nesse campo em profundidade, mas é possível encontrar grandes pesquisadores e atores da cadeia do livro dissertando sobre isso no livro *Bibliodiversidade e preço do livro*, organizado por Marisa Midori Daecto, Patricia Sorel e Livia Kalil, publicado em 2021 pela Ateliê Editorial.

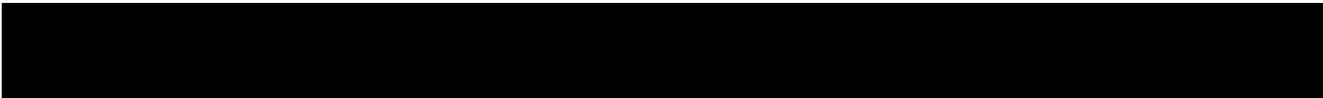
Com nossa pesquisa esperamos ter colaborado para que o livro seja percebido como um artefato extremamente complexo. Para muito além de uma mera fruição estética, nos preocupar com a forma do livro é um ofício que deve estar comprometido com as contingências do mundo. Por isso, precisamos acompanhar Marguerite Duras (1994) ao dizer que “não sei o que é um livro. Ninguém sabe. Mas dá para saber quando aparece um livro. E quando não há nada, dá pra saber, do mesmo modo que se sabe que estamos vivos, que ainda não morreremos” (p. 32). Aqui, não buscamos revelar nenhuma verdade, porque como Arantes (2022) ousa dizer, “os códices só se proliferam profusamente porque não revelam nenhuma verdade: seremos sempre relegados à biblioteca babélica. O livro precisa resguardar sua parcela de

inacabamento, sua impossibilidade de completude para que surjam outros livros” (Arantes, 2022, p. 73).

Começamos esta tese nos desviando da ambição de tentar definir o livro. Com alguma experiência na pesquisa deste objeto, sabíamos que essa não seria uma discussão fácil. Agora, depois desse percurso de tantas páginas, no entanto, talvez tenhamos ainda menos condições de propor uma empreitada assim. Porém, em vez de limitante, isso talvez seja libertador.



REFERÊNCIAS



- ACIOLI, R.; MAIA, C.; BARBOSA, D.; WOLLNEY, P.; CARVALHO, S.; & LOBO, S. **Futuro pristino**. Recife: Livrinho de Papel Finíssimo; Titivillus; Goiânia; Porta Aberta, 2017.
- ADAMS, T. R.; BARKER, N. A New Model for the Study of the Book. Em: BARKER, N. (Ed.). **A potency of life: books in society**. The British Library studies in the history of the book. London: The British Library (Humanities & Social Sciences), 1993.
- ALLEN, G. The Artist as Bookmaker. Em: HERSCHEID, J.; ROGAN, W. (Eds.). **The thing the book: a monument to the book as object**. San Francisco: Chronicle Books, 2014.
- ARANTES, J. C. Pensar a dobra: abertura de fechamento do livro. Em: UTSCH, A.; LANDI, T. (Eds.). **Materialidade do texto: estudos sobre cultura impressa e literatura**. Belo Horizonte, MG: Moinhos, 2022.
- ARAÚJO, P. G. DE. **Uma tecnologia na mão e uma ideia na cabeça: pequenas editoras, autores independentes e as novas possibilidades de publicação de livros**. Dissertação de mestrado—Belo Horizonte: Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, 2013.
- ARAÚJO, E. O.; LEMOS, A. A. B. DE; HOUAISS, A. **A construção do livro: princípios da técnica de editoração**. 2a ed. revista e ampliada ed. Rio de Janeiro: Lexicon Editora Digital, 2008.
- BARONE, N. **Entre capas e capistas**. Rio de Janeiro: 2AB, 2022.
- BENTON, M. L. The Book as Art. Em: ELIOT, S.; ROSE, J. (Eds.). **A companion to the history of the book**. Blackwell companions to literature and culture. Malden, MA: Blackwell Pub, 2007. p. 493–507.
- BERGER, J. (ED.). **Ways of seeing: based on the BBC television series with John Berger**. Reprinted ed. London: BBC [u.a.], 1987.
- BETTENCOURT, S. Tornar Público: As Redes e os Contextos de uma Teoria da Publicação. **Matlit Revista do Programa de Doutorado em Materialidades da Literatura**, v. 4, n. 1, p. 212–215, 28 fev. 2016.
- BHASKAR, M. **The content machine: towards a theory of publishing from the printing press to the digital network**. London ; New York: Anthem Press, 2013.
- BLACKSELL, R. From Looking to Reading: Text-Based Conceptual Art and Typographic Discourse. **Design Issues**, v. 29, n. 2, p. 60–81, abr. 2013a.
- BLACKSELL, R. From Looking to Reading: Text-Based Conceptual Art and Typographic Discourse. **Design Issues**, v. 29, n. 2, p. 60–81, abr. 2013b.
- BOGO, M. B. **A Coleção Particular da Cosac Naify: Explorações sensíveis do gosto do livro**. Dissertação de mestrado—São Paulo: PUC-SP, 2014.
- BORGES, J. L. **Borges, oral e sete noites**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- BORSUK, A. **The book**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2018.
- BOURDIEU, P. The Forms of Capital. Em: RICHARDSON, J. G. (Ed.). **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. [s.l.] Bloomsbury Publishing PLC, 1986.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BOURDIEU, P. Capital simbólico e classes sociais. **Novos Estudos – CEBRAP**, n. 96, p. 105–115, jul. 2013.
- BRINGHURST, R. Introdução. Em: TSCHICHOLD, J. (Ed.). **A forma do livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro**. Cotia: Ateliê, 2007.
- BRITO, M. B. M. DE. **Materialidade e contingência: contribuições à reflexão estética nos estudos literários**. Tese de doutorado—Campinas: Unicamp, 2017.
- BROWN, J. D. American Graphic Design in the 1990s: Deindustrialization and the Death of the Author. **Post45**, v. 1, n. 1, 2019.
- CAINE, D. **Como resistir à Amazon e por quê: a luta por economias locais, proteção de dados, trabalho justo, livrarias independentes e um futuro impulsionado por pessoas**. São Paulo: Elefante, 2023.
- CAMARGO, I. P. de. **O livro de literatura: entre o design visível e o invisível**. Tese de doutorado—São Paulo: Universidade de São Paulo, 2016a.
- CARRIÓN, J. **Contra Amazon e outros ensaios sobre a humanidade dos livros**. São Paulo: Elefante, 2020.

- CARVALHO, A. I. S. **A capa de livro: o objecto, o contexto, o processo.** Dissertação de mestrado—Porto: Universidade do Porto, 2008.
- CASTEDO, R. DA S. **O design editorial na conformação do livro como dispositivo: um olhar a partir de Memórias Póstumas de Brás Cubas.** Tese de doutorado—Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.
- CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. Introducción. In: _____ (Org.). **Historia de la lectura en el mundo occidental.** 2. ed. Buenos Aires: Alfaguara, 2001. 667p.
- CHARTIER, R. **A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII.** Tradução: Mary Del Priori. Brasília: Ed. UnB, 1999.
- CHARTIER, R.; MORETTO, F. M. L. **Os desafios da escrita.** São Paulo: UNESP, 2002.
- COELHO, C., L. A. L.; FABIARZ, A. (EDS.). **Design: Olhares sobre o livro.** Teresópolis: Editora Novas Ideias, 2010.
- CONTI, A. Felipe Neto se engana sobre preço dos livros. **Folha de São Paulo**, 19 jul. 2023.
- COUTINHO, S. Editoras independentes: a materialidade diferenciada na era da concentração editorial. Em: UTSCH, A.; LANDI, T. (Eds.). **Materialidade do texto: estudos sobre cultura impressa e literatura.** Belo Horizonte, MG: Moinhos, 2022. p. 181–196.
- DARNTON, R. What Is the History of Books? **Daedalus**, v. 111, n. 3, p. 65–83, 1982.
- DARNTON, R. **O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução.** São Paulo: Companhia de Bolso, 1990.
- DARNTON, R. "WHAT IS THE HISTORY OF BOOKS?" REVISITED. **Modern Intellectual History**, v. 4, n. 3, p. 495–508, nov. 2007.
- DIEGO, J. L. DE. **Projetos editoriais: e redes intelectuais na América Latina.** Tradução: Ana Elisa Ribeiro; Tradução: Sérgio Karam. Belo Horizonte, MG: Moinhos, 2020.
- DRUCKER, J. Artists' Books and the Cultural Status of the Book. **Journal of Communication**, v. 44, n. 1, p. 12–42, 1994.
- DRUCKER, J. Graphical Readings and the Visual Aesthetics of Textuality. **Text**, v. 16, p. 267–276, 2006.
- DRUCKER, J. Entity to Event: From Literal, Mechanistic Materiality to Probabilistic Materiality. **Parallax**, v. 15, n. 4, p. 7–17, nov. 2009.
- DRUCKER, J. **Diagrammatic writing.** [s.l.] Onomatopee, 2013a.
- DRUCKER, J. From A to Screen. Em: HAYLES, N. K.; PRESSMAN, J. (Eds.). **Comparative textual media: transforming the humanities in the postprint era.** Electronic mediations. Minneapolis ; London: University of Minnesota Press, 2013b.
- DRUCKER, J. Introduction to Digital Humanities. Em: KIM, D.; SALEHIAN, I.; BUSHONG, A. (Eds.). **INTRODUCTION TO DIGITAL HUMANITIES: Concepts, Methods, and Tutorials for Students and Instructors.** [s.l.: s.n.].
- DRUCKER, J. Performative Materiality and Theoretical Approaches to Interface. **DHQ: Digital Humanities Quarterly**, v. 7, n. 1, 2013d.
- DRUCKER, J. et al. **INTRODUCTION TO DIGITAL HUMANITIES: Concepts, Methods, and Tutorials for Students and Instructors.** 2013c. Disponível em: < <https://archive.org/details/IntroductionToDigitalHumanities> >
- DRUCKER, J. Frame jumps and mixed modalities: Reading and/as interface. **Book 2.0**, v. 3, n. 2, p. 97–111, 1 dez. 2013e.
- DRUCKER, J. **Graphesis: visual forms of knowledge production.** Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2014.
- DRUCKER, J. Information visualization and/as enunciation. **Journal of Documentation**, v. 73, n. 5, p. 903–916, 11 set. 2017.
- DRUCKER, J. **The digital humanities coursebook: an introduction to digital methods for research and scholarship.** First edition ed. Abingdon, Oxon ; New York: Routledge/Taylor & Francis, 2021.
- DURAS, M. **Escrever.** Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- EARP, F. S. La crise de la filière du livre au Brésil (2006-2018). **Entreprises et histoire**, v. n°99, n. 2, p. 126, 2020.
- EARP, F. S.; KORNIS, G. **A Economia da Cadeia Produtiva do Livro.** Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2005.
- ELIOT, S.; ROSE, J. (EDS.). **A companion to the history of the book.** Malden, MA: Blackwell Pub, 2007.

- EMANUEL, B. **Retórica no design gráfico**. Dissertação de mestrado—Dessau: Hochschule Anhalt, 2022.
- ESTEVEZ REINA, P. Between atoms and bits: combining online and onsite research to broaden analytical insights on humanities. **Práticas da História. Journal on Theory**, v. Historiography and Uses of the Past, p. N.o 14 (2022), 10 out. 2022.
- FABIARZ, A.; FABIARZ, J. L. Do códice ao eBook: O texto e o suporte. Em: COELHO, C., Luiz Antonio L.; FABIARZ, A. (Eds.). **Design: Olhares sobre o livro**. Teresópolis: Editora Novas Ideias, 2010. p. 113–138.
- FARIA, M. I.; PERICÃO, M. DA G. **Dicionário do livro: da escrita ao livro eletrônico**. São Paulo, SP, Brasil: Edusp, 2008.
- FEATHER, J. **A history of British publishing**. 2nd ed ed. London ; New York: Routledge, 2006.
- FIALHO, L. C. S. **Design comunica : o projeto gráfico nos livros da Cosac Naify**. Trabalho de Conclusão de Curso—Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.
- FIGUEIREDO, G. Manifesto pela banalização do colofão. Em: CARVALHO, F. DE; KRONEMBERGER, D. (Eds.). **Recorte: Ano 1**. São Paulo: Passeio Edições e Comércio, 2021. p. 108–113.
- FINKELSTEIN, D.; MCCLEERY, A. **An introduction to book history**. New York: Routledge, 2005a.
- FINKELSTEIN, D.; MCCLEERY, A. **An introduction to book history**. New York: Routledge, 2005b.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Ubu Editora, 2017.
- FONSECA, L. B. DA. **Crescimento da indústria editorial de livros do Brasil e seus desafios**. Dissertação de mestrado—Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013.
- GABRIEL, R. DE S.; SCRIVANO, R. Como editoras e livrarias independentes buscam se reinventar em meio à crise mais dramática do mercado editorial. **O Globo**, 31 jul. 2018.
- GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. Em: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Eds.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- GELDER, K. Paperback Fiction. Em: DONSBACH, W. (Ed.). **The International Encyclopedia of Communication: 12 Bände**. Oxford: Blackwell, 2008.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GILL, E. **An essay on typography**. Fourth softcover printing ed. Boston: Godine, 2007.
- GOGGIN, J. The Matta-Clark Complex: Materials, Interpretation and the Designer. Em: SMET, C. DE; BONDT, S. DE; MUGGERIDGE, F. (Eds.). **The form of the book book**. 2. ed ed. London: Occasional Papers, 2010.
- GREENSPAN, E.; ROSE, J. An Introduction to "Book History". **Book History**, v. 1, p. ix–xi, 1998.
- GRUSZYNSKI, A. C. **Design gráfico: Do invisível ao ilegível**. 2a Edição ed. São Paulo: Rosari, 2008.
- GRUSZYNSKI, A.; FIALHO, L. C. S. **Cosac Naify: uma editora, um editor, uma ousada proposta gráfica e editorial**. Em: 40o CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Curitiba: 2017. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2017/lista_area_DT6-PE.htm>
- HASLAM, A. **O livro e o designer II como criar e produzir livros**. Tradução: Juliana A. Saad; Tradução: Sérgio Rossi Filho. São Paulo: Rosari, 2007.
- HAYLES, N. K.; PRESSMAN, J. (EDS.). **Comparative textual media: transforming the humanities in the postprint era**. Minneapolis ; London: University of Minnesota Press, 2013.
- HENDEL, R. **O Design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- HOCHULI, J. **El diseño de libros: práctica y teoría**. Valência: Campgràfic, 2005.
- HOCHULI, J. **Systematic book design?** Paris: Éditions B42, 2020.
- HOLLIS, R. Ways of seeing books. Em: SMET, C. DE; BONDT, S. DE; MUGGERIDGE, F. (Eds.). **The form of the book book**. 2. ed ed. London: Occasional Papers, 2010.
- HORN, R. E. Information Design: Emergence of a New Profession. Em: JACOBSON, R. E. (Ed.). **Information design**. Cambridge, Mass: MIT Press, 1999.

- HOWSAM, L. **Old books and new histories: an orientation to studies in book and print culture**. Toronto ; Buffalo: University of Toronto Press, 2006a.
- HOWSAM, L. **Old books and new histories: an orientation to studies in book and print culture**. Toronto ; Buffalo: University of Toronto Press, 2006b.
- HUPFELD, A.; RODDEN, T. **Books as a social technology**. Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing - CSCW '14. **Anais...** Em: THE 17TH ACM CONFERENCE. Baltimore, Maryland, USA: ACM Press, 2014. Disponível em: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2531602.2531647>>. Acesso em: 20 jul. 2020.
- ISER, W. The Reading Process: A Phenomenological Approach. **New Literary History**, v. 3, n. 2, p. 279, 1972.
- JARDÍ, E. **Así se hace un libro**. Barcelona: Arpa, 2019.
- KINROSS, R. The Rhetoric of Neutrality. **Design Issues**, v. 2, n. 2, p. 18, 1985.
- KINROSS, R. **Modern typography: an essay in critical history**. 2. ed., reprinted with minor corrections ed. London: Hyphen Press, 2010.
- LACERDA, M. G. **Design na Leitura: uma possibilidade de mediação entre o jovem e a leitura literária**. Dissertação de mestrado.—Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2013.
- LIMA, J. D. de. De onde vem a crise de grandes redes de livrarias no Brasil. **Nexo**, 31 out. 2018.
- LIMA, R. C.; MIRANDA, E. R.; LINS, G. R. S.; ANDRADE, R. DE C.; & MEDEIROS, R. Novas frentes de pesquisa em visualização da informação. Em: LINS, G. R. S.; COUTINHO, S. G.; MIRANDA, E. R. (Eds.). **Informar novos sentidos**. São Paulo: Blucher, 2022. v. 3.
- LINS, G. R. S.; COUTINHO, S. G.; MIRANDA, E. R. (EDS.). **Informar novos sentidos**. São Paulo: Blucher, 2022. v. 3
- LLOP, R. **Un sistema gráfico para las cubiertas de libros: hacia un lenguaje de parámetros**. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
- LOMME, F. (ED.). **Can you feel it?: effectuating tactility and print in the contemporary**. Second edition ed. Place of publication not identified: Onomatopee, 2018.
- LORBER-KASUNIC, J.; SWEETAPPLE, K. Graphic Criticism and the Material Possibilities of Digital Texts. **Open Library of Humanities**, v. 4, n. 2, p. 13, 18 set. 2018.
- LUCK, S. E.; LAMP, J. W.; CRAIG, A.,; & COLDWELL-NEILSON, J. The book: production and participation. **Library Review**, v. 65, n. 1/2, p. 2–19, 1 fev. 2016.
- LULHIER, S.; BANDEIRA, A. D. R. Os graus de visibilidade no projeto gráfico de livros: um estudo possível. **Revista Poliedro**, v. 5, n. 7, p. 667–680, 31 dez. 2021.
- LUPTON, E.; MILLER, J. A. **Design, Escrita, Pesquisa: A escrita no design gráfico**. São Paulo: Bookman, 2011.
- LUZIA, H. O sólido tríptico: texto, imagem, gesto. **Suplemento PE**, out. 2018.
- MACHADO, D. V. F.; ALENCAR, M. L. A. F. D. **O feito à mão no Design Brasileiro: a revalorização das artes manuais no Design de Produto e Design Editorial entre 2010-2020**. Blucher Design Proceedings. **Anais...** Em: 100 CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO E 100 CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN. Curitiba: Editora Blucher, out. 2021. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/36526>>. Acesso em: 30 abr. 2023
- MAK, B. **How the page matters**. Toronto ; Buffalo: University of Toronto Press, 2011.
- MANGUEL, A. **O leitor como metáfora: o viajante, a torre e a traça**. Tradução: José Geraldo Couto. São Paulo: Edições SESC, 2017.
- MARIZ, A. (TRAD.). **O livro e o designer I**. São Paulo: Rosari, 2007.
- MARTIN, N. **Escute as feras**. Tradução: Camila Vargas Boldrini; Tradução: Daniel Lühmann. 1a edição ed. São Paulo: Editora 34, 2021.
- MARTINS FILHO, P. A relação produtor/editor. Em: FERREIRA, J. P. et al. (Eds.). **Livros, Editoras e Projetos**. São Bernardo do Campo: Bartira, 1997.

- MARTINS, J. M. O livro e a UNESCO: Para uma visão integrada da cadeia do livro no quadro das novas tecnologias. **Sociologia, Problemas e Práticas**, n. 30, p. 145–163, 1999.
- MARTINS, J. M. Livros: difícil é vendê-los. Em: FERREIRA, A. M.; PEREIRA, M. E. (Eds.). **Ofícios do livro**. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2007.
- MATTAR, L. L.; BRAGA, M. D. C. **Editorial independente contemporâneo: analisando o design de quatro livros paulistanos**. Blucher Design Proceedings. **Anais...** Em: 9º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO. Belo Horizonte, Brasil: Editora Blucher, nov. 2019. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/33607>>. Acesso em: 30 abr. 2023
- MCCULLOUGH, A. Book Review: Michael Bhaskar. The Content Machine: Towards a Theory of Publishing from the Printing Press to the Digital Network. **The Journal of Electronic Publishing**, v. 17, n. 2, 19 maio 2014.
- MCKENZIE, D. F. **Bibliografia e a Sociologia dos textos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2018.
- MCLUHAN, M.; FIORE, Q. **O meio é a mensagem: um inventário de efeitos**. São Paulo: Ubu, 2018.
- MCVARISH, E. "The Crystal Goblet": The Underpinnings of Typographic Convention. **Design and Culture**, v. 2, n. 3, p. 285–307, nov. 2010.
- MELLO, G. DE et al. Tendências da era digital na cadeia produtiva do livro. **BNDES Setorial**, n. 43, p. 41–79, 2016.
- MELOT, M. **Livro**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2012.
- MEVIS, A. Every Book Starts with an Idea: Notes for Designers. Em: SMET, C. DE; BONDT, S. DE; MUGGERIDGE, F. (Eds.). **The form of the book book**. 2. ed ed. London: Occasional Papers, 2010.
- MIRANDA, E. R.; RANOYA, G.; COUTINHO, S. G. (EDS.). **lIn]formar novos sentidos**. São Paulo: Blucher, 2021. v. 2
- MITCHELL, M.; WIGHTMAN, S. **Book typography: a designer's manual**. Marlborough, Wiltshire: Libanus Press, 2005.
- MORGAN, J. It seemed to me.... Em: HOCHULI, J. (Ed.). **Systematic book design?** Paris: Éditions B42, 2020.
- MORISON, S. **First principles of typography**. New ed. ed. Leiden: Academic Press, 1996.
- MORRIS, W. O livro ideal. Em: HELLER, S. et al. (Eds.). **Textos clássicos do design gráfico**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. p. 1–5.
- MOURA, M. **O design que o design não vê**. 1a. ed ed. Lisboa: Orefeu Negro, 2018.
- MOURA, M. **A força da forma**. 1a edição ed. Lisboa, Portugal: Orfeu Negro, 2019.
- MUNIZ JR., J. DE S. **Girafas e bonsais: editores "independentes" na Argentina e no Brasil (1991-2015)**. Tese de doutorado—São Paulo: Universidade de São Paulo, 2016.
- MURRAY, P. R.; SQUIRES, C. The digital publishing communications circuit. **Book 2.0**, v. 3, n. 1, p. 3–23, 1 jun. 2013.
- MURRAY, S. Publishing studies: Critically mapping research in search of a discipline. **Publishing Research Quarterly**, v. 22, n. 4, p. 3–25, dez. 2006.
- MURRAY, S. **Introduction to contemporary print culture: books as media**. Abingdon, Oxon: Routledge, 2021.
- NOORDA, R.; MARSDEN, S. Twenty-First Century Book Studies: The State of the Discipline. **Book History**, v. 22, n. 1, p. 370–397, 2019.
- OLIVEIRA, G. A. F. **O design na construção do livro: A Coleção Particular da editora Cosac Naify**. Dissertação de mestrado—Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2016.
- OLIVEIRA, G. A. F.; LIMA, S. **Análise semântica de capas tipográficas de livros feministas: discussões sobre performatividade de gênero**. InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação, 18(2). <https://doi.org/10.51358/id.v18i2.932>, 2021.
- OLIVEIRA, G. A. F.; SOUZA, E. A. B. M. **A articulação não-convencional dos parâmetros do medium: a materialidade em Bartleby, o escrivão enquanto livro ilustrado desobediente**. Blucher Design Proceedings. **Anais...** Em: 100 CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO E 100 CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN. Curitiba: Editora Blucher, out. 2021. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/36467>>. Acesso em: 30 mar. 2022

- OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. da N. **A construção de significados por meio do projeto gráfico: uma análise dos livros Avenida Niévski e Notas de Petersburgo de 1836, da editora Cosac Naify.** Blucher Design Proceedings. **Anais...** Em: 9º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO. Belo Horizonte, Brasil: Editora Blucher, nov. 2019a. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/33630>>. Acesso em: 11 ago. 2023
- OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. da N. **A construção de significados por meio do projeto gráfico: uma análise dos livros Avenida Niévski e Notas de Petersburgo de 1836, da editora Cosac Naify.** Blucher Design Proceedings. **Anais...** Em: 9º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO. Belo Horizonte, Brasil: Editora Blucher, nov. 2019b. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/33630>>. Acesso em: 12 ago. 2023
- OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. da N. Análise hermenêutica do livro enquanto objeto: uma proposta de abordagem a partir da teoria do efeito estético, p.108-127. Em: MIRANDA, E. R.; RANOYA, G.; COUTINHO, S. G. (Eds.). **[In]formar novos sentidos – Vol. 2.** São Paulo: Blucher, 2021a. Disponível em: <https://openaccess.blucher.com.br/article-details/04-22884> Acesso em: 20 jul. 2023
- OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. da N. **O design de livros a partir da materialidade probabilística: uma discussão inicial.** Blucher Design Proceedings. **Anais...** Em: 10º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO E 10º CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN. Curitiba: Editora Blucher, out. 2021b. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/36568>>. Acesso em: 19 maio. 2023
- OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. da N. **A dimensão semântica da configuração do livro.** Blucher Design Proceedings. **Anais...** Em: 14º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. Rio de Janeiro: Editora Blucher, dez. 2022. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/37904>>. Acesso em: 19 maio. 2023
- OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. N. **Um estudo sobre o uso do papel nos livros da Editora Cosac Naify.** Proceedings of the 7th Information Design International Conference. **Anais...** Em: 7TH INFORMATION DESIGN INTERNATIONAL CONFERENCE. Brasília, Brasil: Editora Edgard Blücher, set. 2015. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/20333>>. Acesso em: 15 ago. 2023
- OLSEN, S. H.; PETTERSSON, A. (EDS.). **From text to literature: new analytic and pragmatic approaches.** Houndmills, Basingstoke, Hampshire [England] ; New York: Palgrave Macmillan, 2005.
- PAIVA, A. P. M. de. **A aventura do livro experimental.** São Paulo, SP, Brasil : Belo Horizonte, MG: EDUSP ; Autêntica, 2010.
- PAIVA, R. M. **Os Kaxinawá do Acre e os livros da Coleção Autoria Indígena: uma análise em design editorial.** Tese de doutorado—São Paulo: Universidade de São Paulo, 2020.
- PETTERSSON, B. Literature as a Textualist Notion. Em: OLSEN, S. H.; PETTERSSON, A. (Eds.). **From text to literature: new analytic and pragmatic approaches.** Houndmills, Basingstoke, Hampshire [England] ; New York: Palgrave Macmillan, 2005.
- PETTERSSON, R. **Information design: an introduction.** Amsterdam: Benjamins, 2002.
- PICCOLINI, P. **De la idea al libro: Un manual para la gestión de proyectos editoriales.** Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2020.
- POWELL, W. W. **Getting into print: the decision-making process in scholarly publishing.** Chicago: University of Chicago Press, 1985.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. DE. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- PURVIS, A. W. Tschichold e a Nova Tipografia. Em: JONG, C. W. DE et al. (Eds.). **Jan Tschichold: Mestre da Tipografia: Vida, Obra & Legado.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.
- QUEIROZ, I. N. V. **Crowdfunding como alternativa à indústria editorial: uma análise do Catarse.** Trabalho de Conclusão de Curso—Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2022.

- RAMOS, Elaine. Livro em processo. In: DERDYK, Edith. (Org.). **Entre ser um e ser mil: o objeto livro e suas poéticas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2013.
- RIBEIRO, A. E. **Livro: edição e tecnologias no século XXI**. Belo Horizonte: Moinhos : Contafios, 2018.
- RIBEIRO, A. E. Uma apresentação ou O verbetão. Em: COUTINHO, S.; CASTRO, C.; RIBEIRO, A. E. (Eds.). **Edição, sf.: Um verbete expandido**. [s.l.: s.n.].
- ROBERTS, C. Introdução. Em: **O livro e o designer I**. Tradução: Andréa Mariz. São Paulo: Rosari, 2007.
- ROBERTS, L.; WRIGHT, R. **Page 1: Great expectations : seventy graphic solutions**. London: GraphicDesign &, 2012.
- RODRIGUES, Z. I. L. **Livro-objeto e a leitura com bebês e crianças pequeninhas: da ação brincante aos gestos inaugurais do ato de ler**. Dissertação de mestrado—Marília: Universidade Estadual Paulista, 2023.
- RUBIN, J. S. What Is the History of the History of Books? **Journal of American History**, v. 90, n. 2, p. 555, 1 set. 2003.
- SABINO, A. Do livro como objeto à leitura como evento. **Entreler**, n. 1, 2021.
- SAMARA, T. **Typography workbook: a real-world guide to using type in graphic design**. Gloucester, Mass: Rockport Publishers, 2004.
- SCHMIDT, M. C.; SANTOS, C. T. D. Sobre o livro, a leitura e suas potências | About books, reading and their power. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, v. 17, n. 2, p. 1–13, 25 nov. 2020.
- SCHWEIGHAUSER, P. Relations between Media. Em: RYAN, M.-L.; EMERSON, L.; ROBERTSON, B. J. (Eds.). **The Johns Hopkins guide to digital media**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2014. p. 424–427.
- SILVEIRA. **A página violada: da ternura à injúria na construção do livro de artista**. [s.l.] SciELO Books - Editora da UFRGS, 2008.
- SMET, C. DE; BONDT, S. DE; MUGGERIDGE, F. (EDS.). **The form of the book book**. 2. ed ed. London: Occasional Papers, 2010.
- SOUZA, I. L. DE. **A capa do livro como interface entre o design, o mercado e a cultura: um estudo multicaso de dois selos do grupo Companhia das Letras**. Tese de doutorado—Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2022a.
- SOUZA, S. A. DE. **Convergência de linguagens: entre o ajustamento e o aleatório na leitura de "Bibi"**. Dissertação de mestrado—Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2022b.
- SOUZA, E. A.; OLIVEIRA, G. A. F.; MIRANDA, E. R.; COUTINHO, S. G.; FILHO, G. P.; & WAECHTER, H. da N. Alternativas epistemológicas para o design da informação: a forma enquanto conteúdo | Epistemological alternatives for information design: form as content. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, v. 13, n. 2, p. 107–118, 15 ago. 2016.
- SOUZA, E. A.; OLIVEIRA, G. A. F.; MIRANDA, E. R.; COUTINHO, S. G.; FILHO, G. P.; & WAECHTER, H. da N. **A forma como conteúdo: O caso de Irma Boom**. Blucher Design Proceedings. **Anais...** Em: 8o CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO / 8o CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN DA INFORMAÇÃO. Natal: Editora Blucher, abr. 2018. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/27999>>. Acesso em: 13 fev. 2021
- SOUZA, E. A.; OLIVEIRA, G. A. F.; CAMPELLO, S. B. **A mediação semântica do papel em projetos editoriais: uma abordagem da Teoria da Atividade**. Proceedings of the 7th Information Design International Conference. **Anais...** Em: 7TH INFORMATION DESIGN INTERNATIONAL CONFERENCE. Brasília, Brasil: Editora Edgard Blücher, set. 2015. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/20202>>. Acesso em: 15 ago. 2023
- SQUIRES, C. **Marketing literature: the making of contemporary writing in Britain**. Basingstoke [England]: Palgrave Macmillan, 2007.
- STEINER, G. **Aqueles que queimam livros**. Belo Horizonte: Editora Âyiné, 2020.
- STRAUSS, A. L.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2. ed ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

- STRIPHAS, T. G. **The late age of print: everyday book culture from consumerism to control.** New York: Columbia University Press, 2009.
- THOMPSON, J. B. **Merchants of Culture The Publishing Business in the Twenty-First Century.** East Rutherford: Penguin Publishing Group, 2012.
- TSCHICHOLD, J. **Quousque tandem...** News. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20230729142534/https://www.tdc.org/news/jan-tschichold-the-tdc-and-a-mystery/>>. Acesso em: 29 jul. 2023.
- TSCHICHOLD, J. **A forma do livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro.** Cotia: Ateliê, 2007.
- TWYMAN, M. The graphic presentation of language. **Information design journal**, v. 3, n. 1, p. 2–22, 1982.
- UNGER, G. **Enquanto você lê.** Brasília: Estereográfica, 2016.
- WARDE, B. A taça de cristal, ou por que a tipografia deve ser invisível. Em: ARMSTRONG, H. (Ed.). **Teoria do design gráfico.** São Paulo: Cosac Naify, 1930.
- WARDE, B. The **Crystal Goblet: Sixteen essays on typography.** Cleveland and New York: The World Publishing Company, 1956.
- WEBER, M.; DANE, A. Introduction. **Australian Humanities Review**, n. 66, p. 1–9, 2020.
- WEBER, M.; MANNION, A. Discipline and Publish. Em: MANNION, A.; WEBER, M.; DAY, K. (Eds.). **Publishing means business: Australian perspectives.** [s.l.: s.n.].
- ZUGLIANI, J. O.; MOURA, M. C. D. **O objeto editorial contemporâneo: transdisciplinaridade, cultura e consumo nas publicações independentes.** Blucher Design Proceedings. Anais... Em: 9º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO. Belo Horizonte, Brasil: Editora Blucher, nov. 2019. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/33611>>. Acesso em: 30 abr. 2023

APÊNDICE A

CADERNO DE EXPERIMENTOS DIAGRAMÁTICOS

Nas páginas a seguir, inspirada em Drucker (2013) e, em certa medida, em tudo que já li e vivi, apresentarei alguns experimentos diagramáticos que desenvolvi.

Um linha na página já provoca algumas possíveis percepções,

Um linha na página já provoca algumas possíveis percepções, talvez o início de um texto, uma marcação espacial na página, um possível alinhamento para as páginas seguintes...

Um linha na página já provoca algumas possíveis percepções, talvez o início de um texto, uma marcação espacial na página, um possível alinhamento para as páginas seguintes... mas, se acrescentamos mais linhas, criamos um bloco de texto. E, assim, já temos algumas outras possíveis percepções. O alinhamento desse bloco está à esquerda,

Um linha na página já provoca algumas possíveis percepções, talvez o início de um texto, uma marcação espacial na página, um possível alinhamento para as páginas seguintes... mas se acrescentamos mais linhas, criamos um bloco de texto. E, assim, já temos algumas outras possíveis percepções. O alinhamento desse bloco está à esquerda, mas poderia estar à direita

Um linha na página já provoca algumas possíveis percepções, mas se acrescentamos mais linhas, criamos um bloco de texto. E, assim, já temos algumas outras possíveis percepções. O alinhamento desse bloco está à esquerda, mas poderia estar à direita ou centralizado.

E, em todas elas, a primeira linha permanece exatamente no mesmo lugar.

Recomendo retornar as páginas para comprovar.

A organização
das
palavras
pode fazer parecer
que estou
escrevendo um poema...

o que não é o caso.

Ou que é um romance. O texto a seguir é retirado diretamente da tese, só para construir a mancha de texto – as referências foram retiradas, afinal, queremos que pareça um romance. Depois do próximo ponto final, pode ir para a página seguinte. Quando encontramos o livro na livraria, não imaginamos os caminhos que percorreu para chegar à prateleira. Alguns rastros são observáveis na capa, que indica, na maioria das vezes, a autoria do texto e a editora. Outros, são vistos na ficha técnica e – às vezes, algumas outras informações no colofão. Ainda que as funções pareçam bem definidas, não é corriqueiro compreender com o que cada um dos profissionais contribui na cadeia do livro. Em outras palavras, poderíamos perguntar: o que exatamente é o trabalho de revisão, projeto gráfico, edição, produção gráfica, preparação do texto, entre tantos outros, que compõem aquele volume exposto na livraria? Este capítulo busca complementar o que encontramos na literatura por meio de entrevistas com designers de livros – focando nos processos que contemplam desenvolver o livro todo (capa e miolo). Para isso, entrelaçaremos os processos de fazer de livros de cinco designers contemporâneos. Pela própria natureza do objeto de estudo e do viés desta pesquisa, não temos o objetivo de sugerir um processo linear, nem compreender como funciona o processo dentro de alguma editora e muito menos propor um método generalizado. Buscamos explicitar a complexidade e, ao mesmo tempo, a individualidade de fazer livros. A escolha pelo método de entrevistas é comum em outros estudos sobre o livro. Isso permite que alcancemos o inesperado, o imprevisível e que tratemos cada entrevista como única e particular. Além disso, permite que emergjam tópicos que não tínhamos previsto ou sequer conhecíamos. A entrevista, da forma como conduzimos, pressupõe um diálogo que permitirá nos modificar pelo pensamento do outro. Essa compreensão nos orientou na elaboração de um conjunto de perguntas para direcionar os aspectos discutidos na tese, utilizando a fundamentação teórica abordada nos capítulos 1 e 2 desta pesquisa. Em linhas gerais, as primeiras perguntas são mais contextuais, a fim de deixar o entrevistado e as entrevistadas mais confortáveis para responder às questões seguintes. Para facilitar o fluxo de leitura deste documento, reescrevemos algumas falas na transcrição – sem, no entanto, alterar seu sentido. Além disso, para facilitar a navegação no texto, agrupamos as respostas em tópicos que sintetizam o tema central de cada discussão. São eles: briefing e leitura do texto; demandas para o projeto gráfico; a superfície da página; aspectos materiais; outros atores e cadeia do livro; os modelos das editoras

Se posiciono o texto em outro lugar, de repente
essa página parece grande demais...

Ou que estou lidando com uma epígrafe,
uma dedicatória

Mas tudo é relacional.

Se diagramo em um corpo maior,
a página parece menor
– ou o texto parece grande demais.

Voltemos ao bloco de texto com a relação corpo/entrelinha que estabelemos no início. Pois bem, outro ponto significativo é que, para esse texto fazer sentido, é importante que ele seja lido em sequência, pois ele foi escrito a partir da expectativa do que foi lido anteriormente. E, agora, esse bloco já está diagramado de outra maneira. Dependendo de até onde esse bloco alcance, ele pode ficar centralizado na página. Ou tensionando a página para “baixo”. Mas isso só saberemos depois que a diagramação estiver finalizada. Aqui, a configuração do texto e a escrita dele estão acotencendo em paralelo. Mas não seja ingênuo, é muito provável que eu não resista à tentação de rediagramá-lo depois de o texto estar pronto – mas isso, com o livro pronto, a gente nunca sabe. Quantas tipografias, manchas gráficas, larguras de coluna, etc, foram testadas para chegarmos a esse layout “final”? Será que teve interferência de alguém que passou pelas costas da designer e disse: “por que você não faz assim?” e, assim, a configuração já foi modificada novamente.

Agora, nesse ponto do texto, eu já tenho o próximo parágrafo escrito. Mas decidi voltar aqui pra contar que mexi no alinhamento. Antes, o texto estava alinhado à esquerda e sem palavras hifenizadas. Dei um *zoom out* no software e achei que a franja formada pelas linhas não estava agradável visualmente – diagramar tem disso: olhar de perto e olhar de longe. Parece que uso umas palavras grandes demais enquanto escrevo. Então,

atizei o *hifenizar*. Mas não foi suficiente. Como o texto que está depois desse já tinha sido escrito, ele já tinha “corrido” para a outra coluna. E, para utilizar das convenções, decidi justificar o texto com a última linha alinhada à esquerda. Agora, hifenizado e justificado, ele me pareceu mais agradável para as minhas intenções aqui.

Enquanto escrevo, já retornei algumas vezes para ajustar palavras repetidas, para acrescentar alguma informação que eu achei que ficaria melhor em outro lugar e não na ordem em que ela me apareceu no pensamento. Mas, uma vez que você está lendo esse texto, ele passa a impressão de que foi escrito de maneira linear. Tudo planejado. Um palavra após a outra e a gente forma uma frase, constrói uma ideia, um texto. Mas não foi assim. O que escrevi aduba o que escrevo e o que escrevo aduba o que escrevi.

Já não tenho mais tanto espaço pra escrever nesta página, mas gostaria de mostrar uma coisa. As duas colunas de texto, dispostas lado a lado, já indicam possíveis convenções pra gente. Não parece romance, poesia, nem uma tese. Mas pode ser uma página de revista (precisaríamos adicionar outros elementos pra isso se concretizar), um texto de um catálogo, um livro¹...

1 Não sei especificar qual tipo de livro seria, mas queria usar esse espaço da nota de rodapé para demonstrar como as convenções fazem com que esse texto tenha relação com o texto de cima, como esperamos que a coluna da direita seja, de fato, a continuação da coluna da esquerda. Não é necessário uma seta depois do “Então,” aqui ao lado para que nosso olho suba para a próxima coluna. Acho que escrevi demais, ficou apertado.

Talvez você que tenha chegado até aqui tenha notado que não há paginação. Essa escolha se deu porque, por menor que seja, a paginação já interfere na configuração, já sugere um eixo, uma possibilidade de alinhamento.

Em um texto, o posicionamento das palavras, uma ao lado da outra, sugere uma linha. Do mesmo modo que uma linha abaixo da outra sugere um parágrafo. Se esse espaço é alterado, a gente entende como o início de um outro parágrafo. Como aconteceu a algumas linhas atrás. No primeiro parágrafo desta página eu falei sobre paginação, mas nesse parágrafo decidi falar sobre proximidade. Os elementos próximos uns aos outros criam uma unidade, agrupamentos.

Não falamos ainda sobre a tipografia que estou usando, nem do formato da página. Normalmente, isso vem no colofão. Mas quero abrir logo o jogo pra que você já entenda as minhas escolhas aqui. A tipografia escolhida foi a que defini pra tese. Como isso faz parte de algo mais amplo, gostaria que tivesse alguma consistência visual. Confesso que já não tinha mais tanto tempo para pensar no desenho tipográfico para que ele fosse adequado a cada layout que estou propondo fazer. Isso já seria outra variável. Se mudarmos a tipografia, mudaremos também como o texto será interpretado. Posso fazer uma demonstração rápida aqui:

Vamos diagramar um livro.

Vamos diagramar um livro.

Vamos diagramar um livro.

Apesar de essas três frases terem exatamente as mesmas palavras, certamente esses convites estão chamando para diagramar-mos livros diferentes. Não entrarei no que cada desenho pode significar porque, além de ser improdutivo, não é o foco do que estamos conversando aqui. Então, vamos voltar: escolhi essa tipografia – e a mantive o tanto quanto pude – para que a gente focasse a conversa na configuração da página. Mudar tipografia, corpo, entrelinha, cor, etc, muda tudo – por isso só o fiz para reforçar alguma ideia que estava trazendo aqui. (Esse corpo, inclusive, talvez não seja adequado para o experimento e você possivelmente está lendo esse texto com o zoom acima de 100%).

Estou diagramando em um A4 para manter o formato padrão da tese. Se a gente mudar para um A5, muda a proporção de tudo e, possivelmente, o texto todo também mudará. Então esse texto só é possível desse jeito que está, em um A4, com essa tipografia, esse corpo, essa entrelinha. Mudando alguma variável, **muda tudo**. Usei o bold para trazer um pouco de textura para essa mancha e para trazer um pouco de dramaticidade também pro texto. Percebi que até agora não tinha usado.

Aqui, eu finalizo o experimento. Não por vontade, mas por circunstância.

Agora, vou voltar ao texto para revisar e possivelmente mude algumas coisas que escrevi e diagramei.