

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
MESTRADO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

BIBLIO&GRÁFICOS:
O LIVRO DE ARTISTA DE LARGA ESCALA NO
CONTEXTO EDITORIAL BRASILEIRO

LARISSA ANDRIOLI GUEDES

JUIZ DE FORA
2018

LARISSA ANDRIOLI GUEDES

**BIBLIO&GRÁFICOS: O LIVRO DE ARTISTA DE LARGA ESCALA NO
CONTEXTO EDITORIAL BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, do Instituto de Artes e Design, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Artes, Cultura e Linguagens.

Orientador: Prof. Dr. Álvaro João Magalhães de Queiroz

Juiz de Fora

2018

Ficha catalográfica elaborada através do programa de
geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Guedes, Larissa Andrioli.

Biblio&gráficos : o livro de artista de larga escala no contexto
editorial brasileiro / Larissa Andrioli Guedes. -- 2018.

117 f. : il.

Orientador: Álvaro João Magalhães de Queiroz

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de
Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Programa de Pós
Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, 2018.

1. livro de artista. 2. Cosac Naify. 3. cultura visual. 4. design
editorial. 5. mercado editorial. I. Queiroz, Álvaro João Magalhães de,
orient. II. Título.

TERMO DE APROVAÇÃO DA DISSERTAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

LARISSA ANDRIOLI GUEDES

Nome do aluno

BIBLIO&GRÁFICOS: O LIVRO DE ARTISTA DE LARGA ESCALA NO CONTEXTO EDITORIAL BRASILEIRO

Título

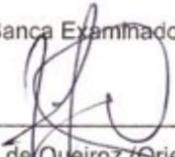
PROF. DR. ÁLVARO JOÃO DE MAGALHÃES QUEIROZ

Orientador

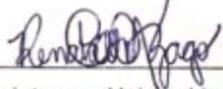
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, Área de Concentração: Teorias e Processos Poéticos Interdisciplinares, Linha de pesquisa: Estudos Interartes e Música, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovada em 10 / 10 / 18

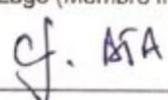
Banca Examinadora:



Prof. Dr. Álvaro João Magalhães de Queiroz (Orientador – Universidade Federal de Juiz de Fora)



Prof. Dra. Renata Zago (Membro interno - Universidade Federal de Juiz de Fora)



Prof. Dr. Fernando Gerheim (Membro externo – Universidade Federal do Rio de Janeiro)

Lose your heart in history
Make us laugh or nothing will
Little Faith – The National

Aos pesquisadores que resistem

AGRADECIMENTOS

A minha família, que me apoiou nessa etapa, mesmo que parecesse loucura.

À Pamella, que sempre acreditou no meu potencial – muitas vezes mais do que eu mesma.

À gente linda que me faz translúcida desde a graduação: Ramon, Aline, Tiago – obrigada, lindos, vocês são incríveis.

À Amanda, que me inspira sempre a criar; à Raissa, que comemorou cada pequena vitória comigo; à Camila, com quem compartilho as melhores conversas filosóficas; e à Anna, que acredita tanto em mim que eu tenho certeza que ela me confundiu com outra pessoa.

A todas as pessoas que passaram pela minha estadia no IAD: alunos, funcionários, amigos, secretárias e professores – principalmente às professoras Maria Claudia, Maria Lúcia e Renata.

Ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, pela oportunidade de desenvolver esta pesquisa, e à Capes, que a financiou.

Aos membros da banca, pela disponibilidade em dividir comigo suas leituras sobre o tema.

RESUMO

O livro impresso a que temos acesso hoje nas livrarias é, obviamente, muito diferente daquele que circulava no início do século XX. Muita coisa mudou desde então: as tecnologias, o público-alvo, o acesso à leitura, a distribuição e a forma como é feita a crítica. O foco desta dissertação é entender como as tecnologias de produção do livro foram alteradas, impactadas e influenciadas pela cultura visual em que estamos imersos. Para atingir este objetivo, parto de uma pintura histórica de três editoras estrangeiras que influenciaram a produção mundial: Simon and Schuster, Gallimard e Penguin. Então, ajustando o foco no mercado brasileiro, o texto vai abordar a trajetória do mercado editorial brasileiro, desde sua fundação no período imperial até o estabelecimento daquela que pode ser considerada a maior (e melhor) editora brasileira hoje: a Companhia das Letras. Tendo como base o padrão de produção estabelecido atualmente por ela, passo então a pensar nas variações dele, especificamente nas variações gráficas propostas por editoras em atividade, para poder finalmente chegar ao cerne da questão: a importância dos livros da editora Cosac Naify enquanto manifestações de livros de artista de fácil acesso – ou, como chamo aqui, livros de artista de larga escala. Para apoiar as reflexões trazidas, é vital nesta dissertação o estudo de Paulo da Silveira acerca dos livros de artista, bem como trabalhos de Nicholas Mirzoeff e John Berger sobre a cultura visual, suas origens, impactos e ramificações.

Palavras-chave: livro de artista, Cosac Naify, cultura visual, design editorial, mercado editorial.

ABSTRACT

The printed books we have access to today in the bookstores are obviously very different from the ones which were around in the early 20th century. Much has changed since then: the technologies, the target audience, access to reading, distribution and the way criticism is done. The focus of this dissertation is to understand how the technologies of book production have been altered, impacted and influenced by the visual culture in which we are immersed. To achieve this goal, I started with a historical painting of three foreign publishers that influenced the global production: Simon and Schuster, Gallimard and Penguin. Then, adjusting the focus to the Brazilian market, the text will address the trajectory of the Brazilian publishing market, from its foundation in the imperial era to the establishment of what can be considered the largest (and best) Brazilian publishing company today: Companhia das Letras. Based on the production pattern currently established by this publisher, I now turn to its variations, specifically the graphical variations proposed by active publishers, in order to finally get to the heart of the matter: the importance of Cosac Naify's books as manifestations of easily accessible artists' books - or, as I call it here, large-scale artists' books. To support the reflections brought about, the study of Paulo da Silveira on artists' books – as well as works by Nicholas Mirzoeff and John Berger on visual culture, its origins, impacts, and ramifications – is vital in this dissertation.

Keywords: artist book, Cosac Naify, visual culture, editorial design, publishing market

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa e sobrecapa comercial do livro <i>Ensaio sobre a cegueira</i> , de José Saramago, publicado pela Companhia das Letras	38
Figura 2 – Capa e sobrecapa do livro <i>Noite do oráculo</i> , de Paul Auster, publicado pela Companhia das Letras	38
Figura 3 – Capa e sobrecapa do livro <i>Fantastic Beasts & Where to Find Them</i> , de JK Rowling, publicado pela Little, Brown	39
Figura 4 – Capa de <i>O pintassilgo</i> , publicado pela Companhia das Letras	40
Figura 5 – Capa de <i>Sob a redoma</i> , publicado pela Suma das Letras	40
Figura 6 – Lombadas dos livros do autor Haruki Murakami, publicados pela Alfaguara, selo da Companhia das Letras	41
Figuras 7 e 8 – Orelhas do livro <i>O pintassilgo</i> , publicado pela Companhia das Letras	42
Figura 9 – Junção dos cadernos feita pela técnica de costura	43
Figura 10 – Corte tradicional de páginas	43
Figura 11 – Corte de páginas especial	44
Figura 12 – Papel pólen soft, utilizado pela Companhia das Letras	44
Figura 13 – Esquema diferencial de fontes serifadas e não-serifadas	46
Figura 14 – Diagramação de livro da Companhia das Letras	47
Figura 15 – Lado frontal da sobrecapa da edição publicada pela Aleph	63
Figura 16 – Verso da sobrecapa da edição publicada pela Aleph	64
Figura 17 – Lombada da edição da Aleph	64
Figura 18 – Folha de guarda da edição da Aleph	65
Figuras 19 e 20 – Detalhes de conteúdo da edição da Aleph	66
Figura 21 – Ilustração presente na edição	66
Figura 22 – Capa do livro <i>J.R.R. Tolkien – O senhor da fantasia</i> , publicado pela Darkside Books	67
Figuras 23 e 24 – Detalhes da capa da edição da Darkside Books	68
Figuras 25 e 26 – Lombada (acima) e quarta capa da edição da Darkside Books	69
Figura 27 – Corte das páginas da edição da Darkside Books	70

Figuras 28 e 29 – Detalhes internos da edição ilustrada de <i>Harry Potter and the Philosopher's Stone</i> , de JK Rowling, publicada pela Bloomsbury (Fonte: divulgação)	71
Figuras 30 e 31 – Capas e luvas das edições ilustradas de luxo de <i>Harry Potter and the Philosopher's Stone</i> (acima) e <i>Harry Potter and the Chamber of Secrets</i> , ambos de JK Rowling, publicadas pela Bloomsbury (Fonte: divulgação)	72
Figuras 32, 33 e 34 – Capa e detalhes do livro publicado pela Visual Editions (Fonte: website da editora)	82
Figuras 35, 36 e 37 – Capa e detalhes do livro publicado pela Visual Editions (Fonte: website da editora)	83
Figuras 38, 39 e 40 – Capa e detalhes do livro publicado pela Visual Editions (Fonte: website da editora)	84
Figura 41 –Interior de <i>Balada</i> (Fonte: website do artista)	86
Figuras 42 e 43 – Interior de <i>Balada</i> (Fonte: website do artista)	87
Figura 44 – <i>Como imprimir sombras</i> (Fonte: website da Galeria Carbono)	87
Figuras 45 e 46 – Detalhes de <i>Como imprimir sombras</i> (Fonte: website da Galeria Carbono)	88
Figuras 47 e 48 – Capa e detalhe de costura externa de <i>O primeiro amor</i>	92
Figuras 49 e 50 – Interior de <i>O primeiro amor</i>	93
Figura 51 –Capa de <i>Zazie no metrô</i>	94
Figuras 52, 53 e 54 –Interior de <i>Zazie no metrô</i> : interior do cartão e folha de rosto, página interna e detalhe de folha não-refilada	95
Figuras 55 e 56 – Invólucro de <i>Flores</i>	96
Figuras 57 e 58 – Conteúdo do pacote de <i>Flores</i> e interior do livro	97
Figuras 59 e 60 – Capa e folhas sem refilamento de <i>Museu do romance da eterna</i>	98
Figuras 61 e 62 – Folha de guarda e interior de <i>Museu do romance da eterna</i>	99
Figura 63 – Capa de <i>Avenida Niévski</i>	101
Figuras 64 e 65 – Detalhes de <i>Avenida Niévski</i>	101
Figuras 66, 67 e 68 – Detalhes do interior de <i>Avenida Niévski</i>	102
Figuras 69 e 70 – Capa (acima) e detalhes do interior da capa de <i>A fera na selva</i>	105
Figura 71, 72, 73 e 74 – Sequência de páginas mostrando a alteração na cor do papel e da tipografia em <i>A fera na selva</i>	106
Figura 75 – Capa, faca de corte e linhas de <i>Bartleby, o escrivão</i>	108
Figura 76 – Detalhe de costura da capa de <i>Bartleby, o escrivão</i>	108

Figura 77 – Interior de <i>Bartleby, o escrivão</i>	108
Figura 78 – Demonstração de processo de corte de páginas de <i>Bartleby, o escrivão</i>	109
Figura 79 - Detalhe das páginas refiladas manualmente	109
Figura 80 – Interior do livro após o refilamento manual das páginas	110

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 PRINT IS DEAD!: BREVE HISTÓRIA DO LIVRO IMPRESSO	21
1.1 DE ONDE VEM E PARA ONDE VAI O LIVRO IMPRESSO	21
1.2 ESTABELECIMENTO DE PADRÕES DE QUALIDADE	23
1.2.1 Contexto internacional: três exemplos	24
1.2.2 Contexto brasileiro: três exemplos, uma diretriz e as herdeiras	27
2 TELL ME HOW TO REACH YOU: A MATERIALIDADE DO LIVRO	36
2.1 COMPONENTES DO LIVRO IMPRESSO	36
2.1.1 Sobrecapa.....	37
2.1.2 Capa e quarta capa	39
2.1.3 Lombada	41
2.1.4 Orelha	41
2.1.5 Junção dos cadernos	42
2.1.6 Corte da página	43
2.1.7 Papel	44
2.1.8 Tipografia	45
2.1.9 Diagramação	47
2.1.10 Dimensão	47
2.2 UNIDADE DOS ELEMENTOS NA COMPOSIÇÃO DO LIVRO	48
3 THE INTERNET IS NOT A COLD DEAD PLACE: ORIGENS E IMPACTOS DA CULTURA VISUAL	51
3.1 CULTURA VISUAL	51
3.2 O LIVRO DE ALTA QUALIDADE GRÁFICA E AS EDIÇÕES DE LUXO	62
4 WE'RE IN A DIFFERENT KIND OF THING NOW: O FUTURO DO LIVRO IMPRESSO	73
4.1 O LIVRO DE ARTISTA NO BRASIL	73
4.2 O QUE É O LIVRO DE ARTISTA DE LARGA ESCALA?	79

4.3 O LIVRO DE ARTISTA DE LARGA ESCALA NO CONTEXTO BRASILEIRO	85
4.4 LEITURA DE ALGUNS LIVROS DA COSAC NAIFY	90
CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	114

INTRODUÇÃO

Essa pesquisa surgiu como uma tentativa de expansão de horizontes e, nisso não difere muito das outras pesquisas que compõem o programa em que se desenvolve ou mesmo das que formam toda a área de estudos de artes e humanidades. Mas me agrada caracterizá-la como uma expansão, antes de qualquer coisa, porque ela nasceu do desejo de lançar sobre um mesmo lugar um olhar diferente pela terceira vez – e se meu interesse pela literatura e pelo design de livros foi parte constante da minha vida desde o início da minha adolescência, não posso dizer que nunca mudei meu relacionamento com esses campos, muito menos que eles mesmo nunca mudaram dentro de si mesmos nesses anos.

Nas quase duas décadas que separam o início do meu interesse por arte e literatura e o momento em que escrevo essas palavras, nossa relação passou por muitas mudanças, embora sempre tenha sido permeada por um fascínio pela aura do livro e, principalmente, pela aura que o acesso a ele parece criar em torno do leitor. Minha preocupação com a apresentação gráfica, entretanto, teve seus altos e baixos: pelo pouco acesso que tinha aos livros, cuidava dos meus com um esmero excessivo, algo que mudou quando ingressei na faculdade de Letras – lá fiquei muito fascinada por livros marcados pelo tempo, que carregavam uma história pessoal consigo. E, embora tivesse sempre estado latente em mim, foi ao me aproximar do fim da faculdade, no entanto, que comecei a desenvolver minha atual relação de preocupação com os elementos propriamente gráficos do livro: por que essa capa? O que está por trás dessa diagramação? A folha não poderia ser um pouco mais firme?

Assim, desenvolvi minha primeira pesquisa na área, na qual buscava entender o reflexo das correntes de crítica literária na produção de capas de livros e que culminou no estudo que eu conduzi no mestrado em Literatura, Cultura e Contemporaneidade da PUC-Rio sob uma perspectiva filosófica da produção de presença. Por isso digo que este olhar, o de hoje, é uma terceira olhada sobre um objeto: venho estudando o tema há cerca de 6 anos e lançando sobre ele, a cada nova etapa e local de estudos, uma mirada diferente. Minha intenção ao iniciar um segundo mestrado, carregando para ele o mesmo objeto de estudo do anterior, era renovar e ampliar o olhar teórico a lançar sobre aquilo – e, embora esta etapa ainda não tenha sido concluída, ela já se mostrou válida e justificada.

Por alguns momentos desse ano e meio, estive tentada várias vezes a ampliar o corpus de análise e abraçar também os livros eletrônicos, que têm oferecidos tantas possibilidades fascinantes para a literatura e as artes – e cito, somente a cargo de

curiosidade, a iniciativa brilhante que surgiu da união entre a editora inglesa Visual Editions e o Google Lab da Austrália, chamada Editions at Play, que oferece a possibilidade de imersão eletrônica no texto através de recursos como o uso do Google StreetView aliado à literatura. Sempre que esses impulsos surgiam, no entanto, eu me via novamente puxada pelo meu interesse inicial: o livro impresso, com suas marcas, peculiaridades e particularidades. O objeto que fascina fisicamente tantas pessoas.

Se em algum momento das últimas décadas pareceu que estudar o livro impresso se tornaria algo ultrapassado em face da possível (e, para muitos, ameaçadora) ascensão dos livros eletrônicos e de novas formas de leitura, essa crença caiu por terra nos anos recentes. Embora tenha havido, sim, um expressivo crescimento do mercado digital, o fetiche das prateleiras ainda parece ser forte entre nós, resistindo, ainda que sofrendo o impacto, da recessão econômica que a instabilidade política tem nos imputado.

De acordo com pesquisas conduzidas pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), a queda na produção entre 2015 e 2016 foi de apenas 1,16%, variação de pouco mais de 600 títulos, o que não deixa de ser um dado digno de respeito se considerarmos que somos um país com uma taxa ainda alta de analfabetismo e que carrega a alcunha de não leitor. Sobre isso, aliás, é interessante que a mesma CBL tenha constatado um aumento no número de brasileiros que podem ser considerados leitores: partindo do critério de que se considera leitora aquela pessoa que leu um ou mais livros inteiros nos últimos 3 meses, o percentual no Brasil subiu para 56%, pouco mais de 104 milhões de pessoas. Há diversos fatores a se considerar com relação a isso, mas talvez o mais importante seja a política governamental entre 2003 e 2016, que investiu na educação, mas também na base de formação do indivíduo, garantindo que cada vez mais famílias pobres tivessem alimentação, moradia e saúde – e isso é importante porque a garantia de vida digna em seus aspectos mais básicos é o que vai possibilitar que a educação – e, conseqüentemente, a leitura e o consumo de livros – vire parte da realidade dos brasileiros.

Se levarmos em conta, portanto, que, antes de chegar à área da educação propriamente, os programas sociais que influenciam na qualidade de vida da população mais pobre são importantes para a criação e cultivo de um público leitor, talvez um dos avanços mais significativos seja a saída do Brasil do mapa da fome da ONU no ano de 2014, resultado de 12 anos de priorização da ascensão social dos menos favorecidos. De acordo com a edição daquele ano do informativo da ONU, “O estado da falta de seguridade da fome no mundo”, o Brasil atingiu a meta de reduzir pela metade o número absoluto de pessoas que passam fome. Essa conquista é consistente com o avanço geral

no desenvolvimento humano e a redução da desigualdade experimentada pelo nosso país – e esse progresso foi acelerado quando o fim da fome foi colocado no centro da agenda política brasileira. A garantia de que todos os brasileiros pudessem comer três refeições por dia – como prometido pelo ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva em seu discurso de posse – virou uma prioridade presidencial e governamental em 2003, com o lançamento do programa Fome Zero. Entre 2000 e 2006, a taxa de desnutrição no Brasil caiu pela metade. Esse foi o primeiro e mais central passo em uma nova abordagem do governo com relação à inclusão social, que se apoiou principalmente no Bolsa Família – que, combinado com programas de estímulo à agricultura familiar, criou laços entre o apoio à produção e a proteção social, contribuindo para a criação de empregos e o aumento salarial, assim como a queda significativa na fome e uma maior igualdade de renda. O resultado desses programas foi o alcance das metas estabelecidas e a queda da pobreza e da pobreza extrema a uma taxa de quase 2/3. Entre 2001 e 2012, os 20% mais pobres da população tiveram sua renda quase triplicada, mesmo crescimento que os 20% mais ricos.

O Bolsa Família é a chave para a compreensão de como os dados aqui mencionados influenciam no tema central desta dissertação, já que seus braços se estendem a todas as áreas de formação de base. Desde a criação do programa, a mortalidade infantil caiu pela metade, assim como o índice de trabalho infantil. Isso porque, para que a família tenha direito ao benefício, é requerida a matrícula e frequência dos filhos na escola. O impacto disso no aumento do índice de aprovação e redução da taxa de evasão escolar foi altamente positivo. O Bolsa Família não só garantiu a cidadania a milhões de famílias, mas também aumentou o consumo interno, aquecendo o comércio, gerando empregos e fortalecendo a economia.

O investimento direto em educação teve também um crescimento gigantesco, com aumento real anual por 12 anos, resultando num investimento de R\$137,2 bilhões em 2015. A relação proporcional entre o PIB e os gastos em educação também cresceu nos governos do presidente Lula e da presidenta eleita Dilma Rousseff. Reflexo direto disso foi o aumento do número de instituições de ensino em todos os níveis, além de melhorias na qualidade, diminuição das disparidades regionais e sociais no acesso à educação e criação de diversos programas e políticas, como o Plano Nacional de Educação (PNE) e o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec). De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), quase 100% das crianças entre 7 e 14 anos estão hoje matriculadas no Ensino Fundamental.

Quanto à qualidade de ensino, a mudança de oito para nove anos de Ensino Fundamental aumentou o nível de proficiência de estudantes do 5º ano entre 11% e 14%. As informações são baseadas no desempenho dos alunos na Prova Brasil, criada em 2005 pelo Governo Federal para avaliar o conhecimento dos estudantes em Língua Portuguesa e Matemática. O Ensino Médio, sobretudo o técnico, também foi aprimorado na última década e meia: foram criadas mais de 400 escolas técnicas e os Institutos Federais ganharam destaque, por oferecerem desde o ensino profissionalizante até cursos superiores e de pós-graduação gratuitamente. As gestões petistas apostaram na ampliação do acesso ao Ensino Superior para ajudar a vencer barreiras sociais e raciais e a aprovação da Lei de Cotas permitiu que, somente no primeiro mandato da presidenta Dilma, o número de vagas reservadas para minorias raciais em universidades federais aumentasse em 250%. O governo também ampliou o número de vagas em universidades federais e, em 12 anos, foram criadas 18 novas universidades federais e um total de 173 *campi*. Atualmente, 7,1 milhões de brasileiros são universitários. Cerca de 20% desse total é beneficiário do Programa Universidade para Todos (Prouni), criado em 2004 para oferecer bolsas integrais e parciais em universidades particulares.

A utilização do Enem, uma avaliação menos tecnicista e mais humana que os tradicionais vestibulares, para o ingresso no Ensino Superior também mudou o cenário das universidades. A mesma avaliação também é utilizada para as seleções do Fundo de Financiamento Estudantil (Fies) e para o Programa Ciência Sem Fronteiras. O Fies foi criado em 1999, durante a gestão de Fernando Henrique Cardoso, para financiar o acesso a graduação e, em 2010, passou por reformulação que resultou em juros mais baixos e prazo de pagamento ampliado. O programa Ciência sem Fronteiras, que objetiva ampliar a conexão entre estudantes brasileiros de Ensino Superior e a cultura internacional, já contou, desde sua implementação, em julho de 2011, com quase 80 mil estudantes brasileiros. Cerca de 28% deles realizaram cursos de graduação ou pós nos Estados Unidos, país que mais recebe beneficiários do programa. Todos esses programas sofrem, hoje, uma ameaça real do governo golpista que ocupa nosso país. É preciso apreciar e entender os impactos positivos dos anos de governo legítimo, eleito e popular para compreender o tamanho da perda que tivemos em apenas 1 ano de governo ilegítimo.

Tudo isso influencia no consumo de livros porque a educação e a escolarização são chaves para a mudança na relação do brasileiro com a leitura. De acordo com pesquisa da CBL, com relação aos entrevistados, quanto maior o nível de escolaridade, maiores os percentuais de pessoas que atribuem a “atualização cultural ou conhecimento geral” os

motivos para ler. Por outro lado, menores são as menções a motivações para leitura ligadas a “motivos religiosos” entre os respondentes com maior nível de escolaridade. Entre o público jovem, “gosto” e “exigência escolar” são mais citados.

As principais finalidades dessa pesquisa, realizada regularmente há cerca de uma década e cujos dados aqui apresentados correspondem à edição de 2015, eram a avaliação dos impactos e a possível orientação de políticas públicas do livro e da leitura, objetivando melhorar os indicadores de leitura do brasileiro. O intuito da reflexão sobre esses pontos é pensar em formas de promover a reflexão e estudos sobre os hábitos de leitura do brasileiro para identificar ações mais efetivas voltadas ao fomento à leitura e o acesso ao livro e promover ampla divulgação sobre os resultados da pesquisa para informar e mobilizar toda a sociedade sobre a importância da leitura e sobre a necessidade de melhorar o “retrato” da leitura no Brasil.

O objetivo central da condução da pesquisa da CBL foi conhecer o comportamento leitor a partir da intensidade, forma, limitações, motivação, representações e condições de leitura e de acesso ao livro – impresso e digital – pela população brasileira. Além disso, o estudo tinha a intenção de coletar dados específicos sobre hábito, motivações e índices de leitura; sobre o perfil do leitor e do não leitor; sobre as motivações e preferências sobre livros, gêneros e autores; sobre percepções, representações e valorização da leitura; sobre o perfil do comprador e do não comprador de livros; sobre práticas leitoras em diferentes materiais, suportes e ambientes; acerca do impacto de leituras e narrativas transmidiáticas e a construção colaborativa, além da produção e o consumo de literatura ou narrativas não tradicionais.

No que diz respeito à influência no momento da compra, o que mais pesa na escolha dos adultos e daqueles com maior escolaridade é o tema ou assunto do livro, enquanto que aqueles entre 5 e 13 anos são mais atraídos pela capa. Nas faixas etárias correspondentes aos ciclos da escolarização básica (Ensino Fundamental e Médio), as dicas de professores são as mais influentes. Um item que começou a ser explorado em 2015 como influenciador foi a categoria “Blogs”, que na pesquisa em questão obteve menos de 1% das menções, mas vem crescendo de forma significativa. Se considerarmos dentro da categoria blogs o chamado booktube (o setor do Youtube ocupado por canais sobre literatura), pode-se ver que a influência deles vem se expandindo. O maior canal literário brasileiro, por exemplo, produzido pela professora Tatiana Feltrin, conta com 244.385 seguidores, e sua iniciativa fez com que acontecesse um boom de canais nos últimos anos. O que é interessante é que, embora comparados ao número do canal

mencionado eles possam parecer pequenos, boa parte tem parceria direta com as editoras, que já reconhecem neles uma possibilidade real e lucrativa de expansão da divulgação de material. O mesmo movimento pode ser observado em blogs e contas literárias no Instagram: os donos dessas redes recebem, diretamente das editoras, exemplares (às vezes, inclusive, cópias de prova, ainda não finalizadas) para leitura, apreciação e divulgação.

A proximidade alcançada entre os dois lados da tela através das redes sociais pode explicar por que os blogs, estatisticamente não tão relevantes a princípio, na prática acabam influenciando o leitor e comprador de livros: talvez as dicas de booktubers e bookgrammers não entrem mais na categoria “Blogs”, e sim sejam encaradas como “Dicas de outras pessoas”, item que obteve 43% das respostas em 2011.

É curioso e interessante também notar que, além de influenciarem a dinâmica da divulgação de livros, os booktubers também vêm mexendo na estrutura do contato com editoras: não são raros os youtubers de literatura que conseguem, graças a essa proximidade com os atores do mercado editorial, se lançarem como escritores. Para citar apenas alguns exemplos recentes e significativos, temos Pam Gonçalves, Babi Dewett, Larissa Siriani e Vitor Martins.

Os resultados da pesquisa de 2015 reforçam uma tendência percebida desde 2007: quanto maior a escolaridade e a renda, maior é o hábito de leitura de livros, assim como este também é maior entre aqueles que ainda são estudantes – estes últimos, sobretudo pela leitura de livros indicados pela escola, didáticos ou literatura, mas hoje também tocados pelos canais acima mencionados, que têm maior público entre os adolescentes e jovens adultos.

Um dos principais destaques da pesquisa em 2015 é o fato de a população adulta e a que está fora da escola estarem lendo mais do que foi observado nos anos anteriores da pesquisa, embora ser leitor ainda seja uma característica significativamente associada à escolaridade, à renda e ao contexto socioeconômico no qual os indivíduos estão inseridos, o que aponta para um desafio no processo de inclusão de parte significativa dos brasileiros na população leitora. Outra tendência indicada por essa edição da pesquisa é o aumento da importância dos livros lidos por iniciativa própria em relação aos indicados pela escola, mesmo entre os estudantes. Aqui é importante pensar no que teria feito com que essa procura própria aumentasse – e por que o surgimento de canais e Instagrams literários pode ter maior influência que os blogs. Se consideramos que vivemos hoje em uma cultura predominantemente visual, não é de se estranhar que as imagens trabalhadas

de forma profissional, apresentando os livros adornados com elementos complementares e atrativos, ou vídeos que mostram as dimensões físicas e materiais dos livros acabem por ser mais convincentes do que textos que somente discorrem sobre o valor literário da obra.

Os resultados da pesquisa reforçam a análise de que o hábito de leitura é uma construção que vem da infância, bastante influenciada por terceiros, especialmente por mães e pais, uma vez que os leitores, ao mesmo tempo em que tiveram mais experiências com a leitura na infância pela mediação de outras pessoas, também promovem essa experiência às crianças com as quais se relacionam em maior medida que os não leitores. No entanto, apenas um terço dos brasileiros considera que teve a influência de alguém na formação do seu gosto pela leitura, sendo que a mãe ou responsável do sexo feminino e o professor foram as influências mais citadas – e pesquisa indica que essa influência tem impacto no fato do indivíduo ser ou não leitor, uma vez que, enquanto 83% dos não leitores não receberam a influência de ninguém, o mesmo ocorre com 55% dos leitores. A pesquisa também indica, entretanto, que o potencial de influenciar o hábito de leitura dos filhos está correlacionado à escolaridade dos pais – filhos de pais analfabetos e sem escolaridade têm menor tendência a se tornarem leitores que filhos de pais com alguma escolaridade.

Na medida em que a escolaridade do indivíduo diminui, reduz a proporção daqueles que consideram a leitura uma atividade prazerosa. A maior escolaridade do indivíduo, como já foi apontado, indica uma maior diversidade de materiais lidos, mas também pode influenciar no tipo de relação que ele estabelece com a leitura. Pessoas com maior nível de escolaridade tendem a ter maior habilidade leitora, o que lhes permite desenvolver outras relações com a leitura para além do seu uso instrumental.

Tendo em vista os elementos mencionados e apurados pelas pesquisas apontadas, esta dissertação pretende entender o objeto livro a partir de seus elementos constituintes, desde os detalhes da capa até o material usado para compô-lo, passando pela tipografia e escolha de cores. O objetivo disso é entender de que modo a materialidade do livro pode estar relacionada à expansão da cultura visual e como isso se reflete no mercado editorial, bem como em que lugar se encontra aquele livro que se abre para as possibilidades gráficas. Para isso, a pesquisa será dividida em quatro capítulos.

O primeiro capítulo trata do livro impresso, traçando um histórico sobre sua forma, de onde veio, como evoluiu até hoje e para onde parece estar caminhando; para mostrar como a forma atual do livro se fixou, serão utilizados três exemplos de editoras

estrangeiras que foram de grande importância na história do mercado editorial, a saber: Penguin UK, Gallimard e Simon and Schuster. Serão também analisados os componentes do livro hoje, todos os elementos que formam o que conhecemos e identificamos como um livro, como, por exemplo, capa, quarta capa, orelha, miolo, tipografia etc. A essa altura do texto, o foco será movido para o Brasil e serão analisados três casos de editoras brasileiras importantes historicamente – Monteiro Lobato e Cia., José Olympio Editora e Civilização Brasileira –, além do aprofundamento na grande editora brasileira da atualidade, a Companhia das Letras, e da menção de algumas que seguem e foram beneficiadas pelo estabelecimento de um padrão editorial no Brasil, como a Intrínseca e a Rocco.

O segundo capítulo foca na materialidade do livro. A partir de fotografias de livros reais publicados recentemente, aponto quais elementos constituem o padrão de publicação hoje, mostrando um a um em sua função e aplicação, e, por fim, como se relacionam enquanto unidade no momento em que se encontram nas mãos do leitor.

No Capítulo 3, o foco inicial é a cultura visual, suas origens, particularidades e impactos, a partir da leitura de Nicholas Mirzoeff e John Berger. Então, me aproximando um pouco mais do foco principal da pesquisa, serão abordadas as editoras que trabalham com edições de alta qualidade gráfica e de luxo, como a Darkside Books e a Aleph; será discutido também o que transforma uma edição de alta qualidade em uma edição de luxo. Para finalizar o capítulo, trago uma análise, acompanhada de exemplos, do que constitui um livro de artista e quais são seus elementos definidores.

O capítulo final será focado na definição, a partir das mudanças resultantes de todos os elementos discutidos ao longo do texto, do que chamo de livro de artista de larga escala, que aqui aponto como representados pela editora Cosac Naify, e como eles são o produto resultante da cultura visual e de todas as mudanças no mercado editorial e na forma como a sociedade consome cultura. Por fim, farei uma descrição crítica das obras que compõem a Coleção Particular, publicada ao longo de quase uma década pela Cosac Naify.

1 *PRINT IS DEAD!*: BREVE HISTÓRIA DO LIVRO IMPRESSO

Quando nos propomos a pensar o mercado editorial hoje, não é possível deixar de olhar para trás e refletir sobre as mudanças pelas quais a produção do livro passou ao longo de sua história, já que se trata de uma trajetória longa, composta por transformações significativas. Se, ao lermos o mercado editorial, concluimos que existe uma expansão no crescimento do uso de elementos gráficos no livro, então somente uma análise do que o que entendemos por livro era e do que ele é hoje pode esboçar respostas satisfatórias a essas perguntas. No primeiro capítulo deste trabalho, pretendo traçar uma história do livro desde seu surgimento até a forma que apresenta hoje.

1.1 DE ONDE VEM E PARA ONDE VAI O LIVRO IMPRESSO

A imagem mental que temos de um livro é do conjunto de cadernos unidos por uma capa; esta remete a um objeto que surgiu, de acordo com Sandra Reimão, em torno do século II ou III d.C. Sua forma é denominada pela palavra latina *codex*, que significa árvore ou madeira e começou a ser utilizada porque o livro, nesse formato de cadernos reunidos, utilizou por muito tempo placas de madeira como suporte e capa. O livro em formato de *codex* existe, portanto, há cerca de dezoito séculos, tendo surgido muito depois dos rolos que chamamos de *volumen*, usados pelos egípcios desde cerca de 2700 a.C. Esse rolo era manipulado horizontalmente, girado a partir de uma haste de madeira e a escrita vinha em sua parte interna. O *volumen* não é o mesmo dos rolos utilizados em documentos na Idade Média, que eram utilizados com orientação vertical.

Quando comparamos o *codex* e o *volumen*, o primeiro apresenta diversas vantagens com relação ao segundo: há a possibilidade de utilizar os dois lados do papel, economizando e otimizando o espaço de texto, além da maior facilidade de manuseio e na localização de passagens, a possibilidade de estabelecer paginação, índice e proporcionar ao leitor uma visão global do livro. A forma de *codex* foi rapidamente adotada por comunidades cristãs, que viram nas suas facilidades a possibilidade de cotejar evangelhos e mobilizar citações da palavra divina nas pregações ou orações (CHARTIER, 1998, p.102). A substituição em comunidades não-cristãs e textos profanos, no entanto, levou mais de 300 anos para se realizar. No entanto, Chartier observa que, mesmo com a adoção do *codex*, a imagem do *volumen* como lugar da

sabedoria e materialização do pensamento ainda se manteve por muitos séculos, sendo utilizada em moedas, monumentos, pinturas e esculturas.

O livro varia durante sua história não só na sua forma material, mas também nas formas como é aproximado e apossado pelos indivíduos. Durante parte da Idade Média, especialmente entre o século VII e a primeira metade do século IX, os *codices* manuscritos eram considerados objetos de luxo para quem os possuía. Tratava-se de um bem econômico, obras de luxo produzidas para aumentar o tesouro dos reis e das igrejas, não para serem lidas. Para quem os produzia, no entanto, a feitura dos *codices* era um momento de penitência e purgação, já que os monges que os escreviam nos *scriptoria* não se interessavam pelo conteúdo do que confeccionavam; o importante naquela atividade era a aplicação, o tempo consumido e o cansaço que surgia ao escrevê-los, pois isso era contabilizado em sua purgação e sua ascensão aos céus.

Entre os séculos X e XII, a Europa Ocidental vivenciou o florescimento das cidades, o que ocasionou o surgimento das escolas urbanas e das primeiras universidades, um sistema de ensino que causou profundas mudanças na forma e na função do livro (LE GOFF, 1993, p. 22). A cópia passa, então, a ser vista como um trabalho intelectual e com a finalidade da leitura, e o livro universitário (objeto novo e que, por estar associado ao ensino, deveria ser copiado rapidamente para consultas) vai resultar em alterações no processo de produção do *codex*: as folhas de pergaminho utilizadas são mais finas, menos amareladas e mais flexíveis; o tamanho é diminuído; as letras utilizadas são mais simples; há menos ornamentação e maior utilização de abreviações e progressos na paginação, rubrica e índices. A mudança é tão significativa que a evolução do manuscrito na Europa costuma ser dividida em duas fases: o período monástico, que dura até meados do século XIII, e, a partir de então, o período leigo (LE GOFF, 1993). Diante da necessidade cada vez maior de multiplicação das cópias, passa-se a utilizar o “livro modelo”, sem costura entre os cadernos, de modo que várias cópias manuscritas podem ser feitas simultaneamente. Essa busca por uma maior rapidez na circulação simboliza, para Le Goff, “um nascimento, mais que um renascimento, esperando a imprensa” (1993, p. 122).

O surgimento do livro universitário anunciou uma revolução que viria em torno de 1450, com o fim da era da cópia manual, quando iniciou-se a imprensa moderna com a tipografia. A invenção dos caracteres metálicos em relevo e da prensa para a impressão é atribuída a três pessoas (REIMÃO, 2004): Gutenberg, que fez o processo; Jean Fust, o burguês que o financiou; e Pierre Schoeffer, seu auxiliar, e expandiu-se rapidamente pela Europa, auxiliando na organização do comércio do livro. A difusão da tipografia, no

entanto, não alterou a forma codex, já que o objeto livro continua sendo composto por folhas dobradas, reunidas em cadernos colados uns aos outros e, principalmente, ainda por quase um século o livro espelhou-se no manuscrito, imitando sua paginação, escritura e aparência (CHARTIER, 1998, p. 96). Desse modo, a imprensa não proporcionou nenhuma mudança súbita na apresentação física do livro – estas só viriam durante o século XVI - e, de fato, mal se pode distinguir entre os manuscritos e os livros impressos entre 1455 e 1500).

Entre os séculos XVI e XVIII, o livro atua, basicamente, como veículo de novas ideias. Somente no século XIX surgiram inovações técnicas relevantes, como as transformações na fabricação do papel e o desenvolvimento da impressão, que viriam a alterar profundamente o perfil do livro, pavimentando o caminho da era que seria denominada por Martyn Lyons de “triunfo do livro” (1987, p.11). Esse período está associado não só à Revolução Industrial, mas também a alterações nos meios de vida que se desdobraram dela, já que o livro, considerado desde o seu surgimento como produto de consumo, “tem que ser visto dentro do contexto de desenvolvimento do tempo de lazer e aumento da distribuição de outros produtos de consumo” (1987, p.11). Lyons assinala, dessa forma, o período em que se inicia o comércio de livros de produção em massa e bom preço.

O mercado de livros foi a primeira forma do mercado de consumo de bens simbólicos; surgiu no século XV, desenvolveu-se no século XIX e se consolidou no século XX (ADORNO, HORKHAIMER, 1985, p. 115). Por ser o primeiro produto cultural a ter a produção industrializada e padronizada, o livro foi o primeiro setor em que se estabilizou o processo de massificação - com sua valoração negativa inclusa: a de domesticador da cultura popular e diluidor da dita “cultura erudita” (ADORNO, HORKHAIMER, 1985).

Essa massificação, no entanto, vai ser importante para que a produção de livros avance com relação às tecnologias empregadas e seja possível o surgimento do livro como o entendemos hoje, com seus padrões de confecção e qualidade.

1.2 ESTABELECIMENTO DE PADRÕES EDITORIAIS DE QUALIDADE

O estabelecimento de padrões editoriais surgiu no processo de produção, impressão e comercialização do livro. A partir de respostas do consumidor e também do surgimento e aperfeiçoamento de tecnologias, as editoras puderam se aprimorar e

melhorar seu processo em vários níveis: na pré-produção, na produção em si e também na comercialização. O mercado editorial funciona absorvendo e se adaptando num grande sistema com muitas ramificações, mas algumas editoras podem ser destacadas como grandes contribuintes desse processo de aprimoramento. Primeiramente, apontarei aquelas que contribuíram em nível internacional, para depois direcionar o olhar para o mercado brasileiro.

1.2.1 Contexto internacional: três exemplos

Ao olharmos para o livro impresso hoje, é clara a existência de uma unidade em sua produção, não como se a criação fosse feita a partir de uma cartilha de regras, mas mais próxima da ideia de que, depois de tanto tempo aprimorando o objeto livro, chegou-se, pelo menos por ora, a um consenso sobre o que o livro é e a que critérios ele deve atender para ser olhado como integrante de um grupo de objetos produzidos com certo esmero. Essa dilapidação em torno do que torna um livro fisicamente integrante de um determinado padrão de qualidade pode ser traçada, de forma esparsa e retroativa, dos dias de hoje até a criação do primeiro *volumen*; o assentamento das características mais específicas, no entanto, pode ser observado através da história do mercado editorial no século XX. Internacionalmente, embora haja uma gama de editoras que agregaram conhecimento e prática à produção editorial, podemos apontar três nomes que contribuíram enormemente para o estabelecimento de um padrão de qualidade de produção do livro impresso; essas três editoras contribuíram de modo significativo, atuando cada uma em uma comunidade importante de leitores e consumidores; são elas: Penguin UK, Gallimard e Simon & Schuster.

A mais antiga entre elas, a Éditions Gallimard, surgiu na França em 1911, fundada por Gaston Gallimard, e é uma das maiores editoras francesas, considerada dona de uma das melhores *backlists* do mundo – que é a lista de livros antigos que compõem o catálogo de uma editora em oposição aos títulos novos (que podem ser referidos como *frontlist*). O estabelecimento de uma *backlist* sólida é considerado o melhor método de criar uma editora rentável, já que nesse caso a maior parte dos altos custos de produção (como tradução, revisão, edição) já foram pagos e restam somente as despesas de reimpressão e direitos autorais. De acordo com o The New York Times, a *backlist* de uma editora é a espinha dorsal do mercado editorial, responsável por cerca de 30% das vendas das

editoras. Enquanto os títulos novos carregam, quase sempre, um caráter de aposta – pois podem ou não se tornar best-sellers, com a grande maioria estando fadada a sumir rapidamente –, a *backlist* em geral tem vendas e lucro previsíveis. Em seu catálogo de clássicos estrangeiros, a Gallimard conta com autores como Jorge Luis Borges, Kafka e James Joyce, além dos francófonos Marguerite Duras, André Gide e Paul Valéry. No total, são 36 vencedores do Prêmio Goncourt, 38 escritores que receberam o Nobel de Literatura e 10 premiados com o Prêmio Pulitzer.

A segunda grande editora em ordem cronológica é a estadunidense Simon & Schuster, fundada em 1924 por Richard Simon e Mark Schuster, que se lançou no mercado com um investimento inicial de cerca de US\$8.000; inicialmente se dedicou à publicação de cruzadinhas, mas então seguiu diferentes tendências e modas editoriais, lançando produtos que apresentassem grande apelo comercial. A estratégia de publicação era um tanto quanto curiosa: ao invés de fechar contratos com autores que apresentassem um manuscrito planejado, Simon e Schuster tinham ideias e contratavam escritores para colocá-las em prática; isso era o que chamavam de “publicação planejada”. A visão de mercado da dupla fez com que, em 1939, se unissem a Robert Fair de Graff para fundar a primeira editora de livros brochura dos Estados Unidos, a Pocket Books. Durante as décadas de 1950 e 1960, a S&S esteve envolvida na publicação de títulos educacionais, retornando ao mercado literário mais tarde. Na década de 1990, era considerada a maior editora dos Estados Unidos, com vendas ultrapassando US\$1 bilhão de dólares. Publicou milhares de obras de milhares de autores, dentre eles Andrew Solomon, Carrie Fisher, Ernest Hemingway, F. Scott Fitzgerald e Stephen King.

A terceira editora a ser mencionada é a mais nova, mas a mais relevante em termos de estabilidade e alcance no mercado hoje. Fundada em 1935 por Sir Allen Lane, a Penguin Books nasceu como uma linha de publicação da The Brodley Head e, no ano seguinte, se tornou uma empresa individual; revolucionou o mercado editorial nos anos 1930 ao mostrar que havia um grande público consumidor de livros – público esse que abraçou rapidamente a nova editora, que produzia livros brochura de qualidade, tanto de ficção quanto não-ficção, e vendia por preços baixíssimos em lojas de departamento, alimentando o consumo de massa. Diante da resistência inicial do mercado tradicional de livros, foi a compra de 63 mil livros pela Woolworth, uma rede de supermercados espalhada pelo Reino Unido, que pagou as despesas do projeto e permitiu que a editora se lançasse como empresa individual. Em seus 10 meses iniciais de funcionamento, a

Penguin alcançou a marca de 1 milhão de livros impressos. Um fator essencial para o sucesso da marca foi seu design: desde o início, evitou-se seguir a tendência das capas excessivamente ilustradas, como ocorria nas outras editoras; a opção pelo visual simples, composto por três faixas horizontais, sendo a superior e a inferior coloridas de acordo com a série de publicação da qual o livro faz parte; na faixa superior, uma forma ornada trazia “Penguin Books” dentro e, na inferior, a logo da editora; na faixa central, sempre branca, vinha o título do livro e o nome do autor impressos em caixa alta na tipografia Gill Sans, o primeiro em negrito e fonte maior, o segundo em tipo normal e ligeiramente menor, os dois separados por um fina linha centralizada e impressa na mesma cor que as faixas. O primeiro design de capa, assim como o da logo, foi criado por Edward Young, membro júnior da equipe. Os esquemas de cor originais eram divididos da seguinte forma: laranja e branco para ficção em geral; verde e branco para ficção policial; rosa e branco para viagens; azul escuro e branco para biografias; amarelo e branco para variedades; vermelho e branco para teatro; roxo e branco para ensaios; e cinza e branco para questões globais. A introdução de imagens nas capas sofreu resistência por muitos anos, e, embora algumas das coleções atuais repliquem o design original (especialmente os produtos que não são livros, como bolsas, cadernos e toalhas), hoje a editora conta com diversos projetos gráficos diferentes para suas capas.

Uma de suas divisões mais famosas, a Penguin Classics, começou em 1945, após o fim da Segunda Guerra Mundial (período durante o qual, por uma série de acordos com o governo do Reino Unido, a editora conseguiu manter seu crescimento, apesar de todas as dificuldades financeiras e de fornecimento de materiais para produção de livros), com uma tradução da Odisseia, de Homero. Entre os anos de 1947 e 1949, o tipógrafo alemão Jan Tschichold reformou o design de 500 livros da Penguin, deixando para a editora um compilado de regras importantes reunidas em um folheto de quatro páginas de instruções tipográficas para editores e compositores de tipografia. Esse compilado, denominado “Penguin Composition Rules” (Regras de composição da Penguin, em tradução livre), incluía ilustrações das capas das séries clássicas e, posteriormente, após a passagem de seu sucessor Hans Schmoller, a diagramação vertical que dominou as publicações da editora na década de 1950.

Uma série de eventos durante a década de 1960 colaborou para que a Penguin sofresse grandes mudanças em suas publicações: primeiro, ela se abriu para a compra de ações, de modo que seu fundador, Allen Lane, teve seu papel na empresa reduzido; o surgimento de novas técnicas, como a fotocomposição e a impressão *offset*, reduziram

drasticamente os custos de produção, permitindo a impressão de imagens e textos no mesmo estoque de papel, pavimentando a introdução da fotografia e de imagens no design gráfico de capas de brochuras.

Uma mudança na equipe também foi de suma importância para a trajetória da editora: Tony Goldwin, que ingressou como conselheiro editorial e ascendeu ao posto de editor-chefe, contratou Germano Facetti, que alterou de forma decisiva a aparência da Penguin a partir da consulta a uma série de designers, incluindo Romek Marber, para remodelar as capas da editora. O chamado *Marber grid* (uma diagramação específica) foi aliado ao tradicional *color-coding* da editora (a divisão dos gêneros literários associada a cores, como descrito anteriormente) e, abrindo mão das tradicionais faixas horizontais, foi definido o padrão de design dos livros brochuras da editora pelos próximos 20 anos. O novo padrão foi aplicado primeiramente à série policial, depois aos livros de ficção (da tradicional capa laranja) e, então, às séries Pelicans, Penguin Modern Classics, Penguin Special e Penguin Classics. A aplicação a todas essas ramificações da editora deu uma unidade visual ao catálogo, ainda que outras séries (como a Peregrine, a Penguin Poets e a Penguin Modern Poets, por exemplo) tenham tido uma outra abordagem gráfica.

Com a morte de Sir Allen Lane em 1970, a Penguin foi adquirida pela Pearson PLC e, com a saída de Facetti, a era definidora de seu design chegou ao fim, já que o objetivo da editora passou a ser aumentar a lucratividade e superar a crise financeira que se instalou em sua produção ao longo da década de 1960. Em 1986, a Penguin expandiu sua produção para os Estados Unidos ao comprar a New American Library. Em 2013, a junção da Pearson PLC com a Bertelsmann criou o conglomerado Penguin Random House, no qual está contida a Penguin Books. Ela é hoje uma das maiores editoras de língua inglesa, integrando o grupo conhecido como Big Five, ou as 5 maiores empresas de publicação em língua inglesa: Simon & Schuster, HarperCollins, Macmillan Publishers, Hachette Group e a própria Penguin Random House.

1.2.2 Contexto brasileiro: três exemplos, uma diretriz e as herdeiras

A publicação de livros no Brasil teve início em 1808, a partir da chegada da família real, com a criação da Imprensa Régia, que teve monopólio da impressão de livros e periódicos no Rio de Janeiro até 1821; depois disso, houve a abertura do mercado para empresas privadas. Como a emergência desse mercado ocorreu no período em que se começava a discutir a independência nacional, havia grande procura por publicações de

natureza política – o que contribuiu também para o crescimento da produção e venda de livros, resultando no primeiro impulso de desenvolvimento da indústria editorial brasileira.

Uma característica desse período é a concentração de mais de uma atividade do ramo editorial na mesma empresa, de modo que as livrarias-editoras ou as casas editoriais eram responsáveis pela edição, produção gráfica e venda de livros. Era também nesses lugares que a elite intelectual se encontrava, de modo que esses estabelecimentos se tornaram não só referência para o mercado editorial, mas também para grupos ideológicos.

O Brasil sofreu grande influência da França entre o século XIX e início do século XX também no mercado editorial. A expansão que a indústria editorial francesa experimentou no início do século XIX refletiu aqui: com o aumento significativo da produção de livros devido aos avanços técnicos, os livreiros franceses começaram a buscar novos mercados, especialmente nas Américas; o Brasil, que tinha acabado de receber a Corte e já estava suscetível à influência francesa, se mostrou como um mercado promissor. Assim, logo foram instaladas as primeiras livrarias-editoras de origem francesa no Rio de Janeiro; dentre as mais notáveis estavam aquelas comandadas por Pierre Plancher e Louis Garnier.

Uma publicação essencial para entender a história do mercado editorial brasileiro é a tese de Ana Sofia Mariz, que foi base de pesquisa para a construção desse capítulo. A pesquisadora informa que, embora tenha sido dominado por empresas estrangeiras durante o século XIX, o setor editorial também contou com alguns brasileiros notórios, como Francisco de Paula Brito, que trabalhou inicialmente na gráfica do Jornal de Comércio de Plancher, mas, em 1831, adquiriu uma loja que funcionava como papelaria, casa de chá e oficina de encadernação. Paula Brito conseguiu expandir sua loja e criar filiais, investindo em equipamentos gráficos, além de criar um amplo sistema de distribuição através de agências pelo país. Suas conexões e seu crescimento foram impressionantes: o imperador D. Pedro II chegaria a ser sócio de Paula Brito em sua tipografia, chamada Imperial Typographia Dous de Dezembro, e Machado de Assis chegou a trabalhar como revisor em sua editora, onde também publicou seus primeiros textos.

A qualidade das publicações dessa época, no entanto, deixava a desejar. Rubem Borba de Moraes afirma que, embora a Imprensa Régia apresentasse “impressão nítida, boa distribuição do texto e proporção das margens [...] esta era uma exceção”. Em geral,

em termos de editoração, os livros estavam longe do ideal, já que havia pouco recurso de papel e tipos, além de haver muitos erros na composição. Desse modo, muitas obras de autores renomados eram impressas, no início do século XX, na Europa, especialmente na França e em Portugal – e, embora isso garantisse a qualidade técnica, elas ficavam sujeitas a alterações de conteúdo por passarem pelas mãos de revisores estrangeiros, que alteravam os originais brasileiros a sua maneira.

Um nome que veio a se destacar no início do século XX no mercado editorial brasileiro é o de Monteiro Lobato, primeiramente por seu papel como escritor, mas também como editor. Em 1918, ele adquiriu a editora Revista do Brasil e, no ano seguinte, associou-se a Octalles Marcondes Ferreira, formando a Monteiro Lobato e Cia. Essa editora foi responsável por importantes avanços em várias frentes da editoração: diversos autores brasileiros e inéditos foram lançados por ela; além disso, a comercialização foi drasticamente alterada, já que a editora saltou de 40 para mais de 2 mil distribuidores no país entre estabelecimentos variados; as estratégias de divulgação também mudaram, recorrendo a meios menos “nobres” para divulgar a publicação dos livros, como revistas e jornais. O crescimento da firma de Monteiro Lobato foi impressionante: no início dos anos 1920, era vendida uma média de 4 mil livros por mês, havia produção de uma nova edição por semana e, em 1923, a editora já possuía um catálogo de quase 200 títulos. Devido a esse crescimento, a Lobato e Cia. montou a maior oficina gráfica de impressão de livros do país, importando equipamentos de alta qualidade dos Estados Unidos. O pioneirismo de Lobato também se mostrou presente na questão gráfica: no fim da década de 1910 e início de 1920, reintroduziu o uso das ilustrações nas capas dos livros, contrastando com o chamado padrão francês que dominava o mercado até então (constituído por capas tipográficas compostas apenas pela mesma diagramação da folha de rosto). Esse é um passo importante porque, no início do século XX, ainda era comum que se encadernasse as brochuras compradas, perdendo a capa original; tratava-se de um hábito cada vez menos condizente com uma sociedade que se tornava mais acelerada, de modo que a produção de capas atraentes e ornamentadas o suficiente para que fossem mantidas acabou por ir ao encontro de uma demanda social. Embora tenha prosperado por cerca de uma década, a Monteiro Lobato e Cia (que, em seus últimos anos, passou a se chamar Gráfica e Editora Monteiro Lobato) mergulhou em um espiral de problemas financeiros devido aos investimentos em materiais e equipamentos importados, de modo que, em 1925, a empresa foi liquidada.

Em 1931 surgiu um dos nomes mais importantes do setor editorial brasileiro: responsável pelo lançamento de vários jovens autores, como José Lins do Rego e Thiago de Mello, a José Olympio Editora iniciou seus trabalhos em São Paulo, mas transferiu-se para o Rio de Janeiro em 1934, onde se estabeleceu de forma definitiva. Foi uma das primeiras editoras brasileiras a investir no acabamento dos livros com a preocupação de contratar um artista gráfico para cuidar deles, Tomás Santa Rosa, que desenvolvia projetos gráficos e ilustrações para a editora. Ao longo da década de 1930, a Casa (como José Olympio a chamava) foi se estabelecendo como a editora mais importante do país, publicando livros de todas as correntes ideológicas, autores já consagrados e iniciantes.

No início dos anos 1930, os livros nacionais encontraram um cenário favorável a sua publicação, já que as taxas de câmbio fizeram com que se tornassem mais baratos que os importados. Os livros nacionais, no entanto, ainda possuíam projetos gráficos (externa e internamente) muito aquém dos estrangeiros, com uma estética antiquada e impressão desleixada. José Olympio trabalhava com diferentes fornecedores para impressão dos seus livros, de modo que, em 1935, pode alterar o projeto gráfico da editora ao contratar Tomás Santa Rosa para fazer a capa de *Moleque Ricardo*, de José Lins do Rego. Os outros livros do autor também foram publicados, formando uma coleção chamada Círculo da cana de açúcar, todos com capas feitas pelo mesmo artista. Durante mais de 20 anos, Santa Rosa foi o responsável por quase todos os projetos gráficos da editora, atuando numa renovação estética do livro no Brasil. Era considerado um “profissional completo”, pois se preocupava com o livro como um todo, seguindo sua produção desde a conceituação até a gráfica, com ênfase na produção da capa. Sobre a importância do projeto visual, ele diz que não há livro que se beneficie da “falta de gosto” que rege as artes; se a capa é a apresentação do livro ao leitor, independente de que livro estejamos falando, ela é importante e deve ser considerada. Santa Rosa foi influenciado por artistas franceses (como Picasso, Matisse e Chagal) e brasileiros (especialmente os modernistas, como Portinari) e suas capas apresentam limpeza formal, com ilustrações em preto e branco ou poucas cores. A tipografia preferida por Santa Rosa era a romana, serifada, e por sua exigência diversas gráficas adquiriram novas e variadas famílias tipográficas, o que acabou possibilitando que outras editoras também melhorassem seu trabalho gráfico.

Entre 1940 e 1950, José Olympio se tornou o maior editor do Brasil, tendo publicado mais de 2 mil títulos e atingindo, em 1980, a marca de 30 milhões de publicações, divididas entre 500 autores estrangeiros e 900 nacionais. Entre eles, constam nomes como Raquel de Queirós, Érico Veríssimo, Lygia Fagundes Telles e Graciliano

Ramos. Apesar do crescimento excepcional da editora, a censura imposta pelo Estado Novo acabou por abalar a José Olympio, de modo que na década de 1950 a livraria precisou fechar quando seu contrato não foi renovado para que o prédio fosse demolido, ficando aberta somente a editora, que se fixou em 1964 em outro endereço. Em 1960, havia aberto seu capital, sendo a primeira editora brasileira a disponibilizar ações na bolsa de valores, e passou a integrar a lista das 500 maiores empresas do país. A crise da LJO iniciou com um colapso no mercado de ações; solicitando ajuda governamental, foi adquirida pelo BNDES, de modo que, quando seu celebrado editor faleceu, em 1990, já não era mais proprietário da editora que levava seu nome.

Para pensar a editoração e a parte gráfica do livro no Brasil, é inevitável falar na editora Civilização Brasileira, fundada em 1929 por Getúlio Costa, Ribeiro Couto e Gustavo Barroso. Em seu endereço na Rua do Ouvidor funcionava também como livraria e, embora editasse principalmente literatura, seu maior sucesso na época era o Pequeno dicionário brasileiro da língua portuguesa, uma obra de referência escrita por Hilberaldo Mateus de Lima e Gustavo Barroso. Em 1932, foi incorporada à CEN ao ser adquirida por Octalles Marcondes Ferreira, passando a ser usada estrategicamente na distribuição dos livros produzidos pela estatal na capital. A CB foi o foco de edição de literatura durante os anos 1930 enquanto a CEN focava na produção de livros didáticos; depois de uma rápida ascensão durante os anos 1930 (período no qual arriscou inclusive um investimento internacional, abrindo uma filial em Lisboa) e declínio na década seguinte, no início da década de 1950 acumulava poucos títulos.

Ênio Silveira, genro de Octalles, foi quem mudou esse cenário no início da década de 1950, ao assumir parte da editora. Tendo estudado editoração nos Estados Unidos e estagiado na Knopf, uma das grandes editoras americanas, Ênio pode ter contato com o funcionamento interno da empresa, de modo que teve a oportunidade de conhecer novas técnicas de divulgação e tratamento do livro. Uma diferença fundamental entre o mercado brasileiro e o americano na época era que, de modo geral, os livros publicados no Brasil recebiam pouca atenção em termos de publicidade, e esta se resumia à divulgação informal de leitores ilustres ou resenhas em periódicos. O livro era, portanto, encarado como mercadoria ofertada para a elite, superior a uma campanha publicitária mais ampla e popular. Nos Estados Unidos, no entanto, o foco era no consumo em massa, de modo que foi criada a impressão em brochura barata (a versão *pocket*) para que fosse possível facilitar e ampliar as vendas. O mercado editorial americano já apresentava uma diversificação: além da versão barateada e popular, o livro também era apresentado em

versão capa dura, de maior qualidade e durabilidade, embalado com sobrecapas (ou *jackets*) coloridas e visualmente atraentes. Armado dessas experiências no mercado editorial internacional, Ênio assumiu a direção executiva da Civilização Brasileira e, em poucos anos, a CB já era uma das maiores editoras do país.

A discordância política entre Ênio e Octalles levou à oportunidade oferecida pelo sogro de adquirir a maior parte das ações da editora, de modo que ela deixou de responder a CEN. Assim, foi colocada em ação uma renovação completa da imagem da editora; a contratação de Eugênio Hirsch como produtor iniciou uma revolução que influenciou toda a indústria editorial brasileira. A ideia de que o livro era um objeto para ser “vulgarizado”, tirado da elite e distribuído para o povo era presente no novo projeto da editora; assim, a CB se tornou não só uma das editoras mais importantes do Brasil, mas também um centro de disseminação de ideias.

A identidade visual da CB era constituída por uma linguagem visual gráfica que procurava traduzir e valorizar a linguagem verbal e a especificidade de um livro, com o objetivo de conquistar os compradores. Além da identidade individual de cada livro, havia também uma unidade visual entre todas as publicações da editora. Hirsch foi o responsável por criar essa unidade, potencializando a relação entre o leitor/comprador e a editora. A identidade de suas capas era caracterizada pelo que Ênio chamava de “agressão no sentido visual”, já que contavam com intensidade e arrojo, seja na escolha das cores ou das formas. O estabelecimento desse padrão de capas foi uma herança deixada por Hirsch para a CB, já que, em 1965, ele deixou a equipe e foi substituído por Marius Bern, cujo estilo, apesar de diferente do de seu antecessor, não deixa de carregar algumas semelhanças, como o investimento da estilização tipográfica nas capas.

A CB teve seu auge na década de 1960, mas foi nesse período também o início de seus problemas; os conflitos de seu editor com o Governo Militar acabaram por prejudicar e minar, lentamente, o sucesso e a prosperidade da editora. Diversos livros da editora foram recolhidos e, em 1965, Ênio foi obrigado a deixar a diretoria da empresa para evitar que esta sofresse uma ação direta do governo; ele já havia sido preso três vezes até o momento. Na década de 1970, foi preso novamente, teve centenas de livros confiscados e os escritórios centrais da editora sofreram um incêndio. Em 1982, 90% da empresa foram vendidos a um banco e a uma pessoa jurídica portuguesa, e a sede da editora foi transferida para São Paulo. Embora ainda esteja em atividade, hoje a CB funciona como parte de um grupo editorial e não mais uma empresa individual; ainda assim, suas contribuições para o mercado de livros brasileiro foram imensas.

É possível constatar isso ao olharmos para o exemplo mais recente (e ainda em atividade) de editora de sucesso indiscutível no Brasil, a Companhia das Letras, fundada em 1986. Luiz Schwarcz (que vinha da experiência em outra editora nascida de um dissidente de Octalles, a Brasiliense, criada por Arthur Neves) e sua esposa, Lilia Moritz Schwarcz, iniciaram os trabalhos da editora nos fundos da gráfica do avô de Luiz, a Cromocart, e inicialmente focava somente em ciências humanas e literatura, mas hoje tem um catálogo diversificado e que abarca diversas áreas. Em seu primeiro ano, lançou 48 títulos, sendo que um dos quatro primeiros, Rumo à estação Finlândia, de Edmund Wilson, foi um sucesso que possibilitou o crescimento inicial da editora. Talvez o grande diferencial da Cia tenha sido sua grande preocupação não somente gráfica, mas, também, com a qualidade de produção do livro.

Desde o início de seus trabalhos, a editora fez escolhas que se traduziam em maior garantia de durabilidade, harmonia e excelência de produção: a opção pela costura das páginas, ao invés do uso de cola; a escolha do papel de cor creme em contraste com o largo uso do papel offset no Brasil; a defesa de trabalhos mais autorais e menos comerciais estampando as capas.

Em 30 anos de atuação iniciados somente como uma editora (e comemorados com diversos lançamentos especiais em 2016), o atual Grupo Companhia das Letras (que, enquanto tal, nasceu da junção com a editora carioca Objetiva em 2015) acumula quase 3000 títulos e mais de 1300 autores em seu catálogo, que abrange hoje 16 selos diferentes dedicados aos mais variados segmentos; entre seus autores, há grandes nomes da literatura brasileira, como Jorge Amado, João Cabral de Melo Neto e Carlos Drummond de Andrade, além de autores estrangeiros consagrados (seja comercial, seja academicamente), como Haruki Murakami, Italo Calvino e Orhan Pamuk. Os selos que compõem o Grupo são alguns dos mais populares e legitimados no mercado brasileiro hoje, de modo que tem apelo tanto para jovens e um público mais comercial (como os selos Cia. Das Letras e Companhia de Bolso) quanto para um público mais elitizado (representado pelos selos Alfaguara e Companhia das Letras).

O padrão de qualidade de produção estabelecido pela Companhia das Letras ao longo de seus 30 anos de funcionamento tem diversos níveis, desde a seleção e edição de originais até o marketing, passando pelo design gráfico dos livros, que é o tema que interessa aqui. Esse padrão de produção gráfica, que abarca desde a capa até os detalhes internos do livro (e que será abordado de forma mais minuciosa no próximo subcapítulo), foi estabelecido ao longo da década de 1990 e foi decisivo para o cenário editorial

brasileiro se transformar no que vemos hoje. De acordo com enquete realizada pelo jornal Valor Econômico em julho de 2012, ela era considerada a melhor editora do Brasil, com 81% dos votos, seguida pela Cosac Naify (76%), sendo considerada referência não só de qualidade material, mas também intelectual. O grande diferencial da editora é que, embora tenha havido na história do nosso mercado editorial editoras que se preocupavam com aspectos específicos do livro (como a qualidade dos textos publicados, ou a qualidade e impacto da capa), sua inovação foi associar todas esses aspectos e produzir livros que abarcavam tudo isso: eram reconhecidos ou promissores, escritos por autores consagrados ou novos talentos, com capas de qualidade e preocupação artística, abrangendo públicos diferentes, produzidos com material de alta qualidade por equipes que pensavam cada detalhe com excelência. Esse padrão veio a influenciar diversas editoras, sejam elas já existentes (e que, diante da concorrência com a Companhia das Letras se viram obrigadas a alterar seu padrão de produção) ou novas, criadas de a fundação e ascensão dela.

A editora Rocco é um exemplo disso; a editora, que foi fundada antes da Companhia das Letras, em 1975, por muitos anos produziu livros com baixa qualidade interna, utilizando papel, espaçamento e tipografia inadequados, e que se viu, ao longo do tempo, obrigada a alterar lentamente seu padrão de produção, visto que, diante das publicações da Companhia (e de cada vez mais editoras influenciadas por ela), passou a ser criticada e questionada. Assim, não é surpresa que recentemente a Rocco tenha anunciado uma reedição de seu maior sucesso de vendas, os livros da série Harry Potter, dessa vez com capa dura e papel creme (atributos anunciados no marketing da pré-venda, ou seja, vistos como dignos de nota).

Entre as editoras que surgiram após a ascensão da Companhia das Letras, podemos citar a Intrínseca, uma das grandes do setor editorial brasileiro hoje. Fundada em 2003 por Jorge Oakim, iniciou publicando livros voltados para o público mais jovem; seu grande sucesso de vendas foi *A menina que roubava livros*, de Markus Zusak, sucesso de vendas da década 00; após seu crescimento, impulsionado por esse sucesso, a Intrínseca se associou à Sextante e, em 2009, lançou outro fenômeno, a série Crepúsculo, o que ajudou a consolidar a editora no mercado. Sempre atenta à demanda da comunidade de leitores na internet e em contato direto com os booktubers, a editora vem se estabelecendo e crescendo cada vez mais. Ela também segue um padrão fortemente influenciado pela tradição de publicação da Companhia das Letras, embora recorra a capas e títulos mais comerciais; os aspectos internos dos livros, no entanto, remetem

claramente ao padrão mencionado e garantem que seus livros sejam alvo de elogios no mercado.

A utilização de um padrão de editoração estabelecido pouco a pouco pela Companhia das Letras se tornou, portanto, uma garantia de reconhecimento no mercado editorial brasileiro. Embora este não seja o aspecto mais relevante no momento de decisão de compra, a cada dia tem se tornado mais relevante na hora da criação do livro e também pelo consumidor. Sua relevância e impacto na leitura tem sido cada vez mais reconhecida não só por quem produz o livro, mas também tem sido vista claramente por quem o compra. No próximo capítulo, vou destrinchar e explicar o que é, o que compõe e qual a importância de cada item do projeto gráfico e editorial que forma o objeto livro, além de explicar qual o diferencial que cada um apresenta dentro do que chamei de padrão Companhia das Letras de produção do livro com relação ao que era feito anteriormente ou é feito por editoras que não observam esse padrão.

2 TELL ME HOW TO REACH YOU: SOBRE A MATERIALIDADE DO LIVRO

Embora o conteúdo do livro seja obviamente de suma importância para seu sucesso, seja comercial ou crítico, existem outros fatores que são levados em consideração durante a produção e que podem ser também importantes para os leitores e consumidores de livros. É essencial ter em mente que o livro é um objeto material, composto por elementos materiais que se conjugam de forma material a formar o objeto final. Por isso, não se pode ignorar esses elementos e materialidades que fazem parte da composição do livro, principalmente porque todos eles têm objetivos específicos, exercem funções de forma eficiente ou não de acordo com sua qualidade de produção e afetam, portanto, a recepção e compreensão final do produto.

Não se pode perder de vista o fato de que o livro, embora adotado por séculos de tradição intelectual como apenas um meio de acesso ao conhecimento e à erudição, não deixa de ser um produto – sendo pensado, planejado, criado, distribuído e vendido como tal. Portanto, possui atributos com intenções de mercado e objetiva atingir um consumidor, que será mais ou menos influenciado por esses fatores materiais, mas que está sempre no objetivo final do planejamento editorial.

Neste capítulo farei um compilado dos principais elementos que compõem um livro disponível no mercado hoje, a partir das evoluções e aprimoramentos propostos e executados pelas editoras que foram abordadas no primeiro capítulo. Trata-se, portanto, de uma parte mais técnica deste texto, mas que é essencial para a compreensão dos objetos que serão abordados ao longo do trabalho.

2.1 COMPONENTES DO LIVRO IMPRESSO HOJE: FUNÇÕES E EFEITOS

O livro enquanto unidade é composto por uma série de elementos, cada um com características também específicas, que criam o objeto que reconhecemos em livrarias, bibliotecas e estantes como livro. Esses elementos o compõem de forma prática e simbólica, formando-o enquanto unidade material e intelectual ao mesmo tempo; embora alguns desses elementos sejam materialmente criados para chamar a atenção, despertar interesse e se destacar na mão do consumidor (como é o caso da capa), há aqueles que são usados com intenções opostas, para proporcionar uma leitura agradável justamente ao se tornarem neutros aos olhos do leitor (como acontece com o papel e a fonte escolhidos para a impressão); alguns deles são externos, fazendo parte da apresentação

inicial do livro para o leitor e consumidor, enquanto outros compõem o interior do livro. Tendo como base alguns livros de editoras mencionadas aqui e outras que se destacam no mercado editorial hoje, esses elementos serão dissecados nos itens a seguir, de modo que essas relações fiquem mais claras. Cada um possui suas especificidades e são pensados pela equipe de criação do livro, alguns de forma individual, com objetivos também específicos.

2.1.1 Sobrecapa

Também conhecida como jaqueta, *dust jacket* ou simplesmente *jacket*, a sobrecapa é um invólucro que alguns livros recebem. Inicialmente, sua função era a proteção da capa do livro, chegando a ser somente um papel em branco para cobrir o livro. No entanto, por volta dos anos 1920 uma mudança fundamental ocorreu: as editoras começaram a dar mais ênfase às jaquetas do que às capas em si. Embora houvessem exemplares ornados e decorativos antes, em geral tratava-se somente de uma reprodução da capa em si. Após a Primeira Guerra Mundial, no entanto, com a incorporação cada vez maior de artistas no mundo editorial, cresceu a produção de sobrecapas mais ornadas e atrativas. Elas passaram também a incluir cada vez mais informações e, ao invés de apresentarem somente o título do livro ou um design similar ao da capa, as editoras começaram a incorporar sinopses e informações acerca do autor. Desde então, as jaquetas passaram a concentrar cada vez mais ornamentações, enquanto as capas foram proporcionalmente se tornando mais simples.

Embora ainda não seja muito popular no Brasil, pode ser encontrada em alguns livros, em geral edições especiais ou com projeto gráfico diferenciado, se aproximando do uso no mercado no exterior. É um recurso mais comum no caso de livros que são adaptados para o cinema: ao invés de republicar o livro, refazendo a capa com referência ao filme, é impressa uma sobrecapa que envolve a mesma edição – tratando-se, portanto, de um recurso primordialmente comercial para apelar ao consumidor e aumentar a venda dos livros.

Figura 1 – Capa e sobrecapa comercial do livro *Ensaio sobre a cegueira*, de José Saramago, publicado pela Companhia das Letras

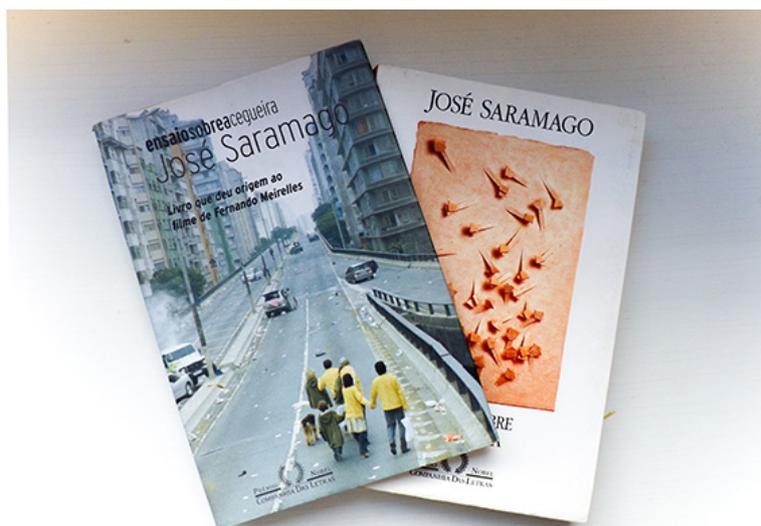
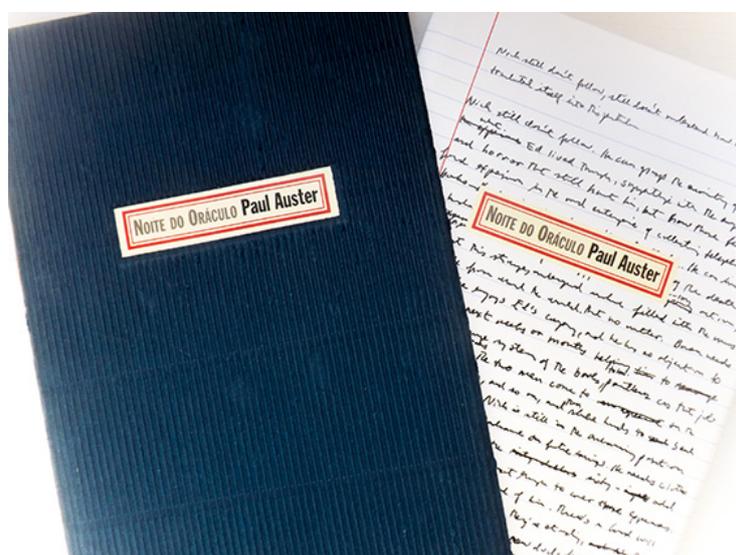


Figura 2 – Capa e sobrecapa do livro *Noite do oráculo*, de Paul Auster, publicado pela Companhia das Letras



Nos mercados norte-americano e europeu, no entanto, a sobrecapa, embora possa exercer tanto função mais comercial, no caso de livros adaptados para cinema ou best-sellers, quanto a de proteção, acaba tendo como objetivo primordial o embelezamento e valorização do livro para a venda; nesses casos, as sobrecapas são trabalhadas de forma mais detalhada e enriquecida, já que são elas que ficam expostas, tanto nas livrarias quanto nas estantes pessoais, sendo produzidas, em geral, com material de maior qualidade e recursos de impressão avançados e diferenciados.



Figura 3 – Capa e sobrecapa do livro *Fantastic Beasts & Where to Find Them*, de JK Rowling, publicado pela Little, Brown

Em ambos os casos, a sobrecapa acaba tendo um apelo para as vendas, embora sejam apelos diferentes – um pronunciadamente comercial, ao associar o livro a sua adaptação cinematográfica, outro mais sutil, enriquecendo o livro enquanto bem de consumo, de modo que pareça (ou seja, de fato) mais atraente para a compra.

2.1.2 Capa e quarta capa

A capa é o maior recurso de apelo comercial no Brasil, já que ainda são poucos os livros que recorrem ao uso das sobrecapas. Sua identidade varia de acordo com o artista ou equipe de artistas que a cria, bem como o padrão da editora, o gênero do livro e uma série de outros fatores. Essa variação também passa por tendências temporais e artísticas. Alguns elementos são, no entanto, mais ou menos fixos nas capas, como o título do livro e o nome do autor; em geral também encontramos nelas a logo da editora e algum elemento gráfico, mas isso não é uma regra geral.

A maioria das capas no Brasil são feitas somente com cartão, que passa por algum processo de laminação (brilhosa ou fosca), mas sendo mantido flexível. Algumas editoras apostam em livros de capa dura, mas são poucas, já que isso eleva o valor de produção do livro, podendo afetar nas vendas. Por outro lado, a capa dura é considerada um atributo que valoriza o livro, já que aumenta sua estabilidade e durabilidade, de modo que, atingindo o público certo, pode gerar um efeito positivo no comércio.

A identidade visual do livro pode seguir diversos caminhos diferentes, apostando em mais ou menos imagens e definições figurativas. Ambas as formas podem funcionar

no mercado, o que vai depender da conexão com o livro, da execução da ideia e, por fim, da interação com os leitores. Determinados gêneros são marcados por tipos específicos de capa, de modo que algo que funciona para o público consumidor de livros de fantasia, por exemplo, pode não funcionar com quem se interessa por realismo contemporâneo. A adequação da capa ao texto e ao público vai ser alvo dos estudos da equipe que irá elaborar a capa ou o briefing a ser encaminhado para o artista ou equipe de artistas que irá produzir a capa.

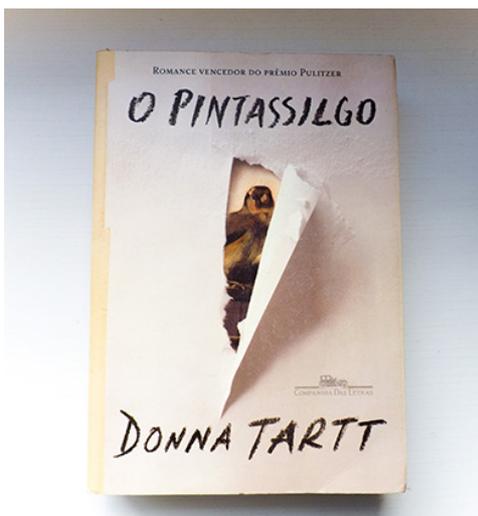


Figura 4 – Capa de *O pintassilgo*, publicado pela Companhia das Letras

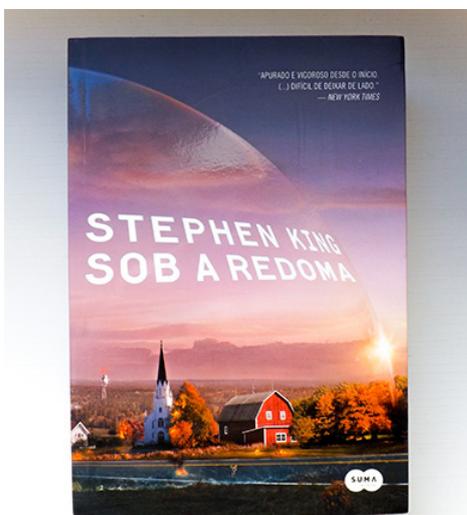


Figura 5 – Capa de *Sob a redoma*, publicado pela Suma das Letras

A quarta capa vai, em geral, seguir a mesma identidade criada para a capa e se conectar a ela de alguma forma. Ela pode trazer elementos que foram dispensados da capa, como a logo da editora, mas em geral é ocupada somente por uma caixa de texto (que pode ser um comentário acerca do livro ou um trecho dele) e o código de barras. Algumas podem também vir sem qualquer conteúdo gráfico ou textual, caso isso seja condizente com a identidade do resto do livro.

2.1.3 Lombada

A lombada do livro é a região lateral do livro, onde os cadernos de texto são colados ou costurados, oposta ao corte da frente das páginas. É também chamada de lombada a área do material que forma a capa e a quarta capa que cobre e protege essa união dos cadernos. É considerada um aspecto importante no projeto gráfico do livro por ser a parte que fica exposta ao se empilhar ou alocar os livros em estantes e prateleiras; em geral, traz também nome do autor, título do livro e logo da editora.

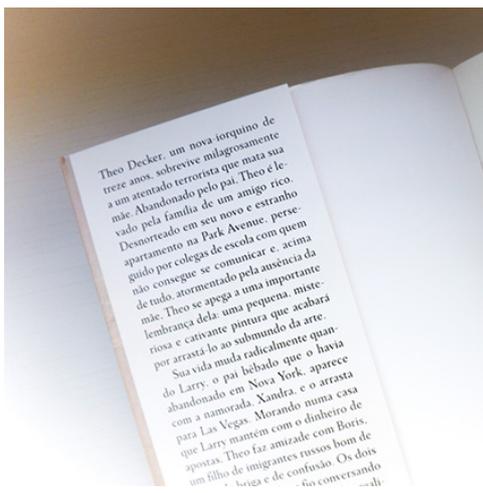
Figura 6 – Lombadas dos livros do autor Haruki Murakami, publicados pela Alfaguara, selo da Companhia das Letras



A lombada em geral se alia à identidade gráfica da capa e da quarta capa; isso pode ser feito pela continuidade da imagem nessa área, mas podem ser composta por cores ou formas contrastantes como forma de destaque.

2.1.4 Orelha

As orelhas do livro são formadas pela dobra das extremidades do cartão que forma a capa e a quarta capa. Geralmente, trazem na primeira um resumo ou comentário sobre o livro, que pode ser assinado por algum crítico ou escritor renomado, com a intenção de apresentar o livro ao leitor, introduzindo-o no seu universo e, por fim, com o objetivo de convencê-lo a comprar o livro. A segunda orelha carrega informações sobre o autor.



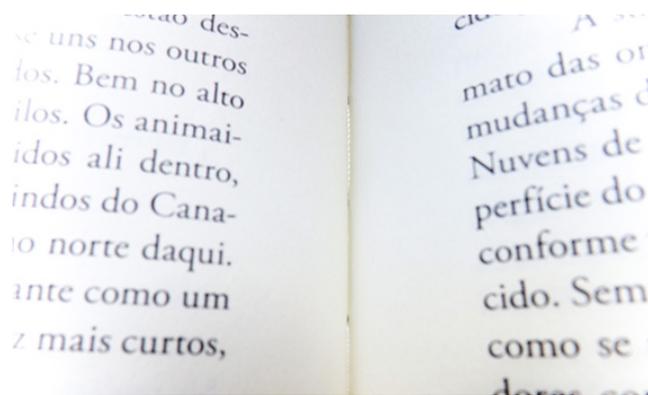
Figuras 7 e 8 –
Orelhas do livro
O pintassilgo,
publicado pela
Companhia das
Letras

A função prática das orelhas, no entanto, é aumentar a estabilidade e durabilidade da capa, já que as extremidades não ficam expostas, evitando que se desgastem. Por se tornarem uma segunda camada de cartão, conferem a ele uma maior firmeza.

2.1.5 Junção dos cadernos

Existem duas formas de unir os cadernos formados pelas folhas no livro. Antes de serem unidos ao cartão da capa, cada caderno é unido individualmente. Isso pode ser feito através do uso de cola, recurso que já foi muito utilizado e até hoje continua em uso, principalmente em livros de qualidade mais baixa, como livros de bolso. A outra forma, mais utilizada entre as editoras de qualidade média a alta, que garante maior durabilidade ao livro, é a costura, que é feita no meio dos cadernos (que depois são, por sua vez, colados no interior do cartão da capa).

Figura 9 –
Junção dos
cadernos feita
pela técnica de
costura



O investimento em uma junção feita por costura, embora possa significar um pequeno acréscimo no valor final do produto, acaba tendo um retorno positivo no que diz respeito à durabilidade, assim como no manuseio do livro.

2.1.6 Corte da página

O corte da página é o local em que os cadernos de texto passam pela lâmina de corte para separar as folhas e dar a elas acabamento igualado. Antes dessa tecnologia, essa abertura das folhas era feita pelo próprio leitor, de modo que elas ficavam irregulares. Algumas editoras, como a americana Knopf, ainda oferecem exemplares com esse tipo de acabamento, remetendo a essa época. Em geral o corte das páginas se mantém da cor original, mas há a possibilidade de aplicar pigmentos a ele, fazendo com que os cortes superior, inferior e lateral se diferenciem do restante da cor das páginas. Esse recurso era muito utilizado no século XIX como forma de enriquecer a imagem do livro; as cores mais utilizadas em dourado e prateado. Também era muito comum, no século XIX, as pinturas e cenas de gênero e paisagem no corte da página, técnica conhecida como fore-edge painting.

Figura 10 –
Corte
tradicional de
páginas

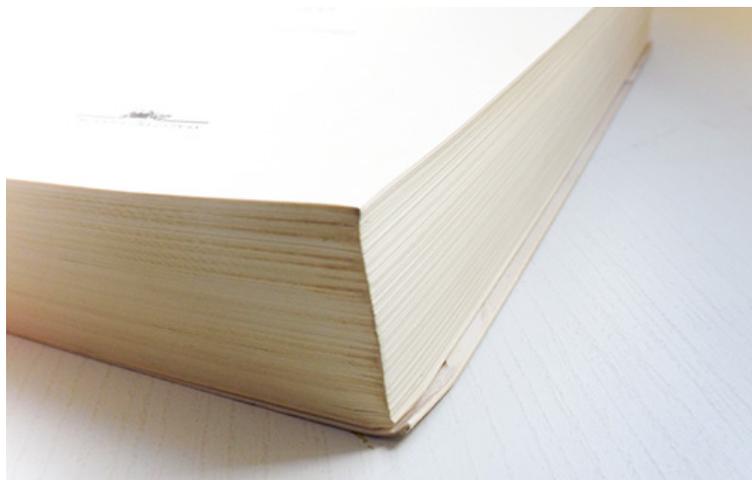




Figura 11 – Corte de páginas especial

2.1.7 Papel

A relevância da escolha do papel de impressão tem dois níveis: o da gramatura e o da cor. A gramatura do papel é importante porque vai conferir firmeza ao conjunto de páginas, mas também porque é determinante para que a página não seja transparente e o leitor não tenha, durante a leitura, a experiência de ver o texto que está lendo no momento se embaralhar com o texto do verso da folha. É uma questão, portanto, não só estética, mas também de garantia de conforto e fluidez de leitura.

A cor da página também demonstra relevância nesse aspecto. O uso de papel branco para a impressão, que em geral é feita em tinta preta, cria um contraste excessivo, de modo que o processo de leitura se torna cansativo para o olhar. O uso do papel creme segue um movimento já estabelecido nas editoras estrangeiras de diminuir esse contraste, criando livros que ofereçam maior conforto no momento de leitura.

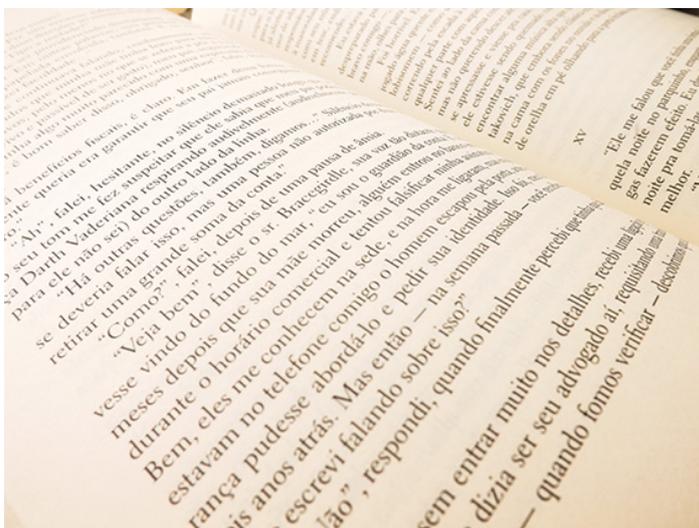


Figura 12 – Papel pólen soft, utilizado pela Companhia das Letras

Os dois recursos, colocados em ação juntos, têm por objetivo fazer com que as propriedades materiais da impressão do livro não saltem aos olhos do leitor, de modo que ele passe por um processo de leitura agradável e suave, que faça com que o livro, enquanto criação material, “suma” a seus olhos, dando espaço somente para a absorção do que foi impresso. Desse modo, o livro funciona somente como um meio de transmissão das ideias ali colocadas, sem interferir, de modo material, no conteúdo que carrega.

2.1.8 Tipografia

A tipografia influencia a edição na forma como facilita ou dificulta a leitura. A impressão do texto deve levar em consideração qual a tipografia mais adequada para o tipo de texto impresso, já que isso altera a percepção do leitor. Embora tenham inúmeras variações de acordo com as famílias tipográficas, os tipos podem ser divididos em dois grandes grupos: tipos serifados e tipos sem serifa. As famílias tipográficas não-serifadas são tradicionalmente chamadas de sans-serif (do francês, sem serifa), mas também conhecidas como grotescas.

As serifas – pequenos traços e prolongamentos terminais que acompanham as hastes de algumas letras, como apontado na imagem – tem sua origem no alfabeto romano e no talho das letras em pedra; esse espaço extra em cada letra teria o objetivo de evitar o acúmulo de cascalho e poeira, além de evitar defeitos e fragilidades na terminação das hastes. O uso das serifas foi transferido para a caligrafia manual pelos tipógrafos e mestres impressores, que as desenhavam como ornamentos e foi mantida na imprensa de Gutenberg, sendo largamente utilizada até hoje.

Sua aplicação hoje tem outra função: aumenta a legibilidade e fluidez do texto. Justamente por isso, blocos grandes de texto são em geral impressos com a utilização de fontes serifadas, já que isso auxilia na leitura: as serifas criam uma conexão entre as letras, sugerindo uma continuidade entre elas que gera uma melhor experiência de leitura.

As fontes sem serifa, pelo contrário, não apresentam essa continuidade, sendo lidas como unidades separadas e, portanto, utilizadas mais frequentemente em textos mais curtos (como poemas) ou que precisem de maior destaque individual, como títulos e nomes. Desse modo, a regra geral é que encontremos, nas capas e lombadas dos livros, o uso de fontes não serifadas, enquanto os tipos serifados se encontram no interior, compondo o texto corrido.

Isso não é uma regra geral, de modo que mesmo projetos gráficos de reconhecida qualidade fazem opções diferentes, mas se trata de uma indicação em geral respeitada por trazer bons resultados para a experiência do leitor.

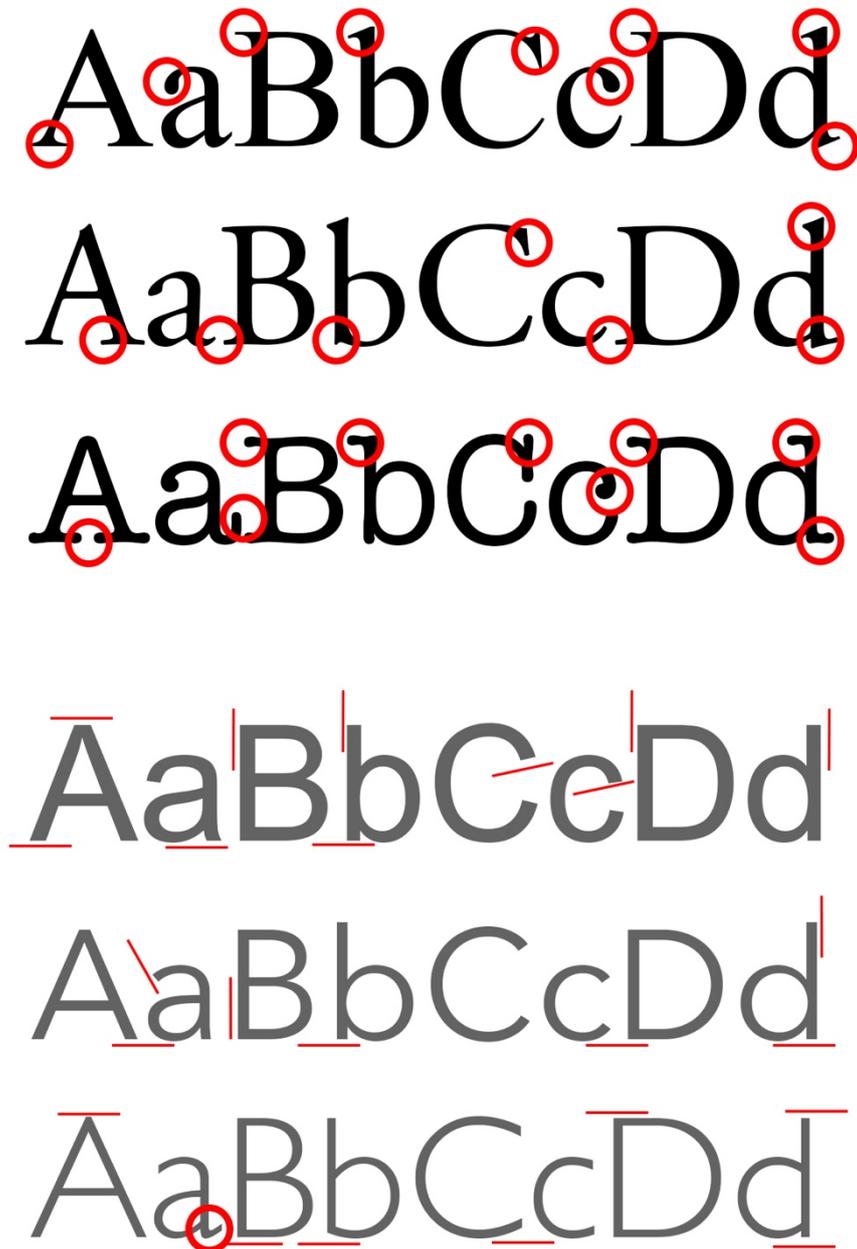
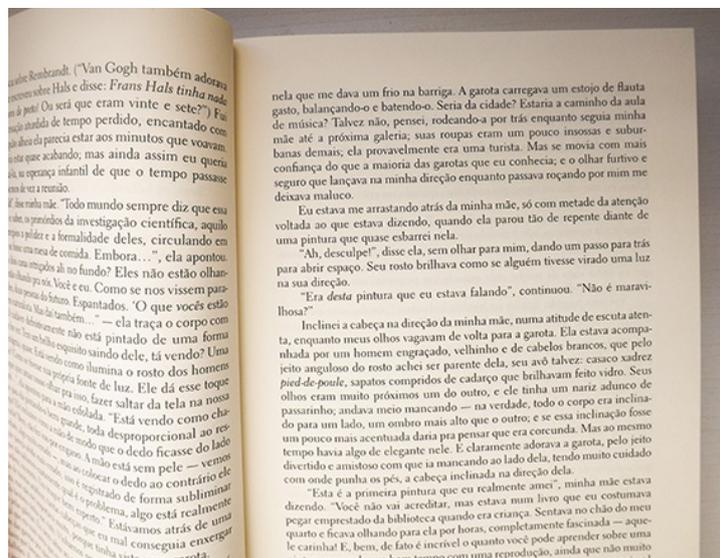


Figura 13 – Esquema diferencial de fontes serifadas e não-serifadas

2.1.9 Diagramação

A diagramação do texto também executa um papel essencial na experiência de leitura de um texto, já que ela vai ser responsável pelo conforto e pela duração da leitura. Nosso processo de leitura segue duas ordens básicas: da esquerda para a direita e de cima para baixo. Fazemos esse movimento ao ler uma página, de modo que a diagramação (ou seja, o espaçamento entre as linhas, as margens e como o texto é distribuído na página) afeta significativamente nossa percepção individual de tempo gasto na leitura, e, conseqüentemente, de fluidez do texto. Quanto mais tempo se passa lendo uma mesma página, ou seja, quanto mais linhas e quanto mais longas as linhas de texto, maior a sensação de que o texto se arrasta.

Figura 14 –
Diagramação de
livro da
Companhia das
Letras



Desse modo, a diagramação precisa oferecer ao leitor espaço para respirar no texto: as margens devem ser adequadas, nem muito grandes, nem muito pequenas (indica-se média de 2 cm em cada lado), e o espaço entrelinhas deve ser também equilibrado, em torno de 1,5.

2.1.10 Dimensão

O livro também apresenta, no Brasil, um tamanho relativamente padrão, embora isso possa variar mais do que os outros elementos abordados, de acordo com uma série de fatores. Livros de bolso são, obviamente, bem menores do que livros regulares. Livros de arte, arquitetura ou edições especiais tendem a ser bem maiores do que a média. Mas

existe um tamanho indicado para livros de literatura ou ciências humanas que não apresentem muitas imagens ou ilustrações, que é o de 14x21.

É preciso haver, também, um equilíbrio entre todas as dimensões do livro, de modo que um livro com muitas páginas e, portanto, com grande espessura, não deve ser produzido em tamanho de bolso.

2.2 UNIDADE DOS ELEMENTOS NA COMPOSIÇÃO DO LIVRO

Os elementos apresentados na seção anterior compõem, de forma geral, o livro publicado hoje no Brasil. Ao colocarmos todos (ou quase todos) eles juntos, temos um exemplo do que é possível encontrar ao entrarmos em uma livraria qualquer, seja de pequeno ou grande porte. Alguns dos livros que serão encontrados contarão com sobrecapas, enquanto outros não; a grande maioria já é publicada com a utilização de orelhas, embora ainda possam ser vistos alguns sem esse recurso; cada vez mais se torna motivo de atenção da editora a utilização de papel amarelado e tipografia adequada para a leitura. No entanto, que diferença todos elementos fazem, conjugados, na hora que o livro se encontra na mão do leitor?

Utilizando como base um livro da Companhia das Letras, que tem sido até aqui nosso referencial de qualidade de produção editorial e gráfica, podemos perceber que existem diferentes estágios, de acordo com diferentes intenções e baseados em diferentes funções de cada elemento, com relação à interação do leitor com o objeto em questão. Primeiramente, o design externo do livro deve ser planejado com a intenção de atrair a atenção do consumidor, já que o objetivo é destacar-se na prateleira de uma livraria ou biblioteca; já o design do projeto interno tem fins opostos: sumir na mão do leitor, para que este possa imergir na leitura.

De forma curiosamente irônica, para que esse objetivo possa ser atingido é preciso muita atenção à materialidade do livro, processo que passa pela escolha certa dos materiais, da tipografia, da diagramação. Quanto mais cuidado se toma nesse processo, maiores são as chances de que, no fim da cadeia de produção do livro, quando ele atingir seu alvo (o leitor), este não preste atenção à materialidade em si e possa se concentrar apenas no texto que está contido ali.

Um livro que foi mostrado aqui algumas vezes e pode servir de exemplo de produto bem-sucedido nesse sentido é *O pintassilgo*, de Donna Tartt. Utilizarei ele aqui para uma análise de elementos que possa tornar essa leitura mais objetiva e menos turva.

Publicado pela Companhia das Letras em 2014, o livro possui tamanho ligeiramente acima do padrão de 14 cm de largura por 21 cm de altura: com 22,8 cm por 15,9 cm de altura, esse pequeno acréscimo serve para equilibrar as proporções do resto do conjunto, por se tratar de um livro de cerca de 720 páginas. A capa foi elaborada por Keith Hayes sobre fotografia de acervo do quadro *The Goldfinch*, de Carel Fabritius (óleo sobre tela, 1654); a tela é composta por uma figura simples de um pássaro de tons ocres e esverdeados sobre fundo amarelado, mas a capa apropria-se dessa imagem e dos acontecimentos do livro para criar um outro cenário: embora a tela original se mantenha presente, aqui ela aparece através de um rasgo em um papel que a estaria embrulhando; a simulação da textura do papel de embrulho não se limita à capa, aparecendo também na quarta capa, enquanto a lombada é tomada por uma textura diferente: amarelada, fragmentada, emulando pedaços da fita adesiva que ajudaria a manter o papel no seu lugar, não fosse a violação cometida no centro da capa, expondo o que se encontra sob o embrulho; acima da fresta no papel, em tipografia manual, irregular e descuidada feita com giz preto, encontramos o título do livro; a mesma tipografia compõe o nome da autora, que aparece sob a fresta; apagada, em um tom de cinza que quase se confunde com o fundo, encontramos a logo da editora acima do nome da autora, no canto direito. Sua simplicidade chama a atenção e desperta a curiosidade caso o livro seja visto de longe, o que faz com que o possível-futuro-leitor se sinta compelido a se aproximar a ver do que se trata.

Ao se aproximar do livro e tocá-lo, o que se vê é um livro de excelente acabamento gráfico e técnico. A capa, que já havia sido vista de longe, agora pode ser apreciada em detalhes: o detalhe do papel rasgado, que de longe parece se tratar de um rasgo real, é somente uma simulação, embora quase perfeita, com sombra do papel levantado e reprodução dos danos no papel que ainda “embrulha” a tela. Tudo isso foi impresso sobre cartão supremo 250 g/m², o que confere ao livro um corpo firme; o acabamento do cartão utilizado, no entanto, é fosco, de modo que o toque da capa também simula o toque de um papel áspero e cru que seria utilizado para cobrir a tela. Na quarta capa somos apresentados a trechos de críticas sobre o livro. Uma extensão da capa e quarta capa, mas já na parte interna, as orelhas – de 8 cm cada – não repetem a textura de papel, adotando

um fundo branco liso para apresentar as informações tradicionais: um resumo da narrativa, uma foto da autora e uma pequena nota biográfica.

Por fim, chegamos ao miolo do livro, que é composto por 23 cadernos de texto ao todo, costurados individualmente com linha branca e colados juntos no cartão que forma capa, quarta capa, orelhas e lombada. O papel utilizado para o miolo é o pólen soft, que possui um toque agradável, além de coloração creme, o que propicia uma leitura confortável. Essa é, na verdade, a chave das configurações gráficas deste livro. Isso porque, ao observar o texto, é possível notar que a tipografia utilizada no corpo é feita especialmente para a leitura, pois se trata de um tipo serifado e que em nenhum momento apresenta ambiguidades nas letras, é sempre claro quanto aos caracteres e proporciona uma leitura fluida. Além disso, o espaçamento utilizado pelos responsáveis pela diagramação é ideal para a leitura, pois as linhas de texto apresentam a distância necessária entre si para que não haja confusão ou cansaço da vista.

O livro descrito aqui, portanto, é feito na medida certa para desaparecer em nossas mãos assim que começamos a lê-lo: a textura das páginas não incomoda nossos dedos, o desenho da tipografia não nos confunde, a cor do papel, juntamente com o espaçamento adequado, não deixa que nossa vista se canse da leitura. Trata-se, portanto, do investimento das maiores tecnologias – de fabricação de papel, de diagramação, de criação de tipografias específicas para a leitura – na função de criar um livro que é tão bem feito que nós nem percebemos que o temos em mãos. O que importa nesse objeto é o que ele tem a nos dizer através do texto, e somente isto.

3 THE INTERNET IS NOT A COLD DEAD PLACE: ORIGENS E IMPACTOS DA CULTURA VISUAL

O livro como o conhecemos faz parte e é símbolo de uma cultura escrita, que acredita e perpetua a noção de que o conhecimento está contido naquela unidade e que somente através do acesso a ela é possível se aproximar da sabedoria acumulada através dos séculos da nossa tradição centrada na escrita e na leitura. Trata-se, no entanto, de um cenário que está sofrendo modificações – desde sempre, claro, mas principalmente no último século.

A chamada cultura visual, que não é nova, mas vem emergindo gradualmente ao nosso redor ao mesmo tempo que nos imerge nas imagens, coloca o livro – e tudo que ele representa e a ele está ligado: a escrita, a erudição, a própria cultura como é entendida – em uma posição delicada, frágil. Afinal, qual a importância do livro e da cultura escrita em uma sociedade cada vez mais distante das palavras? Qual a relevância, o peso do texto escrito dentro de uma cultura que gradualmente se descola do período em que foi dominada pela palavra, aproximando-se da representação imagética como sua maior característica? Se nossa sociedade nunca conseguiu, nem mesmo no período de ápice do domínio pela escrita, habilitar todos os seus membros como leitores competentes, seria a imagetificação da cultura uma forma de retirar a dita cultura erudita do domínio da elite e popularizá-la, democratizar o acesso a todos os estratos culturais? E se esse for o caso, em que lugar desse cenário se encontra o livro como conhecemos? Quais são suas possibilidades de sobrevivência?

Neste capítulo pretendo abordar o que é e como se caracteriza a cultura visual para poder, posteriormente, tentar compreender como o livro tradicional, enquanto conhecemos e na forma em que se estabeleceu ao longo dos séculos, irá se colocar nesse cenário e responder minimamente a essas questões.

3.1 CULTURA VISUAL

A visualidade tem sido há muito tempo um aspecto chave na nossa sociedade; afinal, o reconhecimento do mundo pelo olhar muitas vezes vem antes da nossa compreensão da palavra. A visão, portanto, estabelece nosso lugar no mundo que nos cerca, e por mais que nos dediquemos a explicar esse mundo com palavras, isso não

desfaz o fato de que estamos materialmente cercados por ele. Assim, a relação entre o que nós vemos e o que sabemos nunca se define por completo.

É essa relação e a forma como o que nós vemos é afetado pelo que conhecemos e acreditamos que John Berger explora em seu livro *Ways of seeing* (2008). Para ele, a visão que vem antes das palavras, mas não se resume a uma reação mecânica a estímulos externos (2008, p. 5).

Olhar é um ato de escolha. Como resultado disso, o que vemos é trazido ao nosso alcance, embora não necessariamente ao alcance literal do toque físico. Tocar algo é, essencialmente, situar-se em relação a esse algo (2008, p. 5). Berger afirma que nós jamais olhamos para somente uma coisa; isso porque, na realidade, estamos sempre olhando para a relação entre as coisas e nós mesmos, já que nossa visão está continuamente ativa, em movimento e fazendo com que as coisas girem ao seu redor, constituindo, assim, o que está presente para nós. Não é à toa que o diálogo é comumente descrito, metafórica ou literalmente, como uma tentativa de explicar ou compreender a visão de alguém sobre algo. A natureza recíproca da visão é, para nós, mais fundamental que o próprio diálogo falado (2008, p. 6).

Uma imagem, no entanto, não é o mesmo que uma visão: trata-se de uma visão que foi recriada ou reproduzida. É “uma aparência, ou conjunto de aparências, que foi destacada do lugar e do tempo em que fez sua primeira aparição e preservada - por alguns momentos ou alguns séculos” (p. 6). Dessa forma, toda imagem carrega um modo de ver - e, apesar disso, nossa percepção dela também depende do nosso próprio modo de ver.

As imagens surgiram como forma de recriar a aparência de algo que estava ausente, mas aos poucos se tornou evidente que se tratava de algo que poderia prolongar-se para além de sua função original: ao representar como alguém ou algo havia se parecido em algum momento, também carregava em si a forma como aquele sujeito havia sido visto por outras pessoas (p. 7). Para Berger, nenhum outro tipo de relíquia ou texto do passado pode oferecer um testemunho tão direto sobre o mundo que cercava as pessoas em outros tempos - e por isso, nesse aspecto, as imagens são mais precisas que a literatura escrita. Isso não é, no entanto, uma tentativa de negar a qualidade expressiva ou imaginativa da arte, tratando-a como mera evidência documental; ao contrário, quanto mais imaginativo o trabalho, mais profundamente ele permite que nós compartilhemos da experiência visual do artista.

Ainda assim, quando uma imagem nos é apresentada como obra de arte, a forma como as pessoas olham para ela é afetada por uma série de outras suposições aprendidas

sobre a arte: beleza, verdade, genialidade, civilização, forma, status, gosto etc. O que vemos depende, com frequência, de onde estamos quando vemos. Nossa visão é relativa a nossa posição no tempo e no espaço, e não é possível imaginar que tudo convirja no olho humano da mesma forma que converge num ponto no infinito (BERGER, 2008, p. 15).

Na era da reprodutibilidade técnica, como apontado por Walter Benjamin em seu clássico ensaio sobre a aura da obra de arte, o caráter único da obra original passa a residir no fato de que esta é a peça original, da qual resultaram as reproduções.

It is no longer what its image shows that strikes one as unique; its first meaning is no longer to be found in what it says, but in what it is. This new status of the original work is the perfectly rational consequence of the new means of reproduction. But it is at this point that a process of mystification again enters. The meaning of the original work no longer lies in what it uniquely says but in what it uniquely is. How is its unique existence evaluated and defined in our present culture? (p. 18)

A resposta para essa pergunta, de acordo com Berger, é que sua existência é definida como um objeto cujo valor depende de sua raridade. Esse valor é confirmado e calculado pelo preço que aquela obra vale no mercado - mas, aponta o autor, “porque se trata, no entanto, de uma ‘obra de arte’ - e a arte é considerada como algo superior à mercadoria - seu preço de mercado é dito ser o reflexo do seu valor espiritual” (p. 18). E como na sociedade moderna nenhum desses é uma força viva, o objeto de arte, a “obra de arte”, “é envolvido em uma atmosfera de religiosidade inteiramente falsa. Obras de arte são discutidas e apresentadas como se fossem relíquias sagradas: relíquias que são, antes de qualquer coisa, evidência de sua própria sobrevivência” (p. 18). O passado no qual elas se originaram é estudado como forma de provar que a sobrevivência delas é genuína e elas são declaradas arte quando sua linha de origem pode ser certificada.

Essa religiosidade falsa que agora cerca as obras de arte originais – e que depende basicamente dos seus valores de mercado – substituiu aquilo que as pinturas perderam quando a câmera as tornou reprodutíveis. Para Berger, sua função é nostálgica e trata-se “do clamor final e vazio pela continuação dos valores de uma cultura oligárquica e não-democrática. Se a imagem não é mais única e exclusiva, o objeto de arte, a coisa em si, deve sê-lo” (p. 20).

O autor aponta que, na era da reprodução imagética, os significados das pinturas não estão mais atrelados a elas, tornando-se transmissíveis; ou seja, se tornam informações - e, como qualquer informação, podem ser usados ou ignorados, pois

informações não carregam nenhuma autoridade em si mesmas (p. 22). Assim, a reprodução possibilita que uma imagem seja usada para propósitos muito diferentes e que a imagem reproduzida, diferentemente da original, possa se emprestar a todos eles (p. 22). Além da reprodutibilidade, para o autor também há outro fator que alterou nossa experiência, enquanto sociedade, com a imagem: a palavra. Ele afirma que “é difícil definir exatamente como as palavras mudaram a imagem, mas isso sem dúvida aconteceu. A imagem agora ilustra a frase” (p. 25).

Berger aponta que a experiência da arte, que a princípio era uma experiência ritualística, foi separada do resto da vida, exatamente para que se pudesse exercer poder sobre ela. A preservação da arte se tornou, posteriormente, uma forma de preservação social. O que os meios modernos de reprodução fizeram foi destruir a autoridade da arte e removê-la - ou melhor, remover suas imagens, as quais são reproduzidas por esses meios - de qualquer proteção.

For the first time ever, images of art have become ephemeral, ubiquitous, insubstantial, available, valueless, free. They surround us in the same way as a language surrounds us. They have entered the mainstream of life over which they no longer, in themselves, have power. (p. 29)

No entanto, poucas pessoas se dão conta disso, afirma Berger, porque os meios de reprodução são usados quase o tempo todo para promover a ilusão de que nada mudou, exceto pelo fato de que as massas, graças à reprodução, agora começaram a apreciar a arte como antes uma minoria o fazia. Mas, compreensivelmente, as massas se mantêm desinteressadas e céticas. Se a nova linguagem imagética fosse usada de forma diferente, seu uso poderia oferecer um novo tipo de poder, dentro do qual poderíamos começar a definir nossas experiências de forma mais precisa em áreas nas quais as palavras são inadequadas. Isso não se refere somente a experiências pessoais, mas também à experiência histórica essencial da nossa relação com o passado, ou seja, a experiência de busca por um sentido em nossas vidas, de tentativa de compreensão da história, da qual podemos nos tornar agentes ativos. A arte do passado não existe mais da forma como existia. Sua autoridade foi perdida. Em seu lugar há uma linguagem de imagens e o que importa agora é quem usa tal linguagem e para que propósito. Isso toca em questões de direitos autorais de reprodução, no domínio da mídia de arte e suas publicações, na política de galerias de arte e museus (p. 30).

Nas cidades de hoje, nos deparamos com milhares de anúncios publicitários todos os dias. De acordo com Berger, nenhum outro tipo de imagem nos confronta tão

frequentemente e em nenhuma outra forma de sociedade houve tanta concentração e tanta densidade de mensagens visuais. Essas mensagens podem ser lembradas ou esquecidas, mas por um curto período são absorvidas e por um momento estimulam nossa imaginação. A imagem da publicidade pertence ao momento: nós a vemos quando viramos uma página, viramos uma esquina ou um ônibus passa por nós, ou a vemos na tela da tv enquanto esperamos o fim do intervalo de um programa. As imagens da publicidade também pertencem ao momento no sentido de que precisam estar o tempo todo sendo renovadas e atualizadas, embora nunca falem sobre o presente: com frequência se referem ao passado e sempre falam sobre o futuro (p. 126).

Nós estamos tão acostumados a interagir com essas imagens que raramente notamos seu impacto real: uma pessoa pode reparar em uma imagem ou informação em específico porque esta corresponde a algum interesse específico que essa pessoa tem, mas aceitamos as imagens publicitárias da mesma forma que aceitamos um elemento climático.

Yet despite this, one has the impression that publicity images are continually passing us, like express trains on their way to some distant terminus. We are static; they are dynamic – until the newspaper is thrown away, the television programme continues or the poster is posted over. (BERGER, 2008, p. 127)

A publicidade em geral é definida como uma mídia competitiva e que beneficia o público (o consumidor) e os produtores mais eficientes - e, assim, também a economia nacional. Está relacionada a certas ideias sobre liberdade: liberdade de escolha do comprador; liberdade de investimento do produtor. As grandes massas e as publicidades em neon das cidades capitalistas são os sinais imediatamente visíveis do “Mundo Livre” (p.128). De fato, na publicidade, uma marca compete com a outra; mas é também verdade que toda imagem publicitária confirma e realça as outras. A publicidade não é meramente um conjunto de mensagens competindo: é uma linguagem em si mesma, que está sempre sendo usada para o mesmo propósito geral. Dentro da publicidade, são oferecidas escolhas entre um e outro produto, mas a publicidade enquanto sistema só oferece uma opção: ela propõe que nós transformemos a nós mesmos e às nossas vidas comprando coisas (p. 128).

Mas Berger adverte que não devemos confundir a publicidade com os prazeres e benefícios das coisas que ela adverte, pois a publicidade é efetiva justamente porque se alimenta de algo real.

Justamente por isso, de acordo com o autor, a publicidade nunca pode se dar ao luxo de ser sobre o produto ou oportunidade que está oferecendo ao consumidor que ainda não está usufruindo daquilo. A publicidade não é nunca uma celebração do prazer em si; é sempre sobre o comprador futuro, oferecendo a ele uma imagem dele mesmo bem-sucedido graças ao produto ou oportunidade que está sendo vendida. A imagem, então, faz com que ele sinta inveja da versão de si mesmo que ele pode ser. Ainda assim, o que faz essa possível existência invejável? A inveja dos outros. A publicidade é sobre relações sociais, não sobre objetos (p. 129).

Berger propõe uma aproximação entre a linguagem das pinturas a óleo e a linguagem publicitária, apontando que muitas peças publicitárias se utilizam ou “citam” obras visualmente para incutir autoridade ao seu discurso (p. 132). Mas por que há essa dependência tão grande da linguagem visual das pinturas a óleo? A publicidade é a cultura da sociedade de consumo e propaga, através de imagens, a crença da sociedade em si mesma. Há diversas razões para que essas imagens usem a linguagem das pinturas a óleo, pois estas, antes de qualquer coisa, eram uma celebração da propriedade privada e, enquanto forma de arte, derivam do princípio de que você é o que você tem (p. 137).

Assim, afirma Berger, a publicidade é, em essência, nostálgica (p.138).

Entretanto, apesar dessa continuidade da linguagem, a função da publicidade é muito diferente da função da pintura a óleo. O comprador-espectador tem uma relação com o mundo muito diferente daquela que tem o espectador-proprietário (p. 140).

A relação da publicidade com a arte é fundamental para avançar na compreensão daquilo a que esse capítulo pretende se referir ao falar em cultura visual. Os estudos de Berger, desenvolvidos na década de 1970, são fundamentais para embasar leituras mais recentes, que incluem novas perspectivas e fenômenos desencadeados pelas mudanças sociais e tecnológicas que aconteceram desde então.

Em artigo publicado no *Journal of Visual Culture* (2006), Nicholas Mirzoeff empreende uma leitura de diferentes olhares sobre a questão visualidade, em certo ponto apontando que a visualidade é um fenômeno que pode ser beneficiado ao ser decomposto em duas faces; essa perspectiva consegue incorporar sua dimensão tanto em um nível individual quanto coletivo, juntamente com a visualidade como representação política e cultural. Nesses termos, uma das faces da visualidade seria a narrativa que se concentra na formação de uma imagem coerente e compreensível da modernidade que permitiu uma ação prática, quase heroica. Nesse sentido, a fotografia, por exemplo, contribuiu para essa

face da visualidade como uma ferramenta de comércio, ciência e indústria (MIRZOEFF, 2006, p. 66).

A segunda face da visualidade seria aquela representação do individual ou coletivo que excede ou precede a incorporação à mercantilização da visão pelo capital. Essa caracterização não significa necessariamente que essa segunda face da visualidade é politicamente radical ou progressiva, apenas que não é parte do “processo de vida” do capital.

Nesse sentido, a cultura visual seria o produto da colisão, interseção e interação das duas faces da visualidade, entre a representação do capital do mundo e aquilo que não pode ser mercantilizado ou disciplinado. O termo ‘cultura’ é usado no sentido que tinha no século XIX, como definição das possibilidades de representação. (p.66)

A visualidade, longe de ser uma solução pós-moderna predicada pela cultura visual contemporânea aos problemas de disciplinas visuais baseadas em mídias, é um problema do esquema conceitual da modernidade e sob ela se encontra a representação. A visualidade tem muito a ver com visualizar e nada a ver com visão, se por visão nós entendemos a forma como uma pessoa registra impressões visuais sensoriais (p. 67). Para os críticos contemporâneos, então, a visualidade tem uma genealogia complexa e desafiadora.

A vida moderna acontece em telas (MIRZOEFF, 1999, p. 1). Não só nosso trabalho, como também nossas atividades de lazer estão cada vez mais às mídias visuais em suas mais diversas formas. A experiência humana é, hoje, mais visual do que nunca. Isso não significa, no entanto, que necessariamente sabemos sempre o que estamos vendo. Para Mirzoeff, esse descompasso “entre a riqueza da experiência visual na cultura pós-moderna e a habilidade de analisar essa observação marca tanto a oportunidade quanto a necessidade do estabelecimento de um campo de estudo para a cultura visual” (p. 3). Embora as diferentes mídias visuais sejam normalmente estudadas de forma independente, agora há a necessidade de interpretar a globalização pós-moderna do visual no dia a dia. O autor aponta que críticos em diversas disciplinas (como história da arte, cinema, estudos midiáticos e sociologia) iniciaram a descrição de um campo emergente como cultura visual, que abrange “eventos visuais nos quais as informações, significados ou prazer são buscados pelo consumidor em uma interface com tecnologia visual” (p. 3). Por tecnologia, Mirzoeff define qualquer aparato projetado para ser visto ou que realce a visão natural, desde a pintura a óleo à televisão e a internet.

Para alguns estudiosos, a cultura visual parece ser uma ferramenta muito abrangente para ser usada de forma prática. De fato, ela não se acomoda confortavelmente em estruturas universitárias já existentes e é parte de um corpo emergente de tentativas acadêmicas pós-disciplinares, como os estudos culturais, os estudos LGBTQI+, os estudos diaspóricos, entre outros, cujos focos atravessam as fronteiras das disciplinas acadêmicas tradicionais (p.4).

Um dos aspectos mais arrebatadores da nova cultura visual é a tendência crescente de visualizar coisas que não são visuais. Aliado a esse movimento intelectual, está a crescente capacidade tecnológica de tornar visíveis coisas que nossos olhos não conseguem ver sozinhos, desde a descoberta acidental do raio-X às fotos do telescópio Hubble de galáxias distantes que são, na verdade, transposições de frequências que nossos olhos não conseguem detectar. Um dos primeiros a chamar a atenção a esses avanços foi o filósofo alemão Martin Heidegger, que atribuiu a isso o nome de ascensão da imagem do mundo. Cada atividade cotidiana que executamos hoje envolve um bombardeio de imagens e informações e, ainda assim, consideramos isso normal. Mirzoeff exemplifica utilizando a ideia de um motorista em uma rodovia:

Considere um(a) motorista em uma típica estrada norte-americana. O avanço do veículo depende de uma série de julgamentos visuais feitos pelo(a) motorista com relação à velocidade dos outros veículos e outras manobras necessárias para completar a viagem. Ao mesmo tempo, ele ou ela é bombardeado(a) com outras informações: semáforos, sinalizações, placas de trânsito, anúncios, preços de gasolina, propagandas de lojas, hora e temperatura locais e assim por diante. Ainda assim, a maioria das pessoas acha esse processo tão rotineiro que ouve música para não se deixar entediar. (p. 5)

Essa habilidade de absorver e interpretar informações visuais é a base da sociedade industrial e está se tornando ainda mais importante na era da informação. Não se trata de um atributo humano e sim de uma habilidade aprendida há relativamente pouco tempo. A cultura visual não depende, portanto, da imagem em si, mas sim dessa tendência moderna de tornar imagem ou visualizar a existência (p. 6). A cultura visual é nova precisamente devido ao seu foco no visual como um lugar onde significados são criados e contestados.

A cultura ocidental tem consistentemente privilegiado a palavra (principalmente a escrita) como a forma mais elevada da prática intelectual; por isso, as representações visuais são em geral vistas como ilustrações de segunda categoria de ideias (p. 6). Mas é preciso que:

[se] compreenda que ser espectador (olhar, encarar, ver, praticar a observação, vigiar, ter prazer visual) pode ser uma questão tão profunda quanto várias formas de leitura (decifrar, decodificar, interpretar etc) e que a “experiência visual” ou o “letramento visual” podem não ser completamente explicáveis no modo textual. (MITCHELL, 1994, p. 16 *apud* MIRZOEFF, 1999, p. 7)

Embora para quem já se encontra na área das mídias visuais tais afirmações possam parecer desnecessárias, elas são uma medida da extensão a que mesmo os estudos literários foram forçados a concluir que o mundo-enquanto-texto havia sido substituído pelo mundo-como-imagem (p. 7). Tais imagens do mundo não são puramente visuais, mas o visual perturba e desafia qualquer tentativa de definir a cultura puramente em termos linguísticos.

Nossas atitudes variam de acordo com as situações: nos comportamos de forma diferente se vamos ver um filme, assistir tv ou visitar uma exposição de arte. No entanto, a maioria da nossa experiência visual acontece longe desses momentos formalmente estruturados para o olhar: uma pintura pode ser apreciada na capa de um livro ou em uma propaganda; a tv é consumida como parte da vida cotidiana doméstica e não uma atividade somente daquele que olha; filmes podem ser vistos em casa, em um avião ou no cinema tradicional - e é preciso destacar que, nos anos que separam o texto de Mirzoeff do dias atuais, esse recurso se expandiu ainda mais: hoje podemos ver filmes no celular. Assim, o primeiro passo na direção dos estudos da cultura visual é o reconhecimento de que a imagem visual não é estável e muda de acordo com a realidade exterior em momentos específicos da modernidade (p. 7).

O pós-modernismo marca a era na qual as imagens visuais e a visualização das coisas que não são necessariamente visuais se acelerou tão dramaticamente que a circulação de imagens se tornou um fim em si mesmo, acontecendo em alta velocidade na internet (p. 8).

A maioria dos teóricos do pós-modernismo concorda que uma das suas características distintivas é a dominância da imagem. Com a ascensão da realidade virtual e da internet no Ocidente, combinada com a popularidade global da televisão e dos vídeos, a tendência é que isso continue. A dimensão peculiar dessa teoria, no entanto, é que ela assume que uma cultura dominada pelas imagens é automaticamente inferior. Essa ação quase automática parece trair um questionamento mais amplo, sobre a própria cultura popular. Tal crítica tem uma longa história, pois sempre houve uma hostilidade com relação à cultura visual no pensamento Ocidental, “que se origina na filosofia de Platão,

que acreditava que os objetos encontrados no dia a dia, incluindo as pessoas, eram simples cópias ruins das versões perfeitas desses objetos” (p. 9). Ele comparava essa reprodução a uma sombra projetada pelo fogo na parede de uma caverna, sendo a imagem projetada sempre distorcida da original. Em outras palavras, tudo que nós vemos no mundo “real” é uma cópia. Um artista fazer uma representação do que é visto seria fazer uma cópia da cópia, aumentando a chance de distorção.

Embora a fisicalidade do visual marque a atividade como de menor importância, é curioso pensar que a leitura seria, de alguma forma, separada dos processos físicos da percepção. Essa posição deriva da teoria filmica de Christian Metz e outros teóricos do cinema dos anos 1970, que viam o cinema como um aparato de disseminação ideológica, no qual o espectador era reduzido a um consumidor completamente passivo (p. 11).

Mirzoeff resgata Bourdieu, que defendia que a classe social determinava como um indivíduo responde à produção cultural. Mais do que um atributo individual, Bourdieu vê o gosto como um produto da educação e do acesso, que geram um capital cultural que reforçava e realçava a distinção econômica de classe. O estudo dele foi uma resposta importante para aqueles que acreditavam que a apreciação da “alta” cultura era simplesmente uma marca de qualidade intelectual que distinguia a elite intelectual das massas (p. 12).

A cultura visual não é, portanto, definida somente pela mídia, mas também pela interação entre aquele que vê e o que é visto, o que pode ser denominado de evento visual. Quando eu interajo com aparatos visuais, mídias e tecnologia, eu experiencio um evento visual. Por evento visual, Mirzoeff define uma interação entre um signo visual, a tecnologia que habilita e sustenta aquele signo e o espectador (p. 13). Embora a crítica literária tenha superado o estruturalismo, ele continua tendo um papel surpreendentemente importante na crítica visual, e essa abordagem, ao se concentrar somente no significado linguístico de tais elementos, nega o elemento que faz todos os tipos de aparatos visuais diferentes do texto: sua imediatez sensorial (p. 15). Não se trata de simplicidade, mas há um impacto inegável na primeira visão que um texto escrito não consegue replicar.

Para muitos críticos, no entanto, o problema com a cultura visual está não em sua ênfase na importância da visualidade, mas sim em seu uso de um contexto cultural para explicar a história do visual. Assim, há uma tensão geral entre os historiadores da arte de que essa virada cultural levaria à total relativização do julgamento crítico (p. 22). A pressa em condenar a cultura como um contexto para a referência dos estudos visuais está ligada

à possível distinção entre os produtos culturais e os produtos de arte. No entanto, qualquer exame desses termos rapidamente mostra que se trata de uma falsa oposição, pois a arte é cultura tanto no sentido de “alta” cultura quanto no sentido antropológico de produto humano. Ao encontrar uma saída do labirinto da cultura, a cultura visual desenvolve a ideia de cultura como expressa por Stuart Hall: “a prática cultural se torna um reino onde o indivíduo se engaja com e elabora políticas” (p. 24). Política, aqui, não se refere a partidos políticos, mas no sentido de que a cultura é onde as pessoas definem suas identidades e isso muda de acordo com as necessidades dos indivíduos e comunidades de expressarem essas identidades.

A fotografia frustrou as classificações tradicionais da arte justamente por sua modernidade. Se a cultura visual é o resultado do encontro entre a modernidade e o dia a dia, então a fotografia é um exemplo clássico desse processo. Pela primeira vez, passou a ser possível para as pessoas comuns registrar a vida com segurança e criar arquivos pessoais para as gerações futuras. Mirzoeff destaca que, com a ascensão da imagem de computador a criação de meios digitais de manipulação de imagens, podemos dizer, hoje, que a fotografia está morta. Claro que ainda continuará a ser usada no dia a dia em grande escala, mas não mais pode sustentar a ideia de que espelha a realidade (p. 65). Ainda assim, a fotografia é essencial para pensar a cultura visual porque ela tornou possíveis modos de ver que antes eram inconcebíveis; a visualidade foi por muito tempo fotográfica (p. 71), mas hoje não é mais um indício da realidade: virtual, assim como a mídia visual pós-moderna, desde a tv até o computador.

A virtualidade, portanto, está em todo lugar. Atende por uma variedade de nomes e pode ser acessada por diversos dispositivos. Por definição, a virtualidade é uma imagem ou espaço que não é real, mas parece ser. Nos nossos tempos, isso inclui a nuvem, a internet, o telefone, a televisão e a realidade virtual (p. 91).

Ironicamente, aqueles que são mais assertivos com relação à importância da teoria linguística da cultura são os mais estridentes em denunciar a ascensão da cultura visual. Isso porque a linguística é a chave para a tradição humanística e, para Foucault, há um medo de que em uma cultura visual a humanidade se encontre em uma “serena não-existência” (p. 123), incapaz de identificar um novo paradigma. A cultura visual existe e é agora a tarefa dos intelectuais de encontrar formas de representá-la num mundo em que a distinção humanista entre o real e o virtual se dissolveu.

Como Mirzoeff aponta, a cultura visual não nos leva a uma separação unilateral da visão e do corpo. Ao contrário, qualquer busca da história da visualidade nos leva

inevitavelmente ao cultural, dado que o cultural pode ser entendido como uma estrutura para fazer as perguntas e não para respondê-las.

Tais questões estão menos centradas no processo físico da visão do que nos significados que serão obtidos na experiência sensorial. A cultura visual não é uma colisão casual de dois termos, e sim um encontro necessário de elementos-chave da vida moderna (p. 123).

A compreensão da cultura visual é essencial para seguir na análise dos livros aqui abordados. O investimento cada vez mais alto na qualidade da produção gráfica dos livros é resultado da nossa imersão nessa cultura que valoriza o visual. Assim, no próximo item serão mostradas algumas das variações na produção no mercado editorial hoje.

3.2 O LIVRO DE ALTA QUALIDADE GRÁFICA E AS EDIÇÕES DE LUXO

Se a Companhia das Letras contribuiu enormemente para o mercado editorial brasileiro estabelecendo um alto padrão de produção de livros tradicionais, ela foi também a responsável por firmar a base de onde hoje partem as editoras que trabalham com edições não tão dentro dos padrões. Assim, nos últimos 30 anos as editoras brasileiras passaram a criar suas edições, de forma mais ou menos uniforme, em torno do padrão estabelecido, sempre com atenção e cuidado tanto com os elementos externos quanto como os internos. Foi dessa forma que grandes editoras de hoje firmaram o pé no mercado, como a já citada Intrínseca e outras mais antigas que ela, como a Record e a Globo Livros.

Ao notarmos que o maior cuidado com a edição atrai e agrada leitores, podemos deduzir que esse é um aspecto valorizado pelo mercado consumidor, de modo que quanto maior a atenção com esse aspecto, maior será a valorização e o consumo relacionado a ele. Seguindo esse raciocínio, uma série de editoras brasileiras passaram a produzir livros com detalhes e características diferenciadas, que extrapolam o padrão de qualidade apresentado aqui, oferecendo ao consumidor um produto com ainda maior valor agregado. Assim, o uso de recursos de impressão que em geral seriam associados a livros mais caros e fora de acesso ao grande público consumidor de livros e literatura no Brasil ocorre com pouco ou quase nenhum acréscimo no preço final, mas com resultado claramente gritante no visual do livro, o que conquista a fidelidade do público.

Um dos exemplos desse caso é a editora Aleph, que já se encontra no mercado há 33 anos, mas recentemente passou por uma modificação em sua linha de produção que

resultou numa alteração do seu catálogo. Trazendo desde os anos 1990 um gênero muito específico de publicação, que é a ficção científica, a editora se renovou no início da década seguinte ao republicar o clássico *Neuromancer*, de William Gibson. Juntamente com ele, como forma de tentar atingir um público mais jovem e não-leitor do gênero, a estratégia foi reformular os projetos gráficos dos principais livros de ficção científica que faziam parte do catálogo da editora; assim, as capas características do gênero, que giram em torno de naves espaciais e robôs, foram substituídas por projetos mais ligados a cultura pop e, conseqüentemente, mais atraentes. A reedição de *Neuromancer*, com nova tradução, foi também ilustrada pelo grafiteiro Titi Freak. A proposta de abraçar um gênero não só deixado de lado pelas grandes editoras, mas também de fazê-lo com especial cuidado com a parte gráfica dos livros, acabou por dar um retorno esperado.

A mudança de rumo da editora veio justamente num momento de valorização da cultura *geek* e *nerd*, de modo que a procura por conteúdos de ficção científica aumentou significativamente. Uma literatura que antes era consumida somente por um nicho passou a ser notada e consumida por um público maior, de modo que, somente na virada de 2013 para 2014, a editora teve um crescimento de 98% no seu faturamento. Embora seja considerada uma editora de médio porte no nosso mercado, a Aleph atingiu esse crescimento associando a publicação de livros clássicos, de procura certa pelos leitores (novos ou não) do gênero, com a produção de livros que carregam em si valor agregado nos seus elementos gráficos.

A edição de 50 anos de *Laranja mecânica* é composta em capa dura, acompanhada de sobrecapa em papel brilhoso e toda impressa em papel couché..



Figura 15 – Lado frontal da sobrecapa da edição publicada pela Aleph

Figura 16 – Verso da sobrecapa da edição publicada pela Aleph



A sobrecapa, que aposta em um quase minimalismo, tem um laranja aberto e traz somente um elemento icônico, que é a garrafa de leite. Os elementos verbais são compostos em tipografia especial, que combina com o cenário futurista do livro. É nas orelhas da sobrecapa que aparece o conteúdo que em geral vem nas orelhas da capa: informações sobre a história na primeira e sobre o autor na última.

A capa dura é encapada em papel brilhoso de tom mais profundo de laranja e traz somente dois elementos: um símbolo, composto por uma associação entre engrenagem e interior de uma laranja, que representa o título, localizado na parte central superior, e o ano de publicação original, 1962, na porção central. A mesma imagem se repete na quarta capa, apenas com a substituição do ano original pelo ano da publicação da edição em questão, 2012. A lombada traz, de forma tradicional, o título, o nome do autor e a logo da editora. Todos os elementos são impressos em um tom de laranja escuro, que se aproxima do marrom.

Figura 17 – Lombada da edição da Aleph



O interior do livro também se destaca graficamente, já que, por ser composto em capa dura, a edição apresenta folhas de guarda; as que compõem a edição em questão são impressas em laranja e branco e trazem um padrão que combina elementos integrantes do frame de mecanicidade, como engrenagens e ferramentas.

Figura 18 –
Folha de guarda
da edição da
Aleph



Os cadernos de texto são compostos por folhas de papel couché branco fosco, que possui uma gramatura maior e, portanto, é mais espesso. Embora a impressão em papel branco não seja indicada para textos maiores e, em geral, está associada a editoras que não primam pela qualidade da impressão (e economizam na produção ao escolher papéis brancos, que são mais baratos do que os papéis cremes), nesse caso em específico a escolha do papel é feita de forma consciente: o papel branco, além de contrastar de forma chamativa com o laranja, atraindo a atenção do consumidor, também remete ao leite, elemento central da narrativa do livro. A diagramação do texto também é feita de forma cuidadosa, com um espaço entrelinhas padronizado e o uso de margens ligeiramente maiores que o padrão, mas que, em conjunto com as informações que aparecem nelas (título nas páginas pares, autor nas ímpares, número da parte no lado externo das duas e número da página na margem inferior de cada, todos esses elementos impressos no mesmo laranja que aparece na capa), emolduram o texto de forma distinta e elegante.

Cada parte do livro é iniciada por uma página laranja, com a impressão do número da parte em branco; a página inicial de cada capítulo apresenta, além do número dele em tipografia grande e laranja, os parágrafos iniciais em fonte também maior do que o resto do texto; além disso, ao longo do livro são apresentadas algumas ilustrações, também seguindo o mesmo padrão de cores: branco, laranja e, de forma bem discreta, alguns elementos em preto e cinza.

Figuras 19 e 20 – Detalhes de conteúdo da edição da Aleph

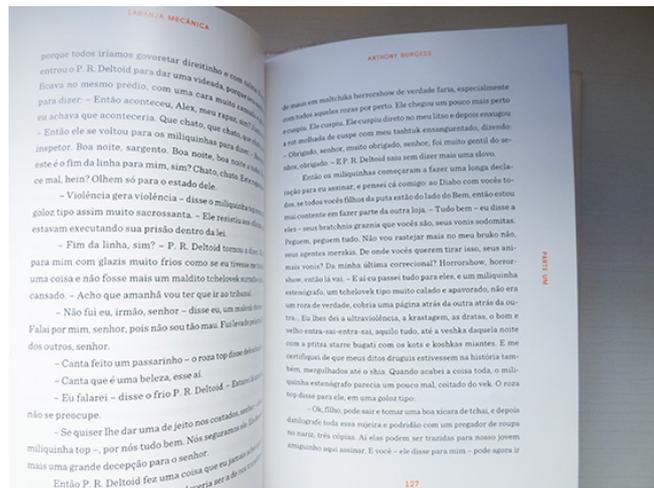


Figura 21 – Ilustração presente na edição (© Angeli, 2002)



Embora essa seja uma edição especial, que traz mais elementos do que as edições regulares da editora, a produção de livros com esse tipo de atributos vem crescendo no mercado. Assim, surge uma editora como a Darkside Books, que tem como proposta produzir exatamente livros que correspondam a esse tipo de procura no mercado.

Fundada em 2012, a Darkside trabalha principalmente em três frentes de publicação: os livros de terror, os de fantasia e os de violência não-ficcional. Seu catálogo

conta com obras de peso, como a reedição de *Frankenstein*, de Mary Shelley, e das obras completas de Edgar Allan Poe; mas também investe em obras menores, de autores iniciantes e nacionais, como é o caso do thriller policial *Bom dia, Veronica*, de Andrea Killmore, e a série sobre serial killers de Ilana Casoy.

O grande diferencial da Darkside, no entanto, não é a publicação para um nicho tão específico, mas sim o fato de que todos os seus livros passam por um tratamento de excelência gráfica. De acordo com a própria editora, o livro impresso ainda está vivo porque é muito mais do que um objeto de papel; a tecnologia que possibilita o armazenamento na nuvem e a leitura de *ebooks* não é mais do que isso: uma expansão de possibilidades que não precisam, necessariamente, significar a substituição do livro tradicional. Para garantir que isso não aconteça, a medida que os sócios da Darkside, que se dizem “psicopatas pelo capricho”, tomaram é de criar produtos que vendam por si só, ou seja, que atraiam de forma quase que espontânea a atenção do consumidor, despertando nele o potencial de comprador e, em seguida, de leitor. Assim, todas as edições da Darkside são em capa dura, algumas vezes em tamanho diferente do padrão do mercado e apresentam um design de capa feito para conquistar o público-alvo do gênero.

Um livro que exemplifica muito bem essa estratégia é a edição especial de *J. R. R. Tolkien – O senhor da fantasia*, de Michael White, lançada em comemoração aos 125 anos de nascimento do autor de *O senhor dos anéis*.

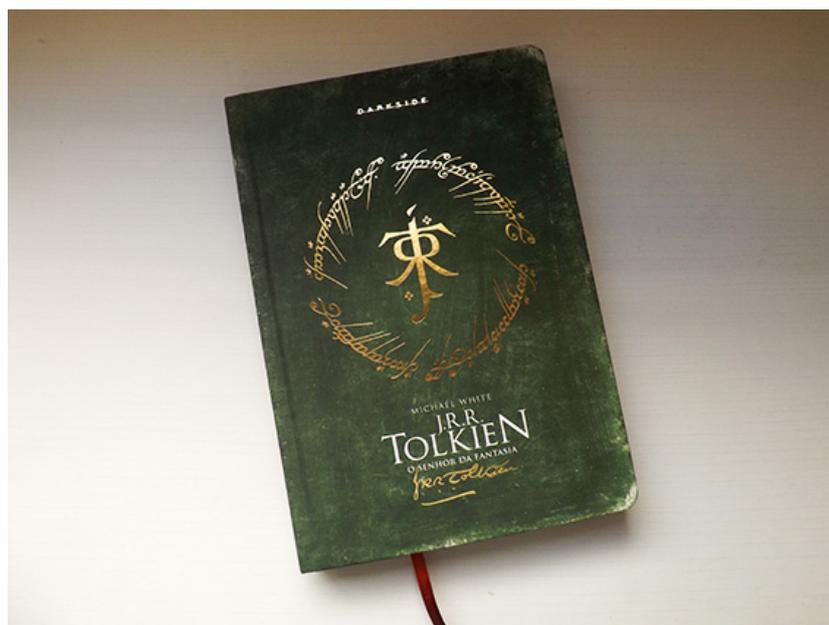
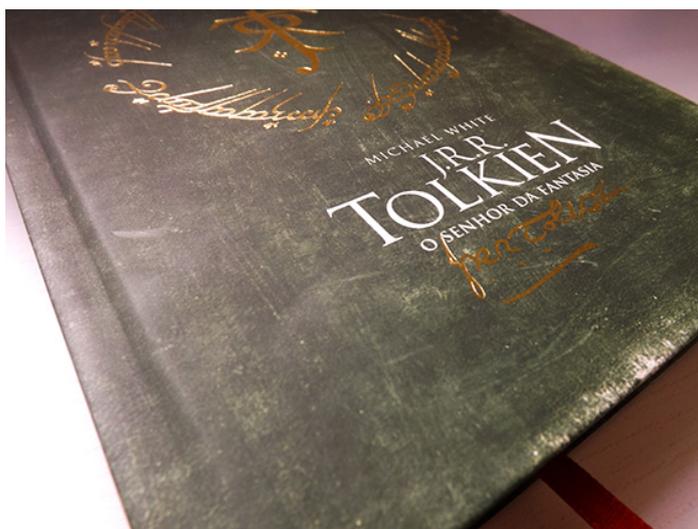


Figura 22 –
Capa do livro
J.R.R. Tolkien
– *O senhor da*
fantasia,
publicado
pela Darkside
Books

O livro apresenta um tamanho ligeiramente maior do que o padrão, de modo que já se destaca de início. Ele possui bordas arredondadas na sua capa, que, assim como todas as outras da editora, é dura; o material utilizado na produção da capa tem toque levemente emborrachado e aparência que remete a couro gasto – tanto o material quanto a cor (verde-folha) remetem claramente aos livros que aparecem durante a história da Terra Média, principalmente aqueles possuídos pelos elfos, criaturas imortais e muito cultas que, portanto, manuseiam e armazenam livros por milênios.

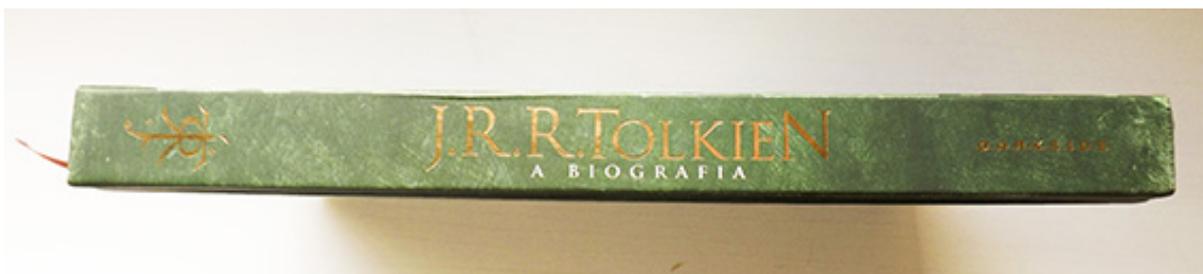


Figuras 23 e 24 – Detalhes da capa da edição da Darkside Books



Na capa aparecem alguns elementos clássicos, que apelam fortemente aos fãs e conhecedores do universo criado pelo autor: no centro, aparece o monograma de Tolkien (composto pelas iniciais de seu nome, estilizadas de acordo com os alfabetos que criou) contornado pela inscrição do Um Anel, da trilogia *O senhor dos anéis* (a escritura é feita em um dos alfabetos criados por ele). Os dois elementos aparecem em verniz metálico

dourado, assim como a logo da editora na parte superior e a assinatura do autor na parte inferior, logo abaixo do título do livro, que aparece em fonte branca simples. O design é claramente construído para chamar a atenção para a figura de Tolkien, deixando em segundo plano o autor do livro em si, estratégia comum em biografias. Na lombada aparece somente o título do livro (com o nome de Tolkien bem destacado), a logo da editora e o mesmo monograma da capa.



Figuras 25 e 26 –
Lombada (acima) e
quarta capa da edição
da Darkside Books



A quarta capa é composta somente pela repetição da inscrição do Anel, que dessa vez não circunscreve o monograma de Tolkien, mas outro símbolo importante do universo criado por ele, a Árvore de Gondor. Os dois também aparecem aqui em verniz metálico dourado.

Um detalhe interessante nessa edição, mas que já se tornou característico da Darkside, é o cuidado com o corte das páginas; em geral ele não tem cor – embora seja comum, em edições antigas, a utilização de coloração dourada ou prateada para que o livro seja mais valorizado –, mas nos livros da editora sempre aparece com algum pigmento. No caso do livro em questão, no entanto, a opção foi a de pigmentar somente os cantos e bordas com um tom de marrom escuro, criando um degradê entre esse tom e o amarelado já comum das páginas; assim, o efeito final é de simulação de um livro antigo

e até mesmo danificado, o que, unido à ideia já mencionada da capa em couro gasto, reforça a associação do livro com as bibliotecas élficas.



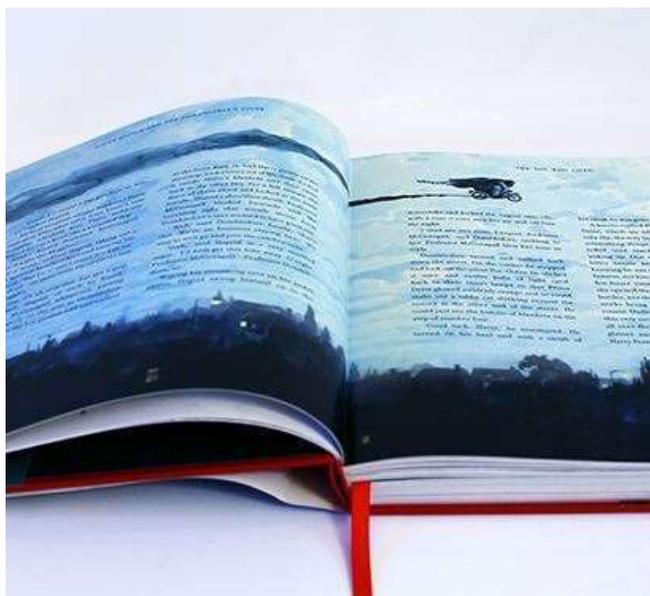
Figura 27 – Corte das páginas da edição da Darkside Books

Os elementos internos do livro (papel, diagramação, tipografia, espaçamento) seguem o padrão de qualidade apresentado anteriormente, por isso não há nenhum elemento específico a ser destacar. Mas o conjunto da edição, que traz por dentro uma editoração impecável e por fora uma extrema preocupação com os elementos gráficos e a apresentação visual do livro, apresenta um produto final que encanta e conquista imediatamente seu público-alvo.

A Aleph e a Darkside são editoras que tentam agregar valor simbólico aos seus livros, adicionando elementos que os valorizam aos olhos dos consumidores, mas evitando ao máximo permitir que isso signifique um acréscimo muito acentuado no valor do livro, já que isso faria com que possíveis compradores se afastassem do produto ao perceberem se tratar de algo muito caro. Esse não é o caso das chamadas edições de luxo.

Tratam-se de edições que trazem elementos que agregam valor simbólico e material a elas e, por isso, apresentam preços bem mais altos do que a média de livros tradicionais. No mercado brasileiro não é uma estratégia comum, já que a venda de livros tradicionais ainda é uma cultura em criação. Apenas a título de exemplo, no entanto, cito a editora inglesa Bloomsbury, que desde 2015 vem lançando anualmente as edições ilustradas dos livros da série *Harry Potter*. A edição ilustrada tradicional, que já se encontra totalmente fora dos padrões de qualidade tradicional do nosso mercado (apresentando capa dura de tecido, impressão colorida, todas as páginas impressas em couchê fosco, sobrecapa emborrachada com verniz metálico e tamanho 23x28), é comercializada por £30 (cerca de R\$160).

Figuras 28 e 29 –
 Detalhes internos da
 edição ilustrada de
*Harry Potter and the
 Philosopher's Stone*,
 de JK Rowling,
 publicada pela
 Bloomsbury (Fonte:
 divulgação)



Os dois livros, no entanto, também já estão disponíveis na versão de luxo, que, além de apresentarem alguns elementos extras, como pôsteres, têm também impressão em papel diferenciado e, na capa e na quarta capa, apresentam ilustrações produzidas em fios metálicos dourados. Uma ilustração diferente, mas produzida com a mesma técnica, aparece na luva que abriga o livro.

Figuras 30 e 31 –
 Capas e luvas das
 edições ilustradas de
 luxo de *Harry Potter
 and the Philosopher's
 Stone* (acima) e *Harry
 Potter and the
 Chamber of Secrets*,
 ambos de JK Rowling,
 publicadas pela
 Bloomsbury (Fonte:
 divulgação)



O resultado final destas edições é um produto que apresenta aparência enriquecida, valorizada e exclusiva, mas tudo isso vem com um preço: as edições de luxo dos livros, que são comercializadas no site da editora, são vendidas como edições de colecionador e, por cada uma, são cobradas £130, cerca de R\$700.

As edições de luxo, portanto, se caracterizam por um altíssimo valor de mercado que só é justificado pela aura de exclusividade que cerca esses livros, já que quase não diferem em conteúdo das edições regulares. O consumidor, ao comprá-las, está pagando pela demonstração de poder aquisitivo muito mais do que pelo livro em si.

4 WE'RE IN A DIFFERENT KIND OF THING NOW: QUAL É O FUTURO DO LIVRO IMPRESSO?

É importante tentar entender qual o lugar e quais os caminhos que serão seguidos pelo mercado editorial hoje, pois o livro de artista se insere no meio da cultura visual. Trata-se de um fenômeno intimamente ligado a essa cultura emergente e que, justamente por isso, vem se alterando e se adaptando às novas formas oferecidas por ela.

4.1 O LIVRO DE ARTISTA NO BRASIL

Em sua tese convertida em livro, *A página violada*, Paulo da Silveira investe sobre o tema do livro de artista uma pesquisa intensa e extensa, que procura dar conta de forma geral desse objeto e compreendê-lo melhor. Nas considerações finais, ele afirma que, para reconhecer um livro de artista, “basta pegá-lo nas mãos. Ele se imporá como tal. Ele afirmará sua condição” (2008, p. 250). E, considerando a perspectiva da cultura visual, apresentada anteriormente nesta dissertação, é importante ter atenção à escolha vocabular do autor para encerrar o seu texto: “Sua página (ou não-página) devolverá o olhar. O gesto de abrir um livro é o gesto do livro de abrir os olhos e enxergar”. (p. 250)

O que, no entanto, é um livro de artista e de que forma ele se afirma e impõe sua condição, como afirmado? Este conceito não é bem definido e não há um consenso com relação a ele. Neste capítulo, apresentarei algumas perspectivas acerca do tema, com a intenção de focar em um segmento específico desse campo, que chamo aqui de livro de artista de larga escala, e entender seu status conceitual e mercadológico no Brasil hoje. Também será feita uma apresentação de alguns exemplos que poderiam se encaixar nessa categoria e que foram o propulsor do surgimento desta pesquisa.

O conceito de livro de artista surge como uma necessidade de dar um nome à tensão entre um objeto consagrado culturalmente, símbolo da intelectualidade, e a mídia moderna, especialmente aquela que surge e se desenvolve no século XX. Para Johanna Drucker, um dos nomes mais expressivos nessa área de estudos, o livro de artista, ainda que influenciado por experiências similares anteriores (que ela chama de livres d’artistes), é exclusivo e “a forma de arte por excelência” do século XX (DRUCKER p. 1 *apud* SILVEIRA, 2008, p. 36). Drucker aponta que o livro de artista é altamente mutável, de modo que seu julgamento não pode se basear em critérios formais simples ou reducionistas, entendendo que se trata de um campo “que emerge com muitos pontos

espontâneos de origem e originalidade [...] que dá a ideia falsa de uma noção linear de uma história com um único ponto de origem” (DRUCKER, p.11 *apud* SILVEIRA, 2008, p.p. 37 e 38). Livros de artista podem se associar ao “estado de ser livros” ou à “identidade do livro”, mesmo que não propiciem uma experiência associada com livros (DRUCKER, p. 14 *apud* SILVEIRA, 2008, p. 38).

Silveira utiliza o termo “livro de artista” para “designar um grande campo artístico (ou categoria) no sentido lato, que também poderia ser chamado de livro-arte ou outro nome” (p. 25), mas aponta que:

(1) livro de artista pode mesmo designar tanto a obra como a categoria artística; (2) o conceito é ainda muito problemático, pondo em xeque pesquisadores com pesquisadores, artistas com artistas, e pesquisadores com artistas, além de envolver outras especialidades, como estética, literatura, biblioteconomia e comunicação; (3) que a concepção e execução pode ser apenas parcialmente executada pelo artista, com colaboração interdisciplinar; (4) que não precisa ser um livro, bastando ser a ele referente, mesmo que remotamente; e (5) que os limites envolvem questões do afeto expressadas através das propostas gráficas, plásticas ou de leitura. (p.p. 25-26)

De certa forma, acabou sendo estabelecida dentro do estudo dos livros de artista uma divisão entre aquelas obras que funcionam como suporte e as que funcionam como matéria moldável (SILVEIRA, p. 31). Na primeira categoria se encaixam aqueles livros que são impressos, produzidos em mais de uma peça e que de alguma forma se encaixam na tradição do livro; na segunda, estão o que chamamos de livros-objetos, peças artesanais, em geral únicas, de caráter escultórico e que em geral se apropriam do conceito de livro apenas metaforicamente.

A grande força do livro de artista se estabelece nos anos 1960 e 1970, momento em que se busca novos caminhos para a experimentação artística, com o questionamento dos espaços convencionais de exposição e uma nova proposta aos espectadores de experiências estéticas sinestésicas, baseadas no rompimento da contemplação restrita à visualidade que é típica de museus e galerias. É também nesse momento em que os suportes tradicionais são renovados e repensados, questionados enquanto participantes do sistema legitimador da arte. O florescimento do livro de artista enquanto forma de arte nos anos 70 foi nutrido por obras preenchidas por palavras, fotografias, desenhos e colagens, estando provavelmente ligados ao grupo Fluxus, que reunia artistas do mundo todo (CASTLEMAN, 1988, p.p. 206-207 *apud* SILVEIRA, 2008, p. 32), mas as raízes do livro de artista em sentido mais amplo aparentam estar, como aponta Silveira, “na ação

crítica ou no uso concordante das formas e regras do volumen tradicional, em suas poucas variações” (p. 72).

Existem elementos no livro que estabelecem sua ordem interna, sua lógica de funcionamento. Um deles é o que Silveira chama de “sequencialidade na percepção ou na leitura”, ou seja, é a “diretriz da ordem interna da obra, envolvendo a interação mecânica do leitor ou do fruidor” (p. 72). É a forma como a pessoa interage com a obra, como ela a percebe enquanto objeto. Nessa interação, o virar das páginas é importantíssimo, pois se trata das pequenas unidades de tempo que constroem a experiência de leitura/usufruto daquela obra: “cada vez que viramos uma página, temos um lapso e o início de uma nova onda impressiva. Essa nova impressão (e intelecção) conta com a memória das impressões passadas e com a expectativa das impressões futuras” (p.72).

Embora se estabeleça sobre o conceito de livro, o livro de artista não precisa necessariamente ser lido para a que sua compreensão aconteça: ele como um todo deve ser lido, em sua estrutura, não somente seu texto verbal – principalmente porque este pode, muitas vezes, não existir ou ter sua leitura impossibilitada pela construção da obra. Os livros de artista são, em sua grande maioria, objetos de experimentação. Esse rompimento com o formato tradicional do livro culmina no fato de que, mesmo quando há texto no livro de artista e ele pode ser lido, não é este o seu objetivo final.

Por isso, embora o livro convencional também tenha seus ritmos e tempos específicos e traga em si uma materialidade própria, a relação que existe desses elementos com um livro de artista é diferente: como propõe uma experiência de leitura diferente do convencional, “sua inerência especial deve estar projetada no seu objetivo” (p. 73). Silveira lembra que o livro de artista não é literário, embora possa conter literatura:

O tempo pode estar além da elocução. Pode estar na sua realidade cronológica (histórica). Pode estar no momento perceptivo do fruidor. Pode ser a duração de seu próprio desfrute, ou a sua própria proposta (assunto). Em todo caso, sua evidência estará potencializada pela concepção plástica da obra, na qual a estrutura é um predicado semântico. (p. 73)

Apesar de o livro ter como elemento quase sempre central a palavra impressa, que é “um elemento conservador, fixo e durável”, as leituras que surgem daí são efêmeras, variáveis, e a forma como isso pode se refletir nos livros de artista é uma questão interessante e que merece atenção. A interação entre leitor e o objeto livro é um processo que acontece em momentos. Mas qual unidade mede esses momentos? São as divisões

textuais, como capítulos ou quebras de texto, ou a própria palavra? Ou, se abstrairmos o conteúdo textual, seria a página ou a simples mancha de texto impresso?

Silveira cita Keith Smith (1995) e as diferentes possibilidades de processos de apreensão no livro:

referência direta (onde se cria um movimento construído de um objeto para outro), referência randômica (associação livre do leitor), referência contígua (de uma unidade gramatical para a seguinte), referência contingente (de uma unidade ou ideia para outra não adjacente), leitura randômica, visão consecutiva e não-consecutiva, e outras possibilidades híbridas. (1995 *apud* SILVEIRA, 2008, p. 74)

Ao mesmo tempo em que esses processos são, a princípio, restritos na publicação de livros convencionais a formas mais tradicionais, os produtos infanto-juvenis acabam passando por uma experimentação gráfica incentivada. Isso acontece nas “técnicas de encadernação sem costura, livros com articulações internas (pop-up books), obras com mais de uma lombada, livros que, pelo seu folhear, emulam cenas de animação (flip books), incorporação de processos mistos e objetos, etc” (p. 136).

Um marco importante nos estudos dos livros de artista é o clássico de Stéphane Mallarmé, *Un coup de dès*, que é considerado por Octavio Paz como “o apogeu da página como espaço literário, ao mesmo tempo que inauguraria outro espaço”. (p. 157). Assim, para Silveira, a configuração do texto no espaço da página e sua relação com o espaço em branco é “a mais evidente solução de continuidade com a revolução gráfica e poética de Stéphane Mallarmé” (p. 159).

O livro de artista, portanto, é uma obra que é realizada em conexão com a ideia formal de um livro, ou seja, tendo um livro como base material ou apresentando uma alusão ao formato de um livro. O livro é entendido, ele por si mesmo, como obra de arte. Livros de artista não são reproduções de obras de artistas, textos ilustrados por artistas ou catálogos de obras de arte (embora todos esses possam ser livros de artista, dependendo de como são criados); eles surgem quando o artista desafia e leva esse formato em direções inesperadas. Trata-se tanto de uma categoria como de uma prática artística que trabalha as linguagens visuais como campos de “experimentação das possibilidades expressivas dos elementos constituintes do livro ele mesmo” (p. 77). A forma como o texto será transposto ou refletivo na materialidade do volume em si pode variar desde a forma mais simples até a mais radical; assim, Silveira lembra que nem todo livro de artista é um livro-objeto, mas certamente todo livro-objeto é um livro de artista” (p. 77).

O livro de artista, como todo livro, é um objeto material, um corpo físico – e, como tal, ocupa lugar no espaço. A definição de “corpo” usada por Silveira abarca os seguintes atributos: “todo objeto material que ocupa um espaço e tem por principais propriedades: a extensão em três dimensões, a impenetrabilidade e a massa” (JAPIASSÚ; MARCONDES, 1990 *apud* SILVEIRA, 2008, p. 120), de modo que, por isso, “possui propriedades sensíveis [...] ou que causam nos seres humanos [...] impressões, ou estímulos, ou ambas as coisas” (MORA, 1996 *apud* SILVEIRA, 2008, p. 120).

O livro é um corpo que contém alma. E a essa dualidade corresponde uma ação reveladora, a leitura. Se o livro pouco se modificou em sua história, a leitura, por outro lado, continua em exercício mais acelerado, prosseguindo pelo jogo da alternância ou simultaneidade da compreensão analítico-discursiva (entendimento por decodificação analítica) e da compreensão sintético-ideográfica (entendimento perceptivo). (SILVEIRA, p. 164)

Dessa forma, enquanto o livro seria uma página muda, que serve de suporte para sinais gráficos, a leitura é a página com voz própria (p. 165). Mas, de qualquer modo, não podemos esquecer que o livro, sendo de artista ou não, não deixa de ser um livro. É importante lembrar que ao usarmos o termo “livro” estamos nos referindo à unidade material herdeira do *volumen*, que se originou dos rolos anteriores. A unidade intelectual que se encontra dentro dele é herdeira do *liber latino*. A evolução dessa forma, principalmente “sua reprodutibilidade, a expansão da literatura, a vulgarização do ensino e da contabilidade, o desenvolvimento das ciências, etc., propiciaram a fusão dos conceitos” (p. 121), de modo que hoje não é mais estritamente necessário que o volume contenha o livro. Isso porque ao usarmos esse termo estamos nos referindo de forma genérica a um objeto, algo que pode ser apreendido pelo pensamento ou pela percepção; por ser material e ocupar espaço no mundo, encontra-se dentro dos requerimentos para ser chamado de corpo físico – e, enquanto corpo, possui a capacidade de causar impressões, estímulos, respostas sensoriais nos humanos (p. 122). O artista que cria um livro de artista, portanto, trabalha na construção, desconstrução ou reformulação de corpos (p. 123), enquanto o livro convencional, por assim dizer, encontra-se estabelecido por séculos de tradição.

Silveira aponta que existe uma disciplina para estudar a materialidade do livro convencional, chamada bibliotecnia (p. 124), e que esta pode auxiliar na compreensão do livro de artista contemporâneo, em especial do livro-objeto. A produção do livro inclui muitas etapas, desde o projeto gráfico até a impressão final, e que abarcam tanto a parte

gráfica e material quanto o trabalho textual (de tradução, revisão e diagramação, por exemplo). A associação de todos esses elementos resulta na editoração, que trabalhar para a produção do livro convencional.

No livro de Silveira, ele reúne dois conceitos para falar sobre a relação do livro de artista com o livro convencional: ternura e injúria. Nas palavras do próprio autor:

(...) ternura é o gesto de preservação às conformações tradicionais, assim como aos valores institucionais do livro. É amor à forma livro, manifestada pelo zelo a essa forma, pela manutenção de sua tradição (de sua forma instituída), pela defesa de sua permanência perante as novas mídias ou pela preservação da leitura sequencial da palavra escrita. É carinho pela crença na verdade impressa. É o aceite e a dependência do fetiche. (p. 28)

Injúria é agravo ao livro. É a tentativa de sua negação. É o comentário ao suporte pela sua subversão e afronta. É o comprometimento da verdade e/ou da verossimilhança, ou o uso dessa em detrimento daquela. Injúria implica perversão. É dano físico porque presume e tenta violar a permanência temporal do livro. É dano moral porque presume e tenta violar seu legado de lei e verdade. É o esforço de ataque ao fetiche. (p. 28)

O questionamento apontado por Silveira após essas definições, e que muito interessa ao presente trabalho, é sobre a natureza das injúrias e ternuras direcionadas aos livros: a ternura sempre resulta em construção e preservação? A injúria sempre desconstrói e destrói? Ou há momentos em que esses papéis podem se inverter de alguma forma? E, em caso afirmativo, como isso ocorre?

Como já foi dito antes, mas que não custa enfatizar, o livro, seja ele tradicional ou de artista, é um objeto. O livro de artista, no entanto, se impõe como objeto visual, plástico e tátil em primeiro lugar, de modo que a comunicação literária não é um elemento prioritário ou obrigatório nesse caso (p. 129). Dessa forma, é preciso refletir sobre a porosidade entre arte, indústria e comércio que envolve esse campo.

O campo dos livros de artista está, hoje, quase que inevitavelmente atado à indústria gráfica e editorial comercial, de modo que a intermediação entre o artista e a impressão final do seu trabalho é diferente dos processos artesanais (p. 130). A indústria gráfica, ao longo dos anos, passou por uma melhora expressiva na sua qualidade e rapidez, além da queda nos seus preços de produção, de modo que cada vez menos o impressor tem importância nesse processo, transferindo essa carga de responsabilidade para o profissional que cuida da matriz e elaboração das artes. Assim, “[p]assou a ser necessário o trabalho de um arte-finalista, [...] incorporado pela figura do projetista gráfico, habilitado no uso da computação gráfica (editoração eletrônica), e com

conhecimentos de percepção visual” (p. 130). Dessa forma, enquanto o livre d’artiste era dependente do fazer artesanal, o livro de artista contemporâneo está atrelado ao fazer técnico.

O livro em sua forma tradicional é, provavelmente, o objeto mais significativo da cultura ocidental, como lembrado por Silveira (p. 246), usado como suporte para registrar nossa história, nossas leis e até a transmissão da fé. Assim, é significativo que ele seja colocado a prova na construção da arte. Em geral, em um livro de artista, a página mantém sua função de página e os valores gráficos não são postos de lado.

E se Hudnilson Jr. afirma, ao falar sobre a arte de xerox (*Caderno de arte de xerox*, 1984), que sempre ocorre a apropriação de um novo veículo para divulgar uma velha proposta, não é incorreto dizer que o oposto também é verdadeiro: com relação ao livro, é possível observar um veículo antigo sendo apropriado para que novas propostas sejam divulgadas.

4.2 O QUE É O LIVRO DE ARTISTA DE LARGA ESCALA?

O livro de artista não possui uma forma fixa ou diretrizes obrigatórias a serem seguidas para que uma obra seja considerada um. Nem todo livro de artista contém texto, e caso este exista, não se trata de uma condição que o exclui da categoria de livro de artista. A obra objetual escultórica, na realidade, é em geral o extremo mais radical do livro de artista. Silveira caracteriza essa categoria como aquela que abandona total ou quase completamente a palavra escrita, colocando de lado de forma absoluta sua condição de mídia: “suporte, sim, matéria plasmável, sim, mas pretensão de divulgação, não mais” (p. 227). Não se tratam mais de obras intermediais; elas se encontram completamente no campo das artes visuais, não mais vinculadas diretamente à literatura ou a outros produtores de informação verbal. Muito raramente são peças que circulam fora de museus e galerias, por estarem atreladas à livro-arte.

Os livros de artista, portanto, atacam uma questão central da era da reprodutibilidade técnica: enquanto o livro convencional possui uma tiragem, uma determinada quantidade em que é produzido para ser comercializado, o livro de artista possui ou uma tiragem muito pequena ou, o que é mais recorrente, um exemplar único, de modo que se preserve a autenticidade e a raridade, a aura em torno do objeto artístico de colecionador, abrigados em museus e galerias.

Assim, o conceito do livro de artista radical vive sempre uma tensão: ele nasce da injúria do livro tradicional, e “[a] injúria envolve a preexistência do tido como íntegro. É fruto direto das invenções, inversões e subversões” (p. 247), e portanto seu oposto é o pedestal; no entanto, a desconstrução pode ser conservadora, pois a ideia do objeto único ou raro pode possibilitar o regresso do pensamento da aura e da autenticidade (p. 248), que induz a arte a ser mais uma vez enclausurada nos salões e galerias, “convertendo peças potencialmente intermediais em esculturas” (p. 248).

O conceito “livro de artista”, portanto, é algo que demonstra grande desconforto e dificuldade de adequação, pois “[o] o que de fato o termo é, difere do que se pretendia que ele fosse” (p. 248). Trata-se do

campo da arte que se expressa pela apropriação artística do livro, em ideia ou pela forma, por meios gráficos ou plásticos, persistindo o livro na criação final, ainda que remissivamente ou remotamente, ou ainda pela sua negação e ausência. A origem do livro de artista como categoria não é orgânica ou espontânea. É conquistada. É intencional, construída. Ele é o que é porque quer ser. O livro de artista em sentido lato é uma manifestação da cultura fragmentada do século 20. Como tal, ele assume conformações com nuanças de função. (p. 248)

Os livros de artista que se aproximam da extremidade mais radical do seu espectro podem, no entanto, oscilar entre a proposição crítica e a pura polêmica, já que o uso da destruição pode acabar sendo infrutífero no que diz respeito à reflexão e experiência artística: por falar sobre si próprio e sua condição de livro, por mais radical que seja, não consegue se destruir.

Esses livros são, portanto, em geral, caracterizados pelos seguintes aspectos: sua raridade, seja por se tratar de uma produção de baixa tiragem ou único exemplar; ser resultado da intervenção de um artista sobre um livro ou objeto que remete ao conceito de livro; a restrição total ou em grande parte a museus, galerias ou coleções particulares, sem que haja circulação no mercado editorial regular; justamente por isso, apresentam alto valor de mercado, isso quando são comercializados, já que, ao comporem coleções e acervos, podem não passar por esse processo; possuem uma fragilidade ou estagnação em seus elementos constituintes, justamente por serem objetos únicos ou raros e estarem ligados à ideia escultórica; e a presença de elementos verbais e a legibilidade destes, quando aparecem, são opcionais e se encontram em segundo plano.

Isso nos leva a pensar se as formas menos radicais dos livros de artistas, que se caracterizam pela intermedialidade, seriam menos artísticas ou poderiam, ao contrário, agregar valores positivos e questionamentos interessantes ao campo artístico que

compõem. Ao se aproximarem mais do mercado e do comercial que seus companheiros radicais, ainda podem ser considerados arte? Ainda carregam elementos revolucionários e trazem uma injúria revolucionária, e não conservadora, à página?

Como resultado da cultura visual que se estabelece cada vez mais na nossa sociedade, associada ao avanço tecnológico que marcha sobre nossas vidas pessoais, profissionais, individuais e coletivas, surgem editoras que investem na produção de livros que podem se encaixar no espectro dos livros de artista e oferecer perspectivas e leituras interessantes.

Uma editora que se encaixa nessa proposta e tem projetos interessantes é a inglesa Visual Editions. Fundada em 2010 por Anna Gerber, professora de design gráfico, e Britt Iversen, designer, com o propósito de unir literatura e design, tem como lema produzir “great looking stories”. Seu investimento é no que chamam de visual writing, ou escrita visual, que definem como o ato de apresentar elementos visuais que acrescentem à história contada tanto quanto as palavras que ali estão, que não tenham somente finalidade decorativa, mas sejam uma chave para a leitura, de forma que, sem eles, a história seja algo completamente diferente. Há, assim, um entrelaçamento tão grande de escrita e visualidade que se torna impossível separar os dois elementos sem que haja grandes perdas para o livro. Desde sua fundação, a Visual Editions lançou seis títulos, dentre reedições e inéditos, e todo o catálogo é composto por livros que buscam, de alguma forma, estabelecer um contato físico diferenciado com o leitor.

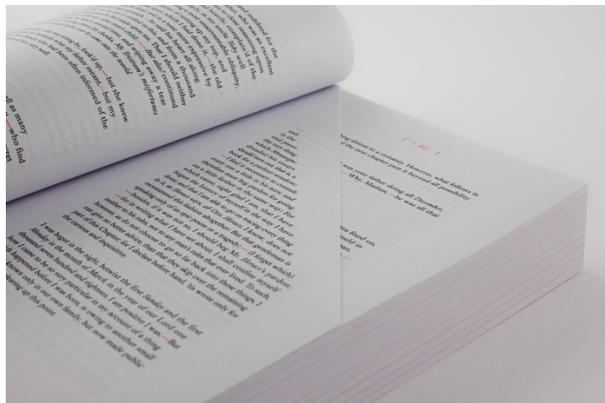
Algumas das obras lançadas pela editora são: *Tree of Codes*, de Jonathan Safran Foer; *The Life and Opinions of Tristram Shandy, Gentleman*, de Lawrence Sterne; e *Composition No.1*, de Marc Saporta.

The Life and Opinions of Tristram Shandy, Gentleman foi o primeiro título publicado pela editora, em 2010, e se trata da reedição do clássico do século XVIII, publicado em 9 volumes. Considerado um precursor de diversos estilos narrativos contemporâneos, o texto original de Sterne explorava também técnicas de impressão de sua época; no entanto, ao longo de suas sucessivas reedições (para ser mais precisa, 122 até o momento de publicação da edição da VE), muito do humor e das experimentações visuais do original se perderam. Ao encomendar o projeto do estúdio A Practice For Everyday Life, a proposta da editora era que essa edição pudesse receber uma vida nova (nas palavras da editora, “we asked them to breathe new life into the book’s design”, o que curiosamente pode ser ligado à afirmação de Paulo da Silveira de que o livro possui corpo e alma). Assim, o design final do estúdio trabalhou para equilibrar entre a adição

de novos elementos visuais e a manutenção do espírito original o livro. A edição publicada pela Visual Editions, vendida a £15 (aproximadamente R\$80 na cotação atual da libra esterlina), teve três reimpressões esgotadas.



Figuras 32, 33 e 34 – Capa e detalhes do livro publicado pela Visual Editions (Fonte: website da editora)



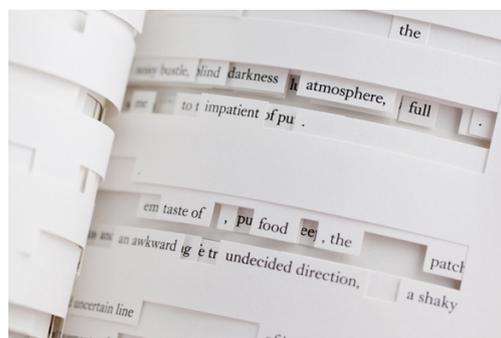
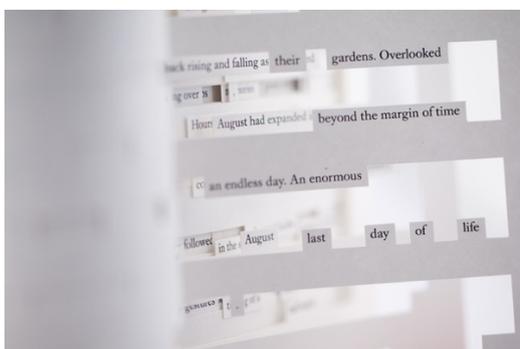
Composition No.1 é a reedição do primeiro “livro em uma caixa”, publicado na década de 1960 pelo francês Marc Saporta. Esse conceito é bem literal e direto: trata-se de um livro com as páginas soltas, guardadas em uma caixa. Cada uma dessas páginas contém uma narrativa e a ordem em que ela será lida é de escolha do leitor. Quando lançado, o livro levantou questões que até então não eram largamente discutidas na literatura, como a centralidade do leitor na construção narrativa e leituras não lineares. O estúdio de design Universal Everything, responsável pela criação do livro, também criou um aplicativo para iPad que opera em modo aleatório. Assim, enquanto o livro impresso precisa ser (des)ordenado pelo leitor, a versão digital não dá essa escolha de forma tão direta: ele troca de páginas aleatória e automaticamente, fazendo com que o leitor precise segurar a tela para que uma página se mantenha sendo exibida. O livro foi publicado em 2011 e ainda está disponível, sendo vendido por £25 (cerca de R\$135 na cotação atual).

Figuras 35, 36 e 37 –
Capa e detalhes do livro publicado pela Visual Editions (Fonte: website da editora)



Tree of Codes, primeiro livro inédito publicado pela editora, é também o mais premiado. A ideia do projeto surgiu, de forma prototípica, com o próprio autor, que resolveu experimentar técnicas de corte; assim, explorando as relações materiais das páginas entre si e como isso poderia resultar em uma narrativa. O resultado foi a decisão de Safran Foer de trabalhar a partir de um texto já existente e extrair dele uma nova narrativa: o texto escolhido foi *Streets of Crocodiles*, de Bruno Schulz. De acordo com a editora, todas as gráficas consultadas recusaram o projeto, alegando que o projeto era impossível de ser feito, até que a Die Keure, gráfica belga, aceitou o desafio de criar um livro com um corte diferente para cada página. O projeto, resultado do entalhe empreendido pelo autor texto original, foi finalizado pelo estúdio Sara De Bondt. O livro, cujo valor de mercado era £25 (aproximadamente R\$135 hoje), não só ganhou diversos prêmios de design no ano do seu lançamento, como foi a inspiração para uma peça de balé contemporâneo em 2015 e vendeu mais de 30 mil cópias, estando hoje esgotado na editora.

**Figuras 38,
39 e 40 –**
Capa e
detalhes do
livro
publicado
pela Visual
Editions
(Fonte:
website da
editora)



A exposição acerca dos livros da Visual Editions tem aqui o objetivo de mostrar um campo em expansão hoje: a produção de livros de artista que não se encontram restritos a museus e galerias, ou a negociadores de arte. Não se tratam de livros com preços exorbitantes (embora, na cotação atual da libra esterlina, os livros da VE possam ser considerados caros no Brasil, essa não é a realidade dentro do Reino Unido, onde pagar entre £15 e £25 por livros como os expostos não é visto como fora da realidade), e sim acessíveis ao público – principalmente porque, muito mais do que acessíveis à compra, eles são acessíveis ao contato, por serem distribuídos e estarem presentes em livrarias comuns. Ainda que o leitor não possa pagar pela experiência de tocar e interagir com aqueles livros em casa, pode fazê-lo de graça nas estantes. Existe uma permissão de contato que não ocorre no caso dos livros de artista expostos como obras de arte.

Chamo esses livros aqui de livros de artista de larga escala, pois são justamente isso: livros que oferecem uma experiência diferenciada. Ao contrário dos livros que apresentei como de alta qualidade gráfica e edições de luxo, que vendem um diferencial no produto (em seu visual e em seu apelo), os livros de artista de larga escala vendem uma nova experiência com o livro, tanto no sentido intelectual, por assim dizer – já que o objetivo de todos esses projetos gráficos é influenciar na compreensão e leitura do texto –, quanto no sentido sensorial e física – uma vez que a alteração nas formas de leitura é resultado direto da forma como o projeto gráfico, a impressão, a composição material do livro é feita.

Na próxima seção, o foco deste texto volta a ser o Brasil; farei uma apresentação rápida de alguns exemplos mais próximos do extremo escultórico do espectro dos livros de artista e, depois, discutirei os livros de artista de larga escala no Brasil, focando na editora que é, ao meu ver, a mais representativa para esse campo.

4.3 O LIVRO DE ARTISTA DE LARGA ESCALA NO CONTEXTO BRASILEIRO

À época da pesquisa de Silveira, a produção de livros de artista no Brasil foi resumida por ele a “mais aventura que realização”; do ponto de vista crítico, para ele “a pesquisa tende a ser um pouco entristecedora, pela constatação da mínima (porque quase nula) cobertura do assunto pela bibliografia nacional” (SILVEIRA p. 55). No entanto, é preciso considerar que o livro de Silveira foi lançado em 2001, sendo fruto de uma

pesquisa conduzida na década de 90, enquanto a presente pesquisa se dá pelo menos 18 anos após a primeira.

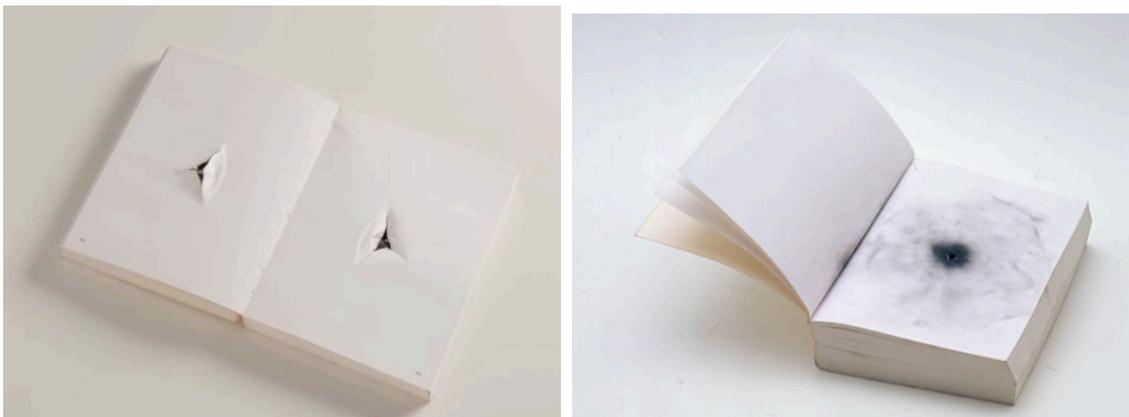
Não somente se trata de uma considerável janela de tempo em qualquer cenário, como no caso do Brasil também é preciso levar em conta os dados apresentados na introdução deste texto. O contexto social, econômico, político e cultural brasileiro sofreu uma grande transformação nas últimas duas décadas, o que impacta não só na produção artística como na crítica, de modo que o cenário em que a pesquisa de Silveira está inserida é muito diferente do cenário atual.

Um dos projetos que surge nesse intervalo e demonstra a mudança da posição do livro de artista no contexto artístico brasileiro é a Biblioteca da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais; trata-se da primeira coleção especial de livros de artista dentro de uma biblioteca universitária no Brasil. Ela se iniciou em 2009, com a doação de um conjunto de livros de Alex Flemming, Guto Lacaz, Marilá Dardot e Paulo Bruscky. Hoje o acervo possui mais de 1000 livros recebidos de artistas brasileiros e estrangeiros e é o maior do Brasil, contando também com obras de referência sobre o tema.

Um dos exemplos mais significativos de livro de artista no Brasil foi produzido por Nuno Ramos. A primeira edição de *Balada* foi produzida em 1995, com 300 exemplares. Trata-se de um objeto-livro formado por 896 páginas em branco, atravessadas por uma bala de revólver calibre .22. A resistência do papel faz com que o projétil fique alojado na altura da página 700, ponto calculado pelo artista para obter a combinação desejada entre papel e pólvora.



Figura 41 –
Interior de
Balada (Fonte:
website do
artista)



Figuras 42 e 43 –Interior de *Balada* (Fonte: website do artista)

Balada foi reeditado em 2015, 20 anos depois do seu lançamento inicial, em tiragem não informada. Embora esteja disponível para compra através do site da editora responsável, o preço do livro não é informado e se encontra “sob consulta” – ao clicar no link, o interessado é redirecionado para a página de contato com a editora. Isso nos leva à conclusão de que o valor deve ser elevado.

Outro exemplo interessante é *Como imprimir sombras*, de Waltercio Caldas. Produzido em 2012 e elaborado com exclusividade para a Carbono Galeria, trata-se de uma peça de acrílico moldado em forma que alude ao formato de um livro, com capa, lombada e quarta capa. Na porção central da peça, encontra-se gravado o título dela, remetendo também à localização de títulos em livros.



Figura 44 –
Como imprimir sombras (Fonte:
website do
Galeria
Carbono)

Figuras 45 e 46
 –Detalhes de
*Como imprimir
 sombras* (Fonte:
 website da
 Galeria
 Carbono)



Trata-se de uma edição esgotada, produzida numa tiragem de 40 exemplares. A obra é identificada pela própria galeria como um livro de artista, remetendo ao que já foi citado sobre a alusão ao formato livro ser um dos aspectos definidores de um livro de artista.

Silveira aponta, já naquela época, que existiam alternativas e possibilidades que transitavam entre o artístico e o industrial, ainda que reduzidas, de modo que “no livro convencional brasileiro experiências parecidas ou derivadas podem ser encontradas de forma diluída, possibilitadas pela proximidade do público produtor ou consumidor de arte” (p.138). Essas experiências surgem em publicações pequenas, artesanais, mas também podem aparecer em editoras, com produções grandes e livros com tiragens industriais. Assim, se o livro de artista realmente é, como apontado por Mirzoeff e Drucker, um produto do século XX, de que forma ele se apresentaria no século XXI?

Qual a influência de todas as novas tecnologias (não só as utilizadas para produzir livros, mas também aquelas que alteram e influenciam na nossa percepção do mundo) na concepção dos livros de artista?

Um dos maiores exemplos, que interessa grandemente a esta pesquisa por ser quem concebeu os objetos que serão trabalhados mais à frente, é a editora paulista Cosac Naify, reconhecida pela qualidade gráfica de seus produtos. Fundada em 1997 por Charles Cosac e Michael Naify, tinha, primeiramente, o intuito de publicar livros de arte e arquitetura de alto nível no Brasil. Este objetivo inicial é extremamente importante para entender por que, ao ingressar na publicação de prosa, a editora chamou tanto a atenção dos leitores. Ao se dedicar à publicação de livros de arte, a Cosac se habituou ao tratamento especial que deve ser dado aos atributos materiais desse tipo de livro. Assim, ao iniciar a publicação de livros de literatura e ciências humanas, destacou-se pela produção diferenciada que dispensava aos projetos gráficos de seus livros. Desde então, tem surpreendido a cada nova coleção pela inovação gráfica, seja somente nas capas ou também no projeto do miolo.

A primeira publicação da Cosac foi o volume *Barroco de lírios*, de Tunga, que contava com mais de dez tipos de papéis e 200 ilustrações. Desde então, a editora se expandiu, tornando-se referência na publicação de livros de arte; foi a primeira editora latino-americana a co-editar um título com o MoMA, de Nova York, e realizou parcerias com diversas instituições de ensino e de arte no Brasil e no mundo. Além disso, publicou livros de cinema, literatura, ciências sociais, design, arquitetura, moda e diversas outras áreas. Um de seus maiores destaques, descrito como “a menina dos olhos” da editora, é a publicação de livros “para crianças”: títulos que não são pensados como restritos para uma faixa etária restrita e englobam desde obras marcantes na literatura infantil até livros feitos por jovens escritores brasileiros.

Com um catálogo complexo, variado e ousado como esse, a Cosac Naify se estabeleceu por cerca de 20 anos no mercado editorial brasileiro, encerrando suas atividades no final de 2015. Ao longo dos seus últimos 10 anos de atividade, a editora publicou alguns livros que são de interesse dessa pesquisa justamente por se aproximarem do campo do livro de artista.

4.4 LEITURAS DE ALGUNS DOS LIVROS DA COSAC NAIFY

Uma coleção específica se destaca no catálogo da editora: a Coleção Particular. Formada por clássicos da literatura ocidental, traz apenas narrativas curtas trabalhadas por projetos gráficos que fazem parte da experiência de leitura, interferindo na experimentação do texto. A coleção conta com sete títulos, e, em todos, as configurações visuais e materiais do livro estão integradas ao desenrolar da trama ou ao estilo da narrativa.

A Cosac Naify introduziu no mercado editorial um diferencial essencial para esta pesquisa: enquanto a maior parte das editoras brasileiras trabalha em regime de freelance por demanda com designers responsáveis pelas capas e projetos gráficos, a Cosac tinha dentro da estrutura da editora o seu próprio departamento de arte. Dessa forma, a concepção dos projetos passava sempre pela mesma equipe, fazendo com que fosse criada uma unidade visual e conceitual na coleção.

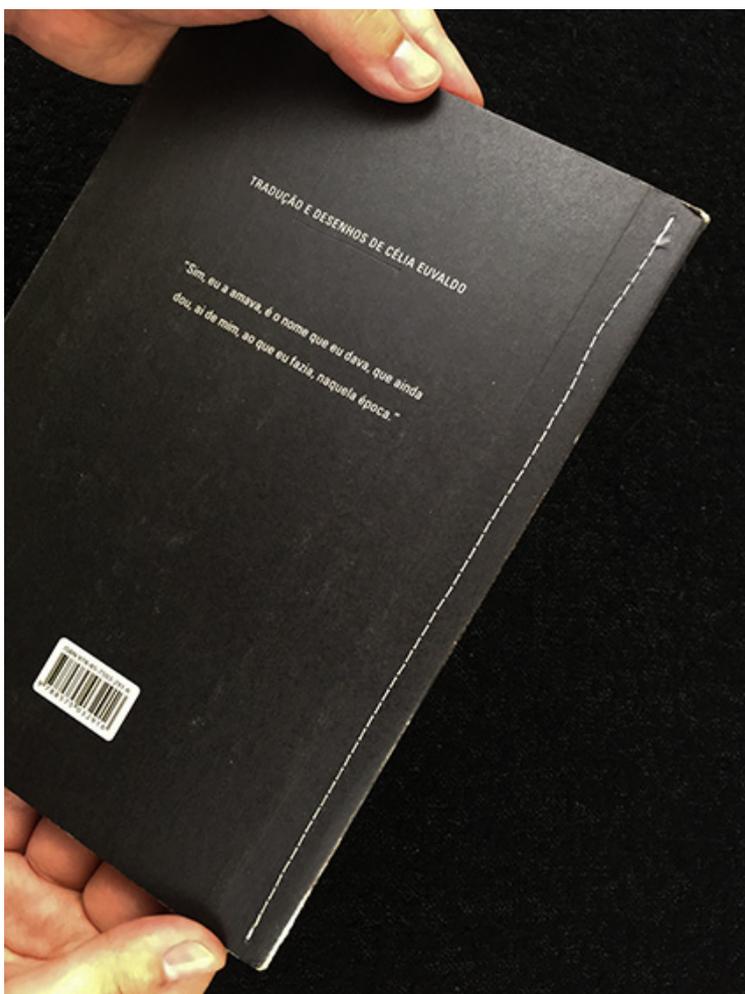
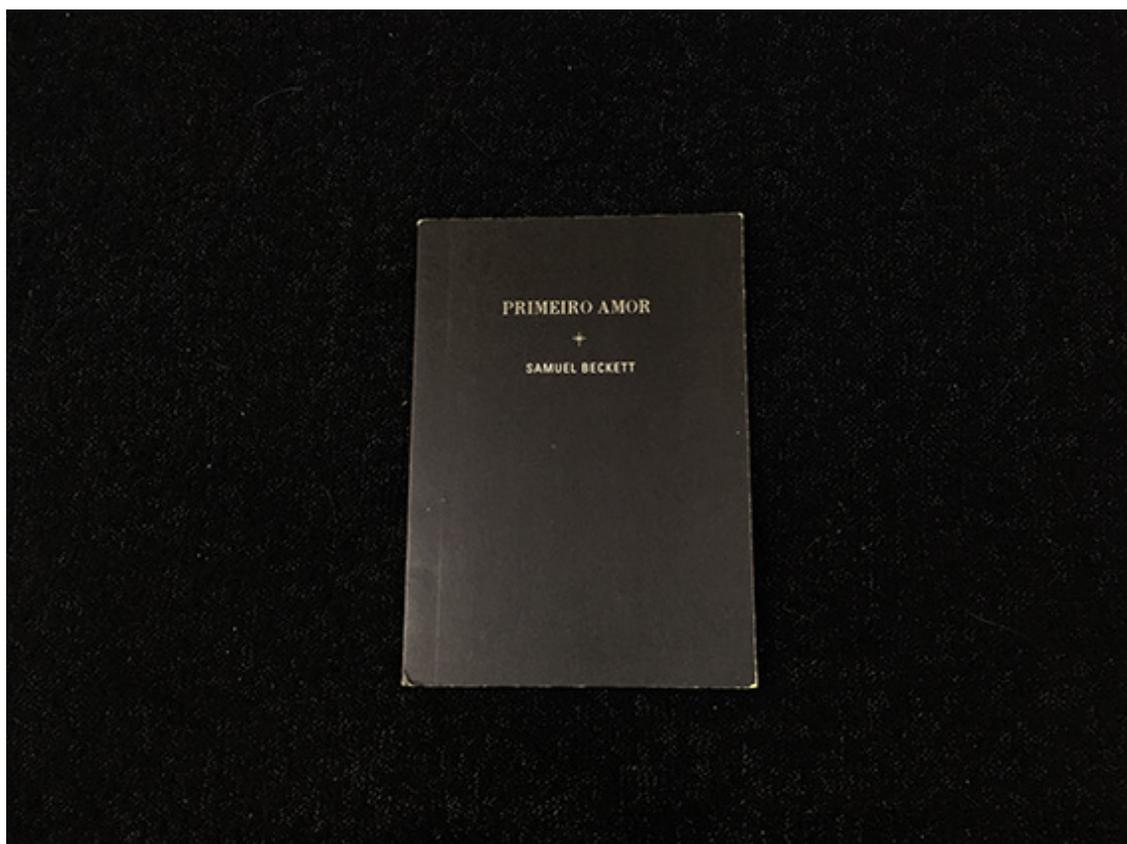
O processo de criação por trás dos projetos seguiu a mesma lógica: iniciava-se com a leitura e discussão do texto, seguida pelo levantamento de hipóteses para o projeto; a partir das ideias que surgiam, era feita a uma pesquisa de materiais e acabamentos em função da intenção do projeto e o levantamento de custos; então o projeto era adequado à viabilidade técnica e de disponibilidade de custos. Essas etapas passavam por várias idas e vindas até que se chegasse a uma equação final inovadora, adequada ao conteúdo e viável técnica e economicamente. O objetivo da editora ao projetar livros que não oferecem uma leitura tradicional era – nas palavras de Elaine Ramos, ex-diretora de arte da editora, em entrevista concedida por email – “tirar partido do livro como objeto” e “[f]azer do objeto também um discurso, um conteúdo, um diálogo com o texto, e não apenas um suporte neutro”. A boa repercussão e o bom desempenho comercial foram essenciais para que a coleção continuasse a ser publicada; da mesma forma, essa resposta positiva do público e do mercado mostrou que existia um leitor interessado não só em literatura, mas também em design e no prazer tátil de manusear uma edição experimental, um leitor “aberto à subversão do hábito”. Ao focar no material e nas propriedades físicas do livro na elaboração dos projetos, e assim criando obras que não podem ser executadas em versões digitais sem que percam seu impacto pretendido, a editora oferece uma possibilidade alternativa de consumo para esses leitores. Não sendo o livro impresso a única maneira de se endereçar um conteúdo extenso de texto e/ou imagens já há algum tempo, para que ele possa “mobilizar toda a enorme cadeia produtiva

necessária para sua existência, é fundamental que ele tire partido do fato de ser um objeto, em todas as suas potencialidades”.

Tendo isso em mente, surgiu a Coleção Particular. O primeiro projeto dessa equação foi *Primeiro amor*, de Samuel Beckett; desde então, a editora continuou a procurar textos que pudessem se adequar ao perfil dos projetos: novelas curtas que rendessem edições experimentais, nas quais forma e conteúdo estabelecessem um diálogo estreito.

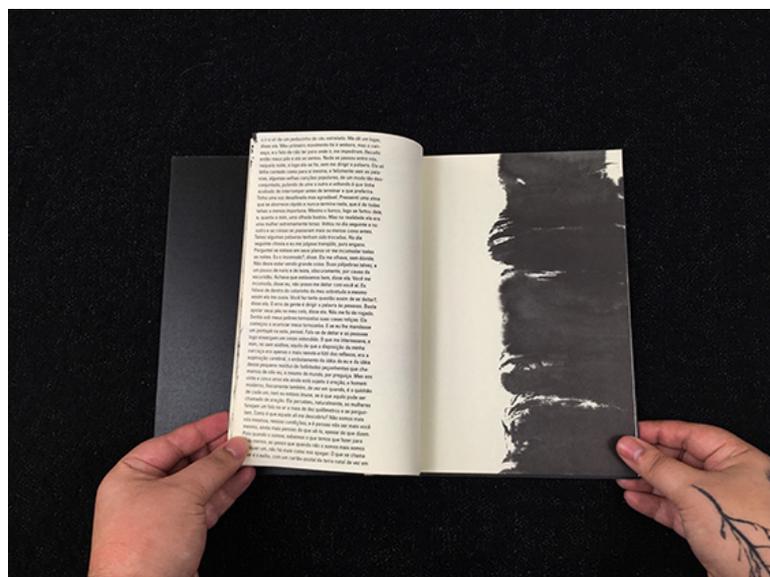
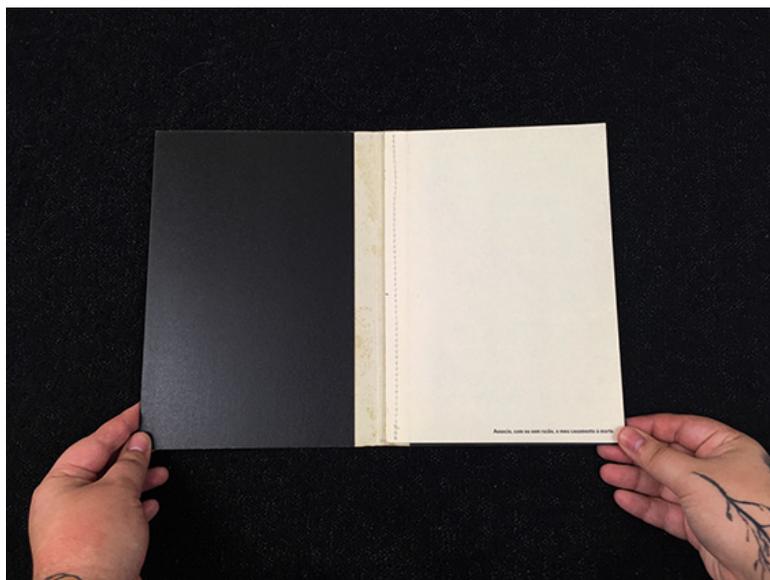
Os livros da Coleção Particular podem ser arranjados em duas distribuições diferentes. Se seguirmos a lógica cronológica de lançamento, a sequência ficaria da seguinte forma: *Primeiro amor* (2004), *Bartleby, o escrivão* (2005), *A fera na selva* (2007), *Zazie no metrô* (2009), *Flores* (2009), *Museu do romance da eterna* (2010) e *Avenida Niévski* (2012). No entanto, eles também podem ser sequenciados com base na radicalidade de seus projetos – ou, pensando nos termos de Silveira, em suas posições no espectro do livro de artista.

Uma das extremidades desse espectro abarca aqueles livros que se inserem de certa forma no conceito de livro de artista, mas o fazem de forma mais sutil, afetando pouco a experiência de leitura. São projetos ousados gráfica e visualmente, com escolhas interessantes no material utilizado para a publicação, assim como destoantes dos livros tradicionais na forma geral do livro. No entanto, quando o processo de leitura do texto em si vai ocorrer, ele não é impactado grandemente pelo projeto. Três dos livros da Coleção Particular podem se inserir nessa região do espectro.



Figuras 47 e 48
–Capa e detalhe
de costura
externa de *O
primeiro amor*

Figuras 49 e 50
 –Interior de *O primeiro amor*

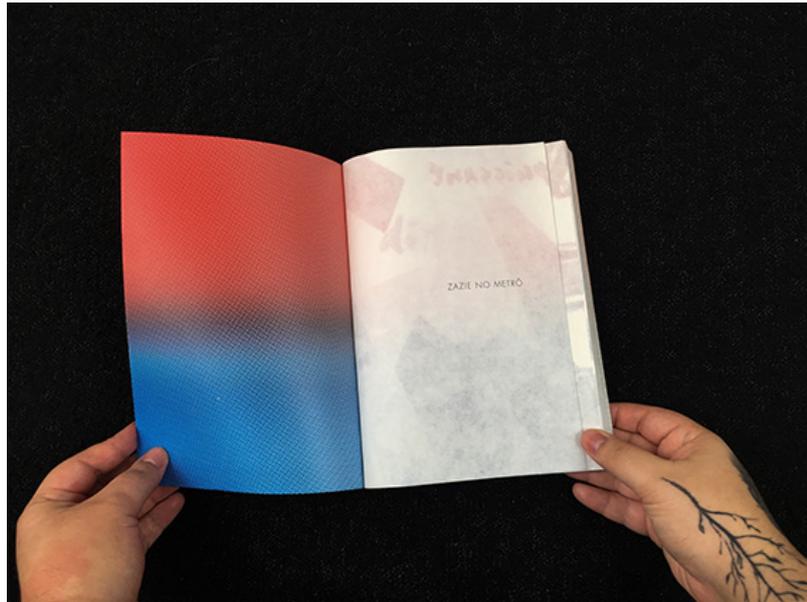


O primeiro estranhamento causado por *Primeiro amor* diz respeito às suas proporções. Seu tamanho geral difere do padrão utilizado pelas editoras por uma margem muito pequena (os livros tradicionais normalmente seguem a medida de 14cm de largura por 21cm de altura, enquanto o livro em questão apresenta 16,2cm por 22,9cm); inclusive, é comum que livros tradicionais também excedam esse tamanho devido ao número de páginas para equilibrar suas proporções: quando o livro é muito grosso, aumenta-se as proporções gerais para que haja uma equivalência geral. No entanto, apesar de apresentar medidas de largura e altura semelhantes a livros de mais de 500 páginas, *Primeiro amor* tem somente 32 páginas. Sua capa é feita de papel cartão duro, que não dobra facilmente, e com orelhas coladas ao próprio cartão, tornando a capa e quarta capa mais duras e firmes. Esse cartão teve sua textura ligeiramente imperfeita e de visual áspero mantida,

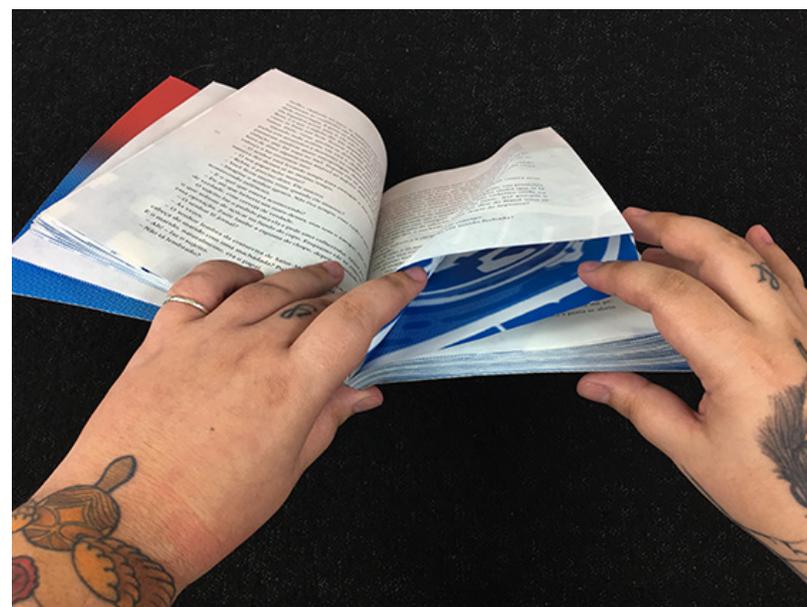
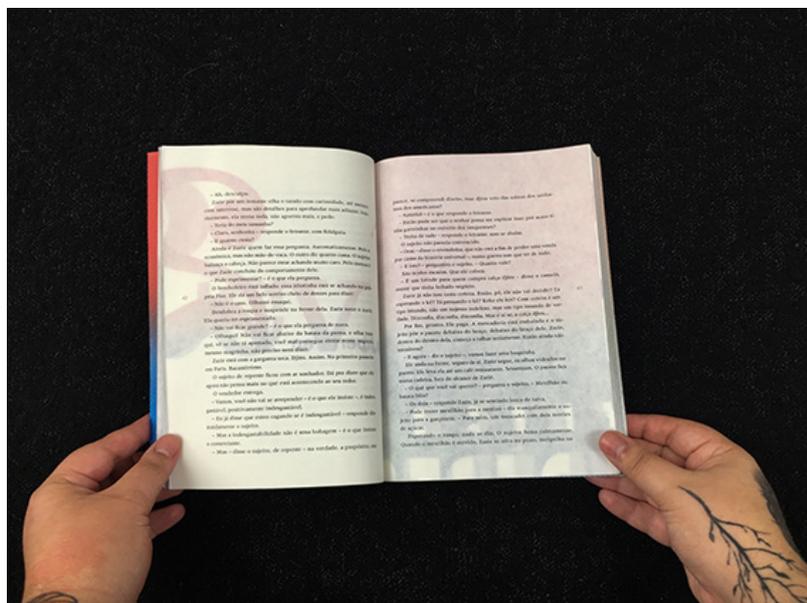
embora tenha sido aplicada sobre ele a cor preta. Na quarta capa, é possível ver e tocar a costura do livro, que pode ser percebida como não usual por estar aparente na quarta capa e não na lombada. Ao abrir o livro, vemos que, ao invés de ser constituído pela junção de cadernos de texto, as folhas foram posicionadas juntas, formando um único bloco, que foi costurado à quarta capa. Ali, na primeira página, o texto já se inicia, impresso em tipos pretos sobre um papel macio, suave e de coloração creme clara (Chamois fine dunas 67g/m², de acordo com sua ficha técnica). Ao passar as páginas, é possível notar que elas não passaram por refilamento, sendo páginas “duplas”. Em todas as páginas pares aparecem desenhos feitos por Célia Euvaldo, também responsável pela tradução do texto, que fica restrito à porção esquerda das páginas ímpares, com uma margem mínima e justificado à esquerda. Os desenhos das páginas pares por vezes “vazam” para as páginas ímpares, extrapolando as margens e ficando próximos ou sobrepostos ao texto. A leitura deste, no entanto, não sofre nenhum processo grave de interferência. O projeto gráfico de *Primeiro amor*, idealizado por Elaine Ramos, ficou em 3º lugar na categoria Editorial do 7º Prêmio Max Feffer de Design Gráfico.



Figura 51 –
Capa de *Zazie*
no metrô



**Figuras 52, 53
e 54** –Interior de
Zazie no metrô:
interior do
cartão e folha de
rosto, página
interna e detalhe
de folha não-
refilada



Ao contrário do livro anterior, *Zazie no metrô* não causa estranhamento com seu tamanho. O primeiro elemento que chama a atenção nele são as cores: palavras e ícones em vermelho e azul vivos sobre fundo branco. O lado interno do cartão que forma sua capa e quarta capa é também tomado por essas cores, que se associam em um degradê half-tone. As páginas aqui também não passaram por refilamento, e é nelas que se encontra um detalhe importante sobre o projeto: impressas sobre papel-bíblia, elas guardam dentro de cada não refilamento impressões de fragmentos de cartazes da época em que o livro se passa. As impressões internas em um papel tão fino quanto o Op Opaque 37g/m² faz com que elas apareçam por trás do texto, como sombras ou fantasmas de uma época passada. O projeto gráfico, criado por Elaine Ramos e Maria Carolina Sampaio, foi vencedor na categoria Projeto gráfico do prêmio 50 books/50 covers, do American Institute of Graphic Arts.



Figuras 55 e 56 –Invólucro de *Flores*



Figuras 57 e 58
–Conteúdo do
pacote de
Flores e interior
do livro

Dono da apresentação mais radical dos três livros do espectro menos radical da Coleção particular, *Flores* é um livro sem capa. É oferecido ao leitor em um invólucro de plástico, transparente na frente e metalizado atrás. Dentro dele, o que temos é um livro que foi usurpado de sua capa: a costura, tradicional e feita em cadernos, está exposta; o texto da orelha aparece em uma folha separada do resto do livro; a primeira imagem que vemos é a folha de rosto. Por dentro, o projeto é simples, mas também dialoga como o texto: formado por narrativas curtas que narram fragmentos das vidas solitárias de seus personagens, a solidão e isolamento é refletida na diagramação de cada texto, que são

distribuídos um por cada página dupla, isolados no centro delas. As responsáveis pelo projeto gráfico também são Maria Carolina Sampaio e Elaine Ramos.

Se afastando do espectro menos radical dos livros de artista, encontramos livros que aumentam a interferência e impacto do projeto gráfico na experiência de leitura, embora ainda não exijam do leitor uma ação mais contundente no manuseio do livro e na forma como este precisa chegar até o texto. Assim, a experiência de leitura é afetada de forma moderada, com maior experimentação, mas ainda não podendo se encontrar no outro extremo do espectro.



Figuras 59 e 60
–Capa e folhas
sem refilamento
de *Museu do
romance da
eterna*



Figuras 61 e 62 –Folha de guarda e interior de *Museu do romance da eterna*



Ali se encontra *Museu do romance da eterna*. Com formato mais compacto, e dimensões de 12,6cm por 19,5, o livro não possui cores chamativas na parte externa: sua capa, rígida, é coberta por um roxo desbotado, escurecido ainda mais pelo texto impresso em preto em toda a sua superfície. O conteúdo desse texto é interessante porque reconhece o livro como objeto de consumo:

Como a circulação de capas e títulos se deve às vitrines, bancas de jornal e anúncios, o Leitor de Capa, Leitor de Porta, Leitor Mínimo, ou Leitor Não Conseguído, tropeçará finalmente aqui com o autor que o levou em consideração, com o autor da capa-livro, dos Títulos-Obras. Calcula-se cem leitores de capa para um de livro; títulos-textos e capas-

livros não erram leitor; são a única esperança de um grande raio de ação da brilhante Literatura, na maioria das vezes a guardada e secreta Literatura. E considero que O leitor alcançado deve ser o título do Título que estamos apresentando de nosso romance, pois um primeiro fato já acontece em sua capa, onde o Leitor Mínimo é completamente alcançado pela única coisa que mesquinhamente os livreiros leram: a capa, a única coisa que é editada na maioria dos livros.

Ao abrir o livro, é possível ver que suas folhas de guarda também são tomadas por textos: impressos em tipos pretos sobre fundo laranja, a primeira contém um texto de apresentação sobre a obra, enquanto a outra conta com um texto sobre o autor. A diagramação que aparece nas folhas de guarda é similar àquela usada em revistas, com o texto organizado em colunas, trechos destacados em fontes maiores, pequenos quadros de fundo diferente. Essa diagramação se repete ao longo do texto, embora de forma diferente: contidos em margens, os trechos de texto parecem ter sido colados para formar a organização final do livro. A ideia de retalhos e de incompletude de um processo, tão presente no livro (que foi escrito de 1904 até a morte do autor), também reflete no refilamento incompleto e descuidado das páginas. O projeto gráfico foi criado por Elaine Ramos.

Nos aproximamos agora do ouro extremos do espectro dos livros de artista. Encontramos aqui os livros da Coleção Particular que se entendem mais completamente como objetos, como matéria, como produtos culturais e de consumo. São livros que apostam não só na ousadia visual, mas também desafiam o leitor a interagir com o objeto que tem em mãos para poder obter acesso ao texto; obrigam o leitor a mudar a posição do livro, a recorrer a iluminação extra e até mesmo a destruir (ou injuriar, recorrendo ao termo de Silveira) parte do livro para que ele possa ser de fato experienciado.

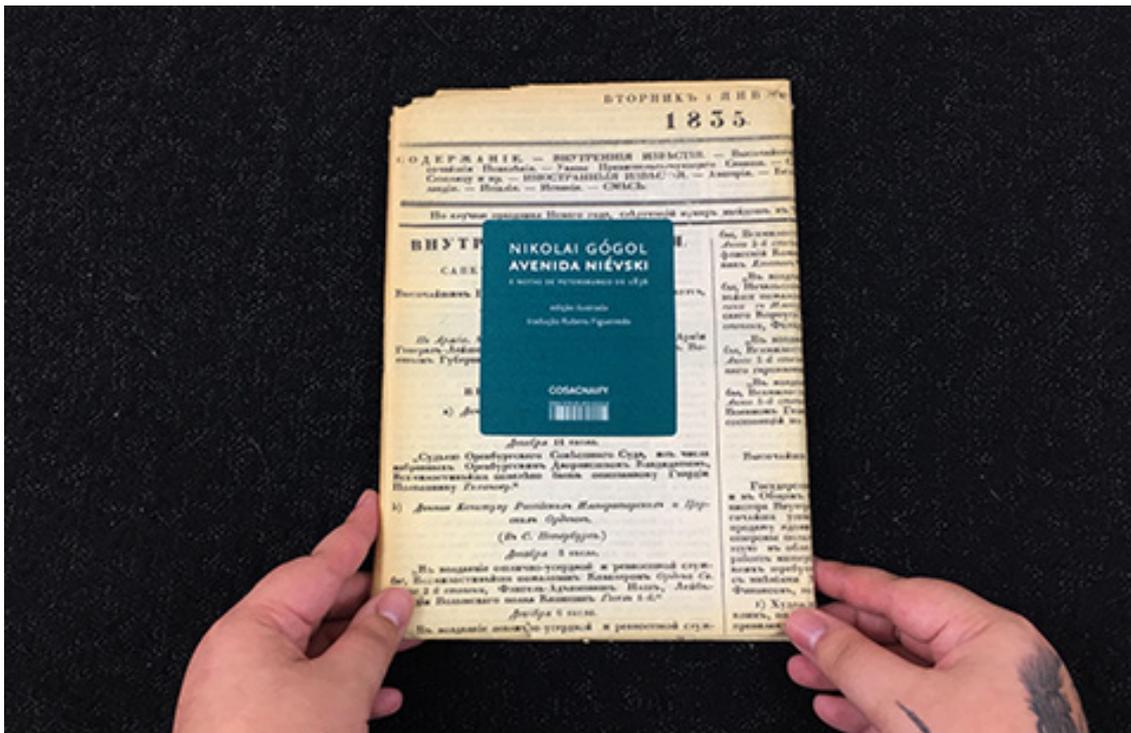
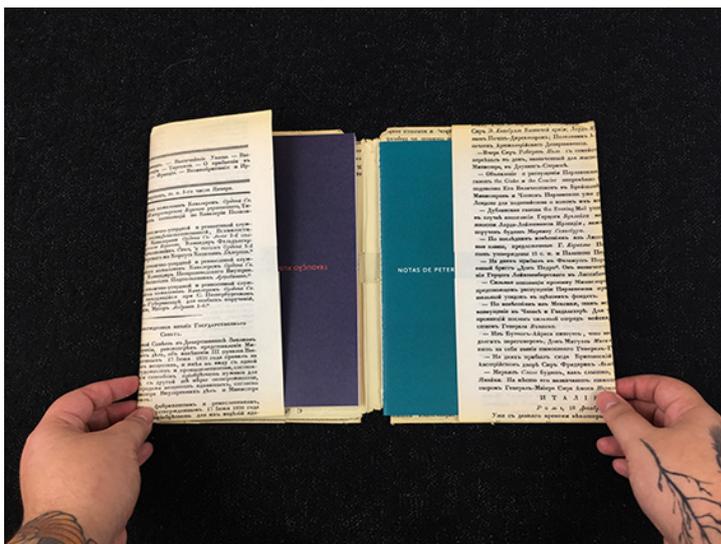
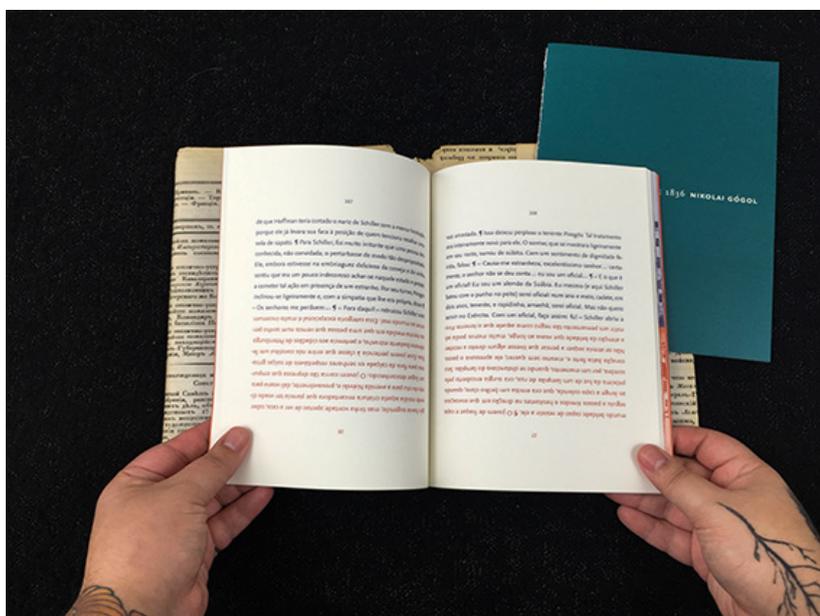


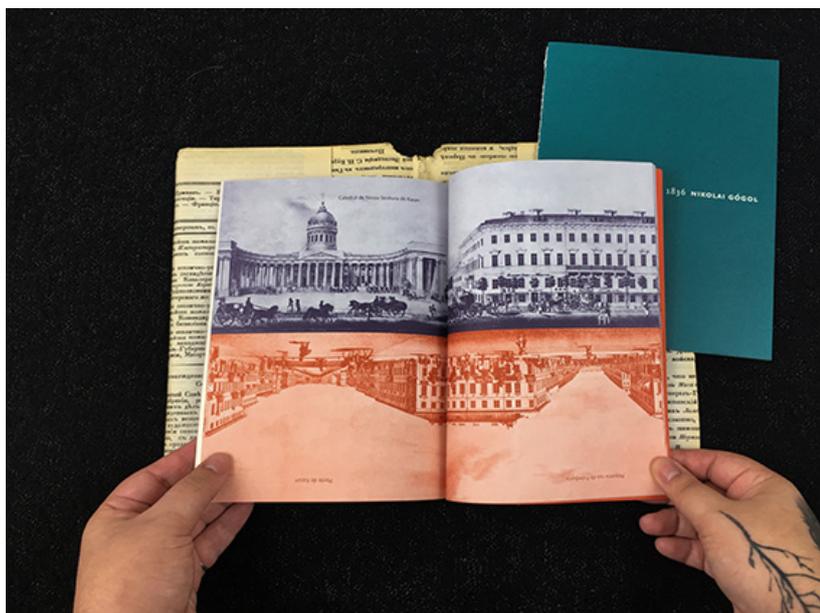
Figura 63 –
Capa de
Avenida Niévski



Figuras 64 e 65 –
Detalhes de
Avenida Niévski



Figuras 66, 67 e 68 –
 Detalhes do interior de
Avenida Niévski

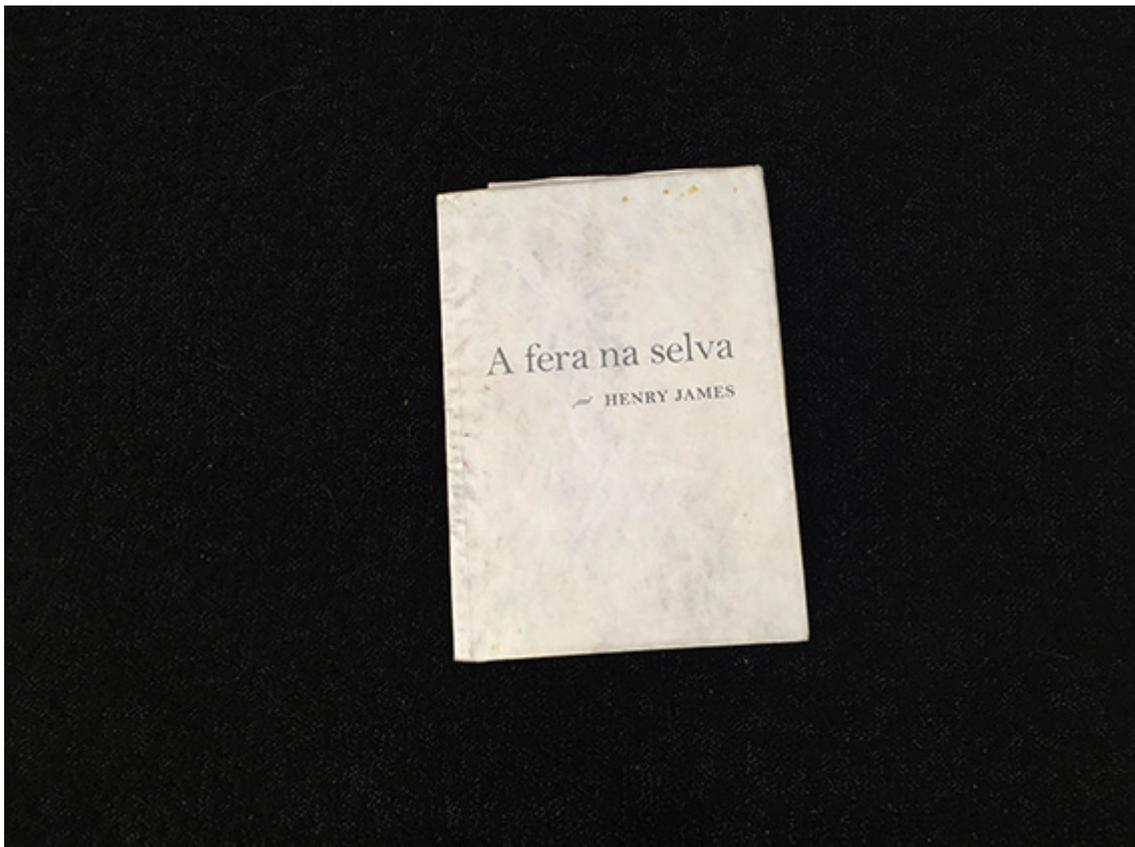


O projeto de *Avenida Niévski* é um enigma à primeira vista. O invólucro do livro é uma folha de jornal envelhecida, sobreposta por um adesivo de um verde apagado que informa os dados do livro em uma fonte seca, sem serifa. O jornal é um exemplar do periódico “Sanktpeterburgskii Vdomosti”, datado de 1º de janeiro de 1835. Ao desdobrar o embrulho, nos deparamos com dois volumes: de um lado, um pequeno encarte, composto por papel de gramatura similar ao papel cartão, ou seja, menos maleável, e com a lombada costurada por fora em linha branca. Composto em papel Munken Pure Rough 100g/m² da mesma tonalidade, um teal escuro, trata-se de uma crônica do mesmo autor do livro. Do outro lado, temos um volume mais grosso, com acabamento mais próximo a uma edição tradicional: sua costura não é exposta, e os cadernos são colados à capa, formando uma lombada. O cartão usado aqui tem um tom de roxo fechado, e no seu centro estão o título do conto, “Avenida Niévski”, e o nome do autor. Eles estão dispostos em um esquema que irá se repetir durante o livro: enquanto o título não apresenta nenhuma configuração diferente do usual, o nome do autor está de cabeça para baixo, disposição que chama a atenção e prenuncia algo que veremos nas páginas internas. Ambos os volumes possuem a altura média de um livro tradicional. Ao abrir o livro, nos deparamos, de um lado, com a contracapa, de um laranja bem forte, se destacando no esquema de cores apresentado até então. A primeira página apresenta duas fotografias: a de cima possui tons laranja e, no canto superior esquerdo, há, em caixa alta, os dizeres “PANORAMA DO LADO ESQUERDO DA AVENIDA NIÉVSKI”. No lado oposto, a legenda da foto mostra do que se trata a imagem: “Praça do Palácio”. Para ver melhor a imagem de baixo, é preciso girar o livro 180 graus. Nela, que aparece em tons de roxo, consta a legenda “Praça Isákiev - Almirantado”. Este esquema se repete pelas 29 páginas iniciais. Na última página, temos a perspectiva oposta: na figura da parte de baixo temos os dizeres “PANORAMA DO LADO DIREITO DA AVENIDA NIÉVSKI”.

As imagens fazem parte da coleção de litogravuras denominada “Panorama Nievskovo Prospiekta”, de I. Ivánov e P. Ivánov, feitas a partir das aquarelas de Vassíli Sadonovnikov. Elas retratam a Avenida Niévski de ponta a ponta, de forma que, ao seguirmos pelas páginas em que elas são representadas, é como se andássemos pela avenida, sendo um lado representado pelas litogravuras em laranja e outro, pelas em roxo. O projeto gráfico, assinado por Elaine Ramos e Gabriela Castro, constrói o livro como um objeto capaz de transportar para o lugar e tempo em que o conto se passa. É essa a sensação que temos ao caminhar pelas primeiras páginas, preenchidas com as litogravuras. Ao entrar na primeira página de texto, seguimos o mesmo ritmo proposto

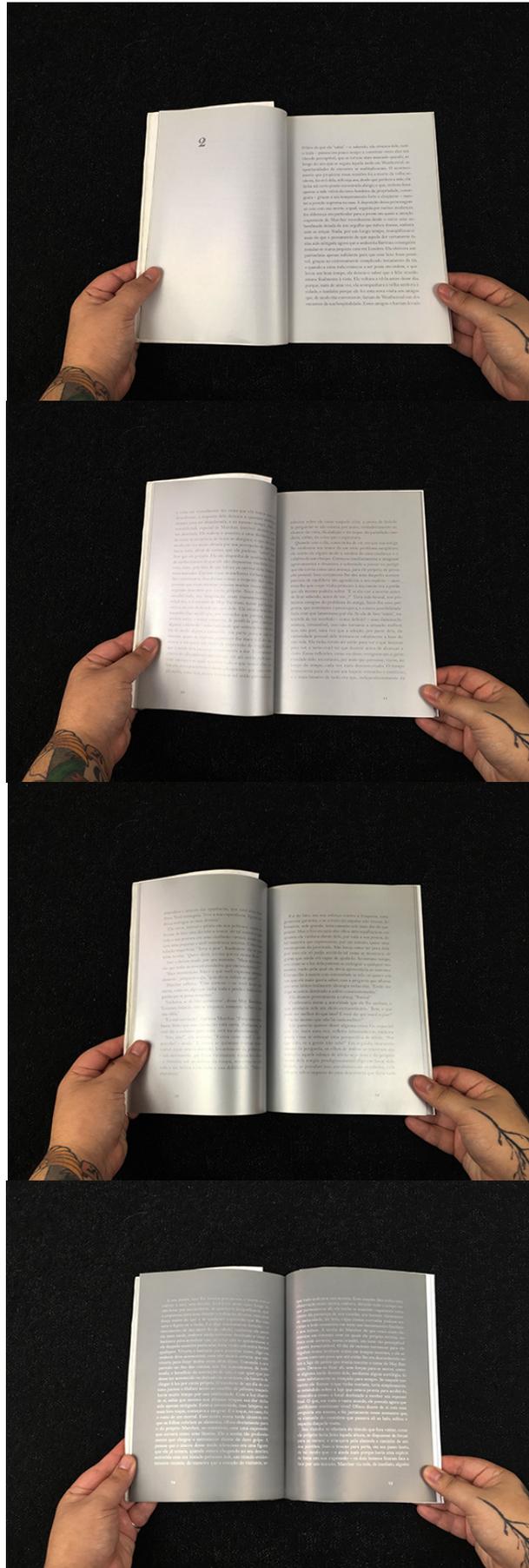
pelas litogravuras: da mesma forma que, antes, tínhamos os dois lados da avenida espelhados, agora temos dois blocos espelhados de texto. Eles seguem o fluxo da avenida, de forma que se começa a ler o texto na primeira página após as páginas de imagens, ou seja, do lado esquerdo da avenida, e segue-se no bloco superior por todas as páginas; ao chegar ao final deste bloco, vira-se o livro 180° para continuar a leitura normalmente, até o fim do texto, que é exatamente na mesma página onde ele começa. Um detalhe curioso que mostra como o projeto gráfico do livro é pensado nos mínimos detalhes está na diagramação: não há um parágrafo sequer no texto, mas isso não quer dizer que ele é contínuo. Cada vez que temos um parágrafo no texto original, nesta edição nós vemos o símbolo “¶”, que indica paragrafação - desta forma, o parágrafo está lá, mas sem promover uma quebra no ritmo de leitura, de modo que o fluxo da avenida é mantido.

Em entrevista ao blog de design gráfico Sobrecapas, a designer Elaine Ramos afirmou que o intuito, ao embrulhar os volumes em jornal, era de justamente presentificar a época do livro, já que “as pessoas de fato embrulhavam coisas em jornal” (RAMOS, 2012). Desta forma, as configurações gráficas do livro se integram ao texto, de modo que o leitor é exposto a uma experiência diferente de leitura.



Figuras 69 e 70 – Capa (acima) e detalhes do interior da capa de *A fera na selva*

**Figuras 71, 72, 73
e 74** – Sequência
de páginas
mostrando a
alteração na cor
do papel e da
tipografia em *A
fera na selva*



Um processo de leitura árduo e instigante acontece na edição de *A fera na selva*. A capa é composta por um material suave, macio ao toque e com textura similar à de um tecido; é branca, com efeito levemente cintilante que lembra a seda. O título e o nome do autor aparecem com o mesmo brilho, mas impressos em prata. Embora constituída por um material fino – de acordo com a ficha técnica, o papel se chama Tyvek Dupont 68 g/m²) –, a capa não é tão frágil porque, ao tocar nela, é possível perceber que possui mais de uma camada; trata-se de um pôster, uma imagem impressa na parte interna do material em tons de cinza e prata, dobrada de modo a formar a capa. O miolo do livro se inicia com um papel fino, branco, que permite enxergar o texto impresso do outro lado. A impressão das folhas iniciais é feita com tipos em um tom médio de cinza sobre esse papel branco; na altura do capítulo 2 do livro, o papel deixa de ser branco e se torna cinza claro, além de se tornar mais espesso, com os tipos escurecendo um tom; por volta do terceiro capítulo, as folhas se tornam ainda mais espessas e escura, com o tipos mantidos na cor anterior, de modo que o contraste entre a cor da página e cor do texto diminui significativamente; ao longo do texto, o papel segue se tornando mais grosso e escuro, e os tipos chegam a ser pretos em um momento. Nas últimas páginas do último capítulo, no entanto, as folhas atingem sua maior gramatura, bem como se tornam cinza-chumbo, ao mesmo tempo em que o texto passa a ser impresso em tipos prateados. Dessa forma, a realização física da leitura acompanha o processo de complexificação da narrativa, e a leitura das últimas páginas só consegue ser realizada com o posicionamento correto do livro com relação ao recebimento de luz. O projeto gráfico, concebido por Luciana Fachinni, utiliza papel couché fosco em cinco gramaturas diferentes, além do Paperfect 104 g/m², e ficou em 3º lugar na categoria Projeto gráfico do 50º Prêmio Jabuti.

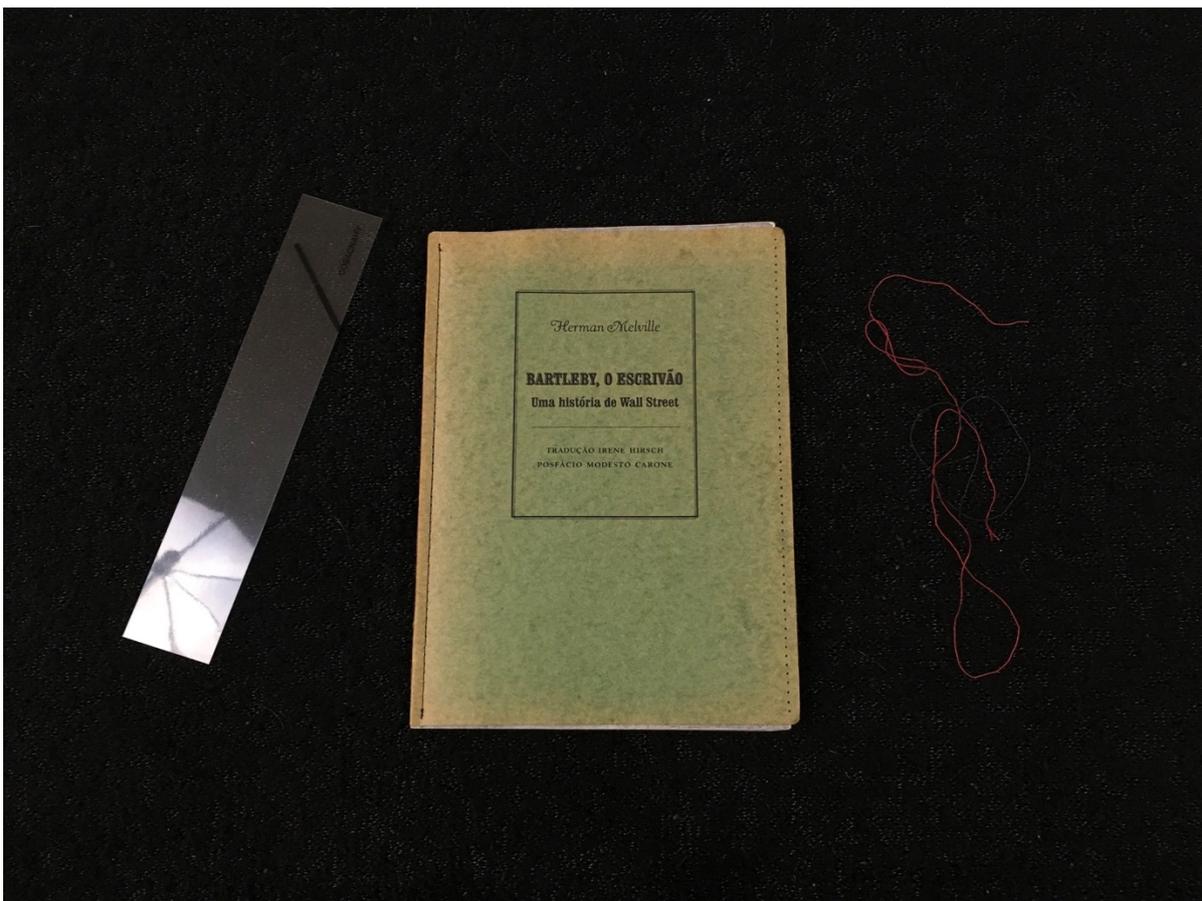


Figura 75 – Capa, faca de corte e linhas de *Bartleby, o escrivão*

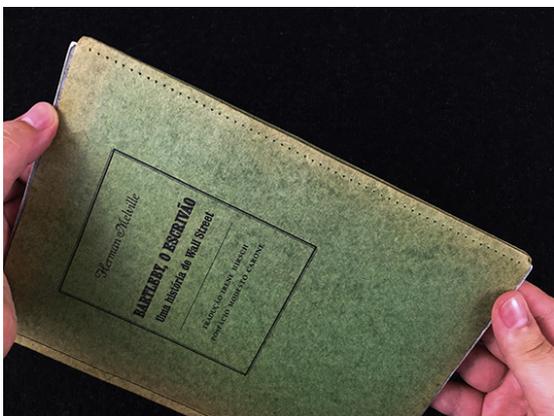


Figura 76 – Detalhe de costura da capa de *Bartleby, o escrivão*



Figura 77 – Interior de *Bartleby, o escrivão* (à esq.)



Figura 78 – Detalhe do processo de refilamento manual

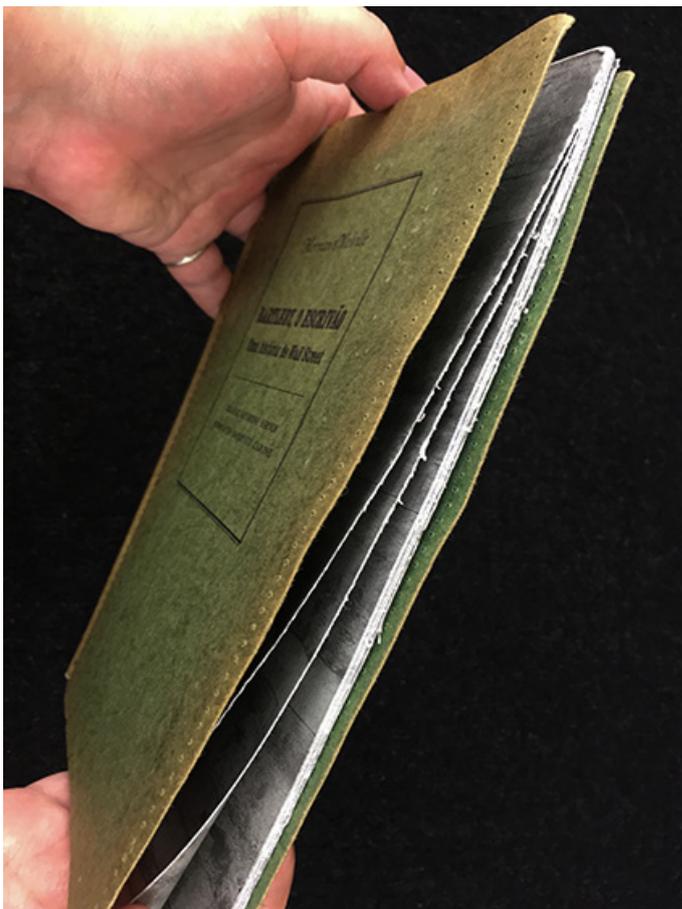


Figura 79 – Detalhe das páginas refiladas manualmente

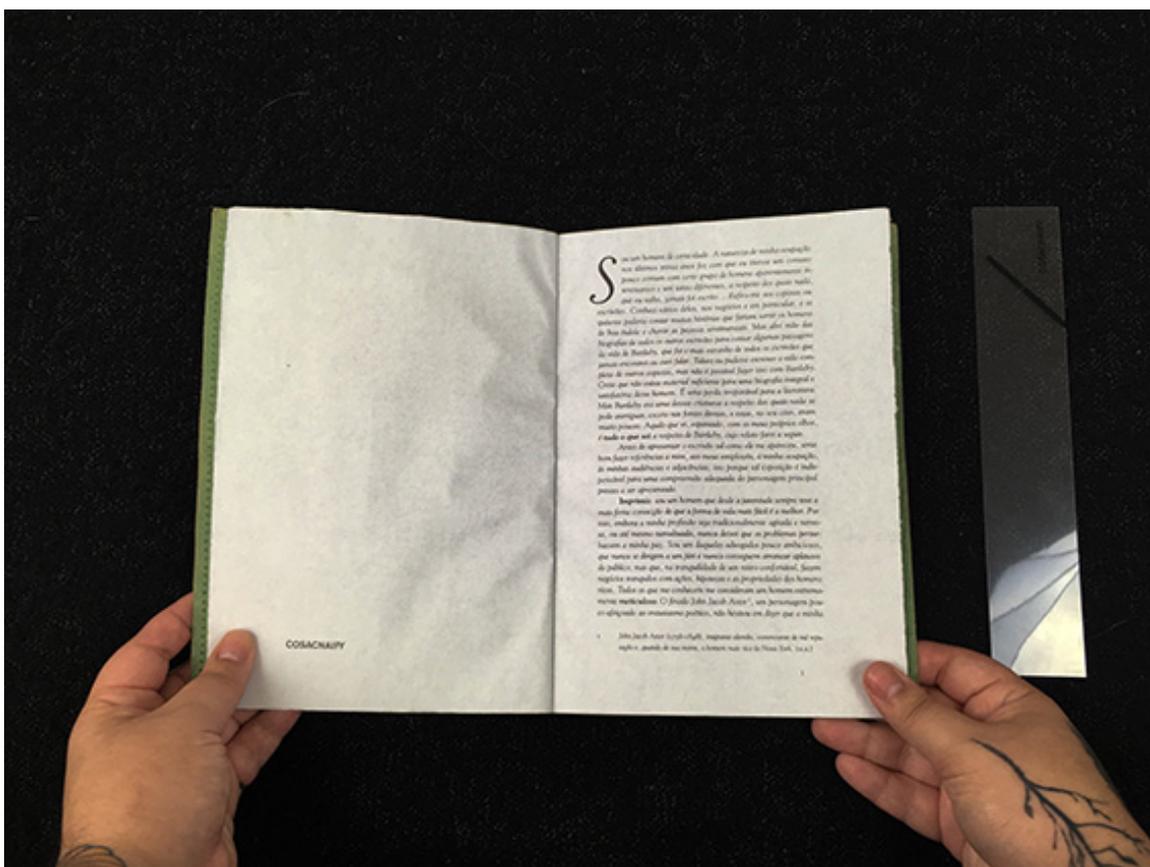


Figura 80 – Interior do livro após o refilamento manual das páginas

A edição de *Bartleby, o escrivão* vista de longe não chama muito a atenção, pois não traz cores ou imagens fortes na capa. Pelo contrário, à medida que nos aproximamos, é possível notar que a capa verde parece desgastada, com as bordas desbotando para um tom ocre, como se fosse um livro antigo esquecido na estante. O resto visível num primeiro momento – os outros elementos da capa, a quarta capa – também sugerem se tratar de um exemplar já utilizado e de longa data: a tipografia utilizada para o nome do autor tem alguns floreios e o título é grafado em tipos romanos vazados para simular alto-relevo, recursos comumente utilizados em capas clássicas e bem distantes do que se vê hoje em dia. O objeto chama a atenção por dois motivos: primeiramente, apresenta tamanho diferente do padrão 14x21; é um pouco maior e tem as dimensões 16,9 cm de largura por 22,8 cm de altura. Passado o estranhamento do tamanho do livro em nossas mãos, vemos uma linha que costura os cadernos de texto – e, ainda que não seja muito comum que essa linha esteja exposta na capa, ela está cumprindo sua função no exato lugar a que pertence. Mas, do lado oposto, há outra linha, costurando as bordas da capa junto à quarta capa e impedindo que o livro seja aberto. Assim, somos apresentados a

uma possibilidade de escolha: podemos escolher abrir o livro ou não. Entretanto, um livro que tem a aparência de antigo e está selado definitivamente tem potencial para despertar a atenção do leitor, que, quando termina o exercício de descosturar o livro e abre a capa de cartão verde rígido, encontra um muro. A primeira imagem que há nas páginas é um muro que toma toda a folha. Ao passar as páginas, entretanto, descobrimos que não se trata de uma imagem de abertura do livro, mas todas as páginas encontram-se cobertas pela mesma figura e não há qualquer texto à vista. No meio do livro, surge um instrumento de plástico parecido com um marcador de livros, com a logo da editora impressa. Um olhar mais atento descobre qual sua serventia: as páginas cobertas pelo muro são, na verdade, folhas duplas esperando que usemos o instrumento como faca de corte para abri-las e, enfim, revelar o texto. É só depois de refilar todas as páginas que o leitor pode finalmente ter acesso ao texto. O leitor é obrigado, portanto, a fazer escolhas a todo momento: descosturar ou não, refilar ou não – em suma, ler ou não ler. Ao possibilitar que essas escolhas sejam feitas (ou não) pelo leitor, o design gráfico projeta no leitor o próprio Bartleby, que escolhe preferir não fazer o que lhe é pedido. Há também uma lógica de recompensa nesta edição: a cada escolha positiva que o leitor faz, ganha algo em troca, até que, por fim, ganha o prêmio máximo, que é o texto. Assim, o contato do leitor com o livro e a inserção daquele neste são maximizados pelo projeto gráfico do livro, que investe nas sensações. O projeto foi criado por Elaine Ramos e ficou, juntamente com *Primeiro amor*, em 3º lugar na categoria Editorial do 7º Prêmio Max Feffer de Design Gráfico.

Os livros da Cosac Naify se encaixam, portanto, dentro do conceito de livro de artista, mas possuem alguns elementos que os diferenciam, de certa forma, dos outros que são abarcados por essa nomenclatura: são livros com tiragem média a alta (entre 2.000 e 10.000), fugindo da ideia de exclusividade ou raridade tão presente na maioria dos livros de artista; além disso, são pensados como produto, com um consumidor final específico em mente, mas, a partir do momento em que estão dispostos na livraria, ficam à disposição de qualquer pessoa. Por isso, chamá-los somente de livro de artista soa inadequado, pois é colocá-los numa categoria que não os abraça completamente. Daí a escolha em nomeá-los como livros de artista de larga escala: livro de artista do século XXI está mais conectado ao mercado editorial, se enxerga como parte da lógica de consumo cultural e tenta atingir cada vez mais pessoas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora essa pesquisa se utilize de livros da Cosac Naify e acredite que se trata de um exemplar significativo dos caminhos que a produção de livros de artista pode seguir, a editora encerrou suas atividades no final de 2015. Parte de sua equipe fundou a Ubu, que herdou diversos dos projetos da Cosac (incluindo *Bartleby*) e segue a linha editorial de publicação de livros de alta qualidade gráfica, com projetos inovadores e alguns livros de artista de larga escala. Surgiram nos últimos anos outras editoras com propostas parecidas, como a Lote 42 e a Nano Editora. No entanto, trabalham em escala bem menor do que a Cosac, por terem um capital menor a ser investido nos livros.

O mais interessante, no entanto, é pensar em como editoras como a Cosac, aqui no Brasil, e editoras similares em outros países acabaram por fazer parte de um momento de alteração dos paradigmas de consumo e interesse do leitor, influenciando na forma como os novos consumidores e leitores desejam consumir livros. São editoras que acabaram por re-moldar de certa forma o mercado editorial e a forma como ele lida com o trabalho gráfico no livro, reconhecendo que sua importância vai além da produção de capas atrativas e vendáveis, podendo também oferecer novas experiências de leitura e novas relações com o livro.

É importante pensar também que a dinâmica da crítica literária vem sendo alterada nos últimos anos. Se por um lado há uma longa tradição de crítica literária especializada, em geral associada à academia, sempre houve também uma crítica mais abrangente e acessível para os leitores não especializados, representada pela figura de jornalistas ou mesmo escritores que produziam peças críticas para publicações de grande circulação, como jornais e revistas. Nos últimos 20 anos, no entanto, esse cenário sofreu uma alteração considerável, resultado do processo de ampliação do acesso às novas mídias. Os primeiros atores nessa mudança foram os blogs. Por não precisarem passar por um crivo editorial, a avaliação feita pelos autores dos blogs não necessariamente precisava vir de uma pessoa com formação ou “autorização” para opinar sobre um livro ou autor. Assim, mais um grupo de críticos foi incorporado ao setor responsável pela legitimação e criação de reputação literária. Em um processo mais recente, iniciado em torno de 2005, surgiu um grupo ainda mais influente nesse meio. Fruto de uma geração mais ligada aos meios digitais, o booktube tem pouco mais de 10 anos de vida, mas já possui um impacto enorme. Trata-se de uma seção dedicada a canais literários no site Youtube, onde pessoas com ou sem formação especializada publicam vídeos relacionados à literatura. O impacto

do booktube traz consigo uma reflexão importante acerca do fato de que vivemos, hoje, uma cultura visual, de modo que o apelo de vídeos a boa parte do público consumidor é bem maior do que o de textos. Esse mesmo aspecto também influencia na popularidade dos Instagrams literários, contas dedicadas à postagem de fotos de livros, às vezes acompanhadas de críticas e resenhas, mas muitas vezes somente com apelo estético.

O nível de alcance desses meios é impressionante: diversos Instagrams literários (ou bookstagram) exibem número de seguidores na faixa de centenas de milhares. No Brasil, o maior canal literário atualmente é o Tiny Little Things, comandado por Tatiana Feltrin, que possui cerca de 300 mil inscritos. O resultado disso é que, hoje, boa parte das críticas literárias são, primordialmente, visuais – e, portanto, as escolhas gráficas de uma editora passam a ter cada vez mais impacto na performance daquela obra no mercado.

Em entrevista recente ao portal português Visão, ao ser perguntado sobre por que as pessoas ainda são tão agarradas às palavras, Mirzoeff afirma que, mesmo que as tradições sejam inventadas, elas possuem um enorme significado por serem a forma como as pessoas entendem seu lugar num mundo que muda de forma extraordinariamente rápida. Por termos incertezas sobre o futuro, acabamos nos agarrando a formas e ideias do passado por sua sensação de segurança. Mas o mundo hoje está mais visual do que nunca. Trata-se não só de um mundo que visualiza tudo, mas principalmente de um mundo em que tudo é visualizado.

Assim, os livros de artista de larga escala em suas mais diversas formas ao longo do espectro de livro de artista, que investem não só na visualidade, mas também na tactibilidade do livro, despontam como a forma mais atrativa de publicação hoje, assim como uma possibilidade de criação artística que se apropria de meios antigos para apontar novos caminhos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALEPH EDITORA. **Website**. Disponível em: <<http://editoraaleph.com.br>>. Acesso em: 18 out. 2018.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica** [online]. Disponível em: <<http://www.pgcult.ufma.br/wp-content/uploads/2017/06/Walter-Benjamin.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2018.

BERGER, John. **Ways of seeing**. London: Penguin Books, 2008. Disponível em: <<http://waysofseeingwaysofseeing.com/ways-of-seeing-john-berger-5.7.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

BLOOMSBURY. **Website**. Disponível em: <<http://bloomsbury.com>>. Acesso em: 9 fev. 2018.

CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design**. Aspectos da história gráfica, 1870–1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARDOSO, Rafael. **O design gráfico brasileiro – anos 60**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

CBL. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro – ano base 2016**. Disponível em: <http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2017/05/Apresentação_PesquisaFipe_Ano-Base-2016.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2017.

CBL. **Retratos da leitura no Brasil**. 4ª ed. Março, 2016. Disponível em: <http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2016/08/Apresentacao_Retratos_da_Leitura_2015.pdf>. Acesso em 17 jul. 2017.

CHARTIER, Roger. **A ordem dos livros**. Brasília: Ed. UnB, 1998.

CHARTIER, Roger (Org.). **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996

COSAC NAIFY. **Website** [desativado]. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20150323021709/http://editora.cosacnaify.com.br/Default/1/Cosac-Naify.aspx>>. Acesso em 18 jul. 2018.

DARKSIDE BOOKS. **Website**. Disponível em: <<http://darksidebooks.com.br>>. Acesso em: 18 out. 2018.

ÉDITIONS GALLIMARD. **Website**. Disponível em: <<http://gallimard.fr>>. Acesso em: 18 out. 2018.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **The state of food insecurity in the world**. Roma, 2014. Disponível em: <<http://www.fao.org/3/a-i4030e.pdf>>. Acesso em: 14 jul. 2017.

FRAGA, Cláudia Trevisan. **A construção da identidade das editoras pelas 1^{as} capas**. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação), PUC-SP, 2008. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/1/TDE-2008-06-18T06:15:15Z-5692/Publico/Claudia%20Trevisan%20Fraga.pdf>. Acesso em: 18 out. 2018.

HOMEM DE MELO, Chico & RAMOS, Elaine (Orgs.). **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

LE GOFF, Jacques. **Os intelectuais na Idade Média**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

INTRÍNSECA. **Website**. Disponível em: <<https://www.intrinseca.com.br/>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

LYONS, Martyn. **Le triomphe du livre**. Paris: Promodis, 1987

MARIZ, Ana Sofia. **Editora Civilização Brasileira: o design gráfico de um projeto editorial (1959-1970)**. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Design), PUC-Rio, 2005. Disponível em: <http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/biblioteca/php/mostrateses.php?arqtese=0310185_05_Indice.html>. Acesso em 14 ago. 2017.

MCDOWELL, Edwin. **Publishing's backbone: older books**. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1990/03/26/business/the-media-business-publishing-s-backbone-older-books.html>>. Acesso em: 19 jul. 2017

MILLER, Donald L. **Supreme City: How Jazz Age Manhattan Gave Birth to Modern America**. Simon & Schuster, 2014.

MIRZOEFF, Nicholas. **An introduction to visual culture**. London: Routledge, 1999.

MIRZOEFF, Nicholas. On visuality. **Journal of Visual Culture**, v. 5, n. 1, 2006, p.p. 53-79.

MIRZOEFF, Nicholas. **The visual culture reader**. London: Routledge, 2002.

NEWLANDS, Mariana. **Bibliomania no sistema literário**. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Estudos Literários), PUC-Rio, 2006. Disponível em: <http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0410436_06_pretextual.pdf>. Acesso em: 18 out. 2018.

PENGUIN UK. **Website**. Disponível em: <<http://penguin.co.uk>>. Acesso em: 18 out. 2018.

REIMÃO, Sandra. **Livros e televisão** – correlações. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

SILVEIRA, Paulo da. **A página violada**: da ternura à injúria na construção do livro de artista. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.

SENA, Cristina. “Governos petistas ampliam em mais de 200% o investimento em educação”. **Artigo online**. 11 ago. 2015. Disponível em: <<http://www.pt.org.br/governos-petistas-ampliam-em-mais-de-200-o-investimento-em-educacao/>>. Acesso em 14 jul. 2017.

SIMON AND SCHUSTER. **Website**. Disponível em: <<http://simonandschuster.com>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

THE NEW YORK TIMES. Children’s Books. **Archive**. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2006/10/22/books/bestseller/childrens-books.html>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

VISUAL EDITIONS. **Website**. Disponível em: <<http://www.visual-editions.com>>. Acesso em: 12 jul. 2018.

WATERS, Florence. **Penguin’s pioneering publisher** - who never read books. Telegraph UK. Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/7966424/Penguins-pioneering-publisher-who-never-read-books.html>> Acesso em: 17 jul. 2017.

WEBSTER, Paul. **The French connection**. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2000/jul/29/internationalwriting.paulwebster>>. Acesso em: 19 jul. 2017.