

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – COMUNICAÇÃO SOCIAL –
HABILITAÇÃO PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Design comunica:
o projeto gráfico nos livros da Cosac Naify

Luise Cristine Spieweck Fialho

Porto Alegre
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Design comunica:
o projeto gráfico nos livros da Cosac Naify

Luise Cristine Spieweck Fialho

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof^a Dr^a Ana Cláudia Gruszynski

Porto Alegre
2016

“O legado é o meu amor pelo Brasil”

Charles Cosac, 2015

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Renate, pelo amor incondicional e pelo suporte que me deste durante toda a vida e, em especial, nos últimos meses. Ao meu pai, Nívio, por teu amor, carinho e tranquilidade.

À minha tão amada família Doris, Caroline, Richard, Alexandre, Ruth, Ricardo, Aline, Eduardo, Thales, Adriana e Nicole. Vocês são meu chão.

À minha orientadora Ana, pela dedicação e generosidade.

Aos queridos amigos Guilherme, Kailã, Fernanda, Taciana, Ketelyn, Patrícia, Carolina, Bianca, Luiza e Ricardo, que me acompanharam até aqui e quero sempre por perto.

Vocês têm todo o meu amor e admiração. Muito obrigada.

RESUMO

A pesquisa aborda o papel do design na produção editorial a partir da editora Cosac Naify, que funcionou no período de 1997 a 2015. Tem como objetivo identificar as estratégias utilizadas pela editora no que se refere ao design de seus livros, a fim de refletir sobre o papel da forma material das edições como elemento fundamental da atividade editorial. Adota como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica para construção do quadro teórico e, juntamente com a pesquisa documental, esta auxilia no levantamento histórico sobre a Cosac Naify e seu editor, Charles Cosac. Realiza-se a avaliação qualitativa de edições exemplares publicadas: as coleções Portátil e Moda Brasileira e os livros Bonsai, de Alejandro Zambra, e Decameron, de Giovanni Boccaccio. Os resultados indicam que as fortunas familiares dos sócios Michael Naify e Charles Cosac permitiram à editora contrariar o usual do mercado, colocando a excelência do projeto sempre à frente de sua viabilidade econômica. A paixão de Cosac pelas artes materializou-se na Cosac Naify como forma de realizar um projeto de vida, sem assegurar fins lucrativos. Através do cuidado com cada elemento do projeto gráfico e seu conceito, o design dos livros marca o caráter inovador e ousado da editora e reflete a proposta editorial da Cosac Naify.

Palavras-chave: Cosac Naify; livro; mercado editorial; projeto gráfico; design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cadeia de suprimento do livro	28
Figura 2 – Subdivisão do formato A do papel.....	42
Figura 3 – Cores-luz primárias e a síntese aditiva.....	43
Figura 4 – Cores-pigmento primárias e a síntese subtrativa.....	43
Figura 5 – Diagrama de Villard de Honnecourt	45
Figura 6 – Grid de colunas	46
Figura 7 – Grid modular	46
Figura 8 – Anatomia tipográfica.....	47
Figura 9 – Classificação tipográfica	48
Figura 10 – Impressão offset	49
Figura 11 - Logotipo da editora Cosac Naify	52
Figura 12 - Assinatura secundária da editora Cosac Naify	53
Figura 13 - Avatar da Cosac Naify na plataforma issuu	53
Figura 14 - Aplicações do logotipo da Cosac Naify nos livros da editora	53
Figura 15 – Páginas do livro Barroco de Lírios, de Tunga.....	54
Figura 16 - Charles Cosac	59
Figura 17 - Os 6 primeiros volumes da coleção Portátil	63
Figura 18 - Segunda capa e falsa folha de rosto de O Africano, de Le Clézio.....	65
Figura 19 - Miolo do livro “O Africano”, de Le Clézio	65
Figura 20 – Box da coleção Moda Brasileira	67
Figura 21 - Coleção Moda Brasileira	68
Figura 22 - Detalhe das lombadas dos livros da coleção Moda Brasileira.....	68

Figura 23 - Páginas do miolo dos livros da coleção Moda Brasileira, em ordem.....	70
Figura 24 - Livros de Alejandro Zambra lançados no Brasil pela Cosac Naify.....	71
Figura 25 - Primeira e quarta capas de Bonsai	72
Figura 26 - Modelo de página capitular de Bonsai.....	73
Figura 27 – Modelo de página textual de Bonsai	74
Figura 28 – Marcas de corte no miolo de Bonsai	74
Figura 29 - Decameron, de Giovanni Boccaccio.....	76
Figura 30 - Exemplo de página capitular de Decameron	77
Figura 31 - Diagrama de Villard de Honnecourt aplicado ao miolo de Decameron	78
Figura 32 - Ilustrações no miolo de Decameron	78

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição percentual do preço de capa de um livro no Brasil.....	29
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Elementos pré-textuais de um livro	38
Quadro 2 – Elementos textuais de um livro	39
Quadro 3 – Elementos pós-textuais de um livro.....	39
Quadro 4 – Guia para análise das obras selecionadas	62

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 LIVRO: UM PRODUTO EDITORIAL.....	15
2.1 Surgimento, evolução e difusão do livro.....	15
2.2 Livro no Brasil	19
2.3 Papel do editor	22
2.4 Mercado editorial.....	26
2.4.1 A cadeia do livro.....	27
3 DESIGN: TRAMA ENTRE FORMA E CONTEÚDO.....	31
3.1 O papel do design	31
3.2 A atuação profissional do designer	33
3.2.1 O designer no meio editorial.....	36
3.3 O design dos livros.....	38
3.3.1 Papel e formato.....	40
3.3.2 Cor.....	42
3.3.3 Grid.....	44
3.3.4 Tipografia.....	46
3.3.5 Imagem	48
3.3.6 Impressão e acabamento.....	49
4 COSAC NAIFY: O DESIGN DÁ FORMA AO PROJETO EDITORIAL.....	51
4.1 Uma editora pensada para as artes	52
4.1.1 Charles Cosac, o editor.....	59
4.2 Edições exemplares.....	62
4.2.1 A coleção Portátil	63

4.2.2 A coleção Moda Brasileira.....	66
4.2.3 O livro Bonsai, de Alejandro Zambra.....	71
4.2.4 A edição de Decameron, de Giovanni Boccaccio	75
4.3 Discussão dos resultados	79
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	83
REFERÊNCIAS.....	85

1 INTRODUÇÃO

Os livros são a forma material através da qual se preservam e transmitem conhecimentos. Sua própria história diz muito a respeito da humanidade, quando, juntamente com o aumento dos índices de alfabetização, também o acesso aos livros e à informação se democratizou, deixando de ser de posse exclusiva das elites sociais e intelectuais. Neste cenário, conforme Araújo (2008), a editoração mostra-se de fundamental importância por seu cuidado com o conteúdo a ser publicado e seu suporte material, ambos sendo de igual importância.

Assim, o design, no meio editorial, mostra-se uma poderosa ferramenta de diferenciação e formação do valor de uma edição. Para Cardoso (2004) e Gruszynski (2008), o design é um mediador, sendo responsável por atribuir forma material a conceitos intangíveis. Numa realidade onde os livros fazem parte da indústria cultural (BENHAMOU, 2007), o valor agregado que o design oferece aos produtos mostra-se de fundamental importância.

Nesse sentido, a editora Cosac Naify, fundada em São Paulo em 1997, mostrou-se exemplar na produção de suas publicações. Inicialmente voltada apenas às áreas artísticas, com o tempo a editora passou a editar também títulos de humanidades e da literatura brasileira e mundial, tornando-se referência principalmente pelo cuidado dispensado a cada uma de suas edições. Em 2015, o editor Charles Cosac anunciou o encerramento das atividades da Cosac Naify. Cosac alegou que a editora estaria, muito em função das dificuldades financeiras pelas quais esta estava passando, se desvirtuando de sua proposta original. Para o editor, encerrá-la seria melhor que vê-la descaracterizada. Na escolha do tema

para a presente monografia, soma-se sua atualidade ao grande interesse da autora pelo mercado editorial e pelo design.

Este trabalho toma como objeto de estudo a editora Cosac Naify, considerando primordialmente o design de seus livros. O problema de pesquisa é: como a editora Cosac Naify se utiliza do design na produção editorial?

O objetivo da pesquisa é identificar as estratégias utilizadas pela editora Cosac Naify no que se refere ao design de seus livros, a fim de refletir sobre o papel da forma material das edições como elemento fundamental da atividade de produção editorial. Como objetivos específicos, procura-se (1) estudar a história do livro, (2) compreender o papel do design e sistematizar os principais elementos que caracterizam o design editorial e (3) identificar a utilização do projeto gráfico como ponte de diálogo entre as publicações de uma editora e sua proposta editorial.

A presente pesquisa procura contribuir para o entendimento do papel que o design desempenha no meio editorial, fator de especial relevância frente à digitalização dos livros e à crescente comercialização de *eBooks*. Neste cenário, o design se apresenta como fator diferencial e que agrega valor ao livro, permitindo a elaboração de um diálogo entre forma e conteúdo. O trabalho relaciona-se com outros desenvolvidos pelo Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD) da Fabico/UFRGS¹, que vem se dedicando a estudar o tema.

Como procedimentos metodológicos, adota-se a pesquisa descritiva bibliográfica e a documental. Conforme Fonseca² (2002 *apud* GERHARDT e SILVEIRA, 2009), a primeira vale-se da utilização de fontes como livros e artigos científicos; já a segunda, de outros materiais mais diversificados, como revistas, jornais, vídeos, documentos oficiais etc. Com base em conceitos e elementos sistematizados nos capítulos que constituem o referencial teórico da pesquisa, realiza-se a avaliação de edições exemplares produzidas pela editora, em uma abordagem qualitativa. Foram selecionados os livros da coleção Portátil, pela importante função social exercida pelo formato de bolso e pela notável quebra do padrão simples e econômico exercida pela Cosac Naify; os livros da coleção Moda Brasileira, premiada nacional e internacionalmente e representante do investimento da Cosac Naify em mercados de nicho; o livro *Bonsai*, de Alejandro Zambra, cujo projeto gráfico dialoga diretamente com seu conteúdo; e a edição do livro *Decameron*, de Giovanni Boccaccio, lançada em

¹ Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

² FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

homenagem aos 700 anos do nascimento do autor e representante da estratégia da editora de editar obras em domínio público.

O trabalho divide-se em cinco capítulos. Após a introdução, o segundo capítulo objetiva apresentar um panorama do surgimento e mudanças que sofreu o livro, considerando seus suporte e formato, até chegar à apresentação conhecida dias de hoje. Discorre também acerca do mercado editorial e, em especial, a respeito da figura do editor, central no processo de publicação. O terceiro capítulo, de início, conceitua o design, detendo-se em particular ao design gráfico, para então compreender como surgiu e se consolidou a profissão de designer e qual sua atuação no meio editorial. Ainda, aponta e caracteriza elementos que constituem o livro do ponto de vista de sua estrutura e projeto gráfico. No quarto capítulo, é apresentada a editora Cosac Naify e a trajetória desde sua concepção e fundação, em 1997, até o recente fechamento, anunciado em novembro de 2015. Este capítulo discute, a partir do referencial teórico levantado, o design das obras publicadas pela editora como elemento diferencial e único, que a caracteriza e conversa com sua proposta editorial. Por fim, o quinto capítulo faz um apanhado das considerações finais após a realização desta pesquisa.

2 LIVRO: UM PRODUTO EDITORIAL

Este capítulo apresenta um breve panorama da evolução do livro no Ocidente e em particular no Brasil, do surgimento dos primeiros formatos e suportes de escrita até os dias atuais, quando emerge o digital. Aborda o desenvolvimento de funções próprias da cadeia produtiva do livro, em especial a figura editor, tratando também do mercado editorial, suas dinâmicas e especificidades.

2.1 Surgimento, evolução e difusão do livro

O livro é, a princípio, suporte da escrita, e o termo “compreende tanto o material como a forma. [...] Os livros transmitem as informações por meio de escrita ou ilustração, ou ambos” (KATZENSTEIN, 1986, p. 114). Entretanto, essa definição, para Labarre (1981), mostra-se bastante limitada. Livro também remete à ideia da edição, ou seja, o desejo de preservar um texto e o esforço para difundi-lo através de sua publicação. Dessa maneira, o escrito torna-se público, e não mais privado.

Ainda, o livro deve ser manejável. Apesar de não ter sido originalmente assim, ver-se-á na sequência que, com o passar do tempo, sua produção cresceu e os livros se popularizaram devido a certos fatores. Para Chartier (1998, p.8), os livros enquanto objetos comandam, “se não a imposição de um sentido ao texto que carregam, ao menos os usos que podem ser investidos e as apropriações às quais são suscetíveis”. As obras, os textos, só existem a partir de sua realidade física; e, mais ainda, só existem a partir de um leitor para significá-los. Em um livro impresso, forma e conteúdo são indissociáveis. (THOMPSON, 2013)

Da Antiguidade até os dias atuais, o livro é objeto essencial para a conservação do conhecimento humano e sua transmissão para a posteridade. Seu histórico aponta uma função inicial fortemente ligada à religião, tendo sido utilizado por monges para que perdurassem os ensinamentos cristãos, de Confúcio e do Buda, como aponta Campos (1994). Nessa época, o ato de escrever era restrito a uma classe que gozava de prestígio e posições privilegiadas nas sociedades, como era o caso dos escribas no Antigo Egito, frequentemente procurados pelos sacerdotes para prestarem seus serviços.

Quanto à sua forma básica, pode-se dizer que o livro passou por poucas transformações. Segundo a obra de Labarre (1981), os primeiros suportes para textos escritos foram as pedras e a madeira, em forma de tábuas. Seguiu-se o rolo que, para os latinos, chamava-se *volumen*. O *volumen* era feito, num primeiro momento, de papiro; depois, seu material passou a ser o pergaminho. Pouco prático, esse formato exigia uma leitura contínua e sem consultas, demandando que seu suporte fosse enrolado de um lado ao mesmo tempo em que era desenrolado de outro.

Por volta do século II a.C., segundo Campos (1994), surge o códice, o livro quadrado. Seu início se deu através da dobra do papiro e das folhas de papel em quatro, ao invés do enrolamento, apesar do formato ter encontrado no pergaminho seu suporte adequado em função da possibilidade de se costurar o material em cadernos e escrever dos dois lados. O códice “acomodava mais texto, ocupava menos espaço, era mais fácil achar as referências, o transporte e a armazenagem eram mais baratos e a conservação mais simples” (KATZENSTEIN, 1986, p. 125). Outra vantagem foi a numeração das folhas e, posteriormente, das páginas. O códice de pergaminho só substituiria totalmente o *volumen* no mundo romano por volta do século II, e esse formato se mantém até os dias de hoje, em papel.

No que diz respeito aos suportes da escrita, o papiro foi o primeiro material usado para escrita por volta de 2800 a.C. no Egito. (KATZENSTEIN, 1986) Este era feito de fibras vegetais e uma folha de cada vez, emendando-se uma à outra para que se formasse um rolo de 20 folhas. O material, apesar de frágil, era muito durável. Campos (1994) afirma haver indícios do uso do papiro pelos romanos por volta do século IV a.C., importado do Egito.

Katzenstein (1986) supõe que o pergaminho, obtido através de pele animal, tenha sido usado para escrita por volta do ano 1200 a.C., na Palestina. Admite, também, que no século II a.C. tenha sido introduzido na cidade grega de Pérgamo um novo método de limpeza, esticagem e raspagem que tornou possível a utilização de ambos os lados da folha para escrever. Esta é uma vantagem notável do pergaminho em relação ao papiro, já que este último permitia a escrita em apenas um lado.

Já o papel, mais ou menos como o conhecemos, teve origem na China no ano 105. Atribui-se sua invenção ao funcionário do governo chinês Tsai Lun. Katzenstein (1986, p. 206) afirma que “o princípio de fabricação do papel já era conhecido muito antes”, apesar de alguns historiadores ainda considerarem que Tsai Lun o aperfeiçoou e popularizou. A introdução do papel na China é um evento importante, tendo sido um substituto econômico da seda e do bambu utilizados anteriormente no país.

Conforme Campos (1994), da China o papel se espalhou pela Ásia, entrou no Japão no século VI e substituiu o papiro no Egito ao longo do século IX. Os árabes, por sua vez, teriam aprendido sua fabricação na cidade asiática de Samarcanda, governada pelos turcos, em 751. Eles teriam sido os responsáveis pela introdução do papel através do continente africano na Europa, onde começou a ser produzido na Espanha na segunda metade do século XII. O processo utilizado era, em linhas gerais, o mesmo dos chineses mil anos antes. Sua difusão seria lenta devido ao alto índice de analfabetismo (que não permitia o aumento da demanda por livros), à qualidade do pergaminho (que ainda era muito superior à dos primeiros papéis europeus) e às sanções por parte da Igreja, que viam o papel como um material de origem muçulmana e judaica. A princípio apenas admitido para fins menos nobres, como cartas e rascunhos, o papel substituiu o pergaminho em sua totalidade somente em meados do século XV, com o advento dos tipos móveis.

Os suportes da escrita foram passando, ao longo das décadas, por diversas tentativas de aprimoramento. As civilizações da Antiguidade usavam frequentemente os mesmos materiais e técnicas, estando entre estas as práticas de branqueamento e alisamento. O branqueamento “não somente torna a escrita mais legível mas também impede que a tinta escorra”. (KATZENSTEIN, 1986, p. 126) Sua provável origem é no Egito, onde passou-se a revestir as superfícies de escrita com uma camada de gesso. O pergaminho dispensava essa técnica, por ser naturalmente branco. Hoje, o papel é branqueado quimicamente. Já o alisamento das superfícies, nascido de técnicas arquitetônicas egípcias, é essencial para escrever e a ideia foi adotada universalmente.

Ainda segundo Katzenstein (1986), é significativo o fato de que todas as civilizações, do Oriente à América Latina, tenham escolhido as cores preta e vermelha para escrever as letras. A escolha do preto se deve ao alto contraste contra a superfície branca, tendo sido produzido na China, Egito, Grécia e Bizâncio a partir do negro-de-fumo como matéria prima. O vermelho, sendo a cor do sangue, presumivelmente possui significado universal, considerado por sociedades tribais como símbolo da vida.

Já a arte da decoração de livros, segundo Campos (1994), vem desde os gregos. Tendo o copista concluído seu trabalho, o manuscrito era encaminhado aos decoradores. O pergaminho propiciou melhor suporte aos artistas para o desenvolvimento da ilustração, que aparece em grande escala a partir do século VI. Surge assim a figura do miniaturista ou rubricador,

encarregado de desenhar as letras maiúsculas, as iniciais dos diferentes parágrafos ou capítulos, cujos espaços o copista deixara livres, decorando-lhes o interior com arabescos, floreios e volutas, a princípio na cor vermelha [...] Posteriormente as maiúsculas foram aumentadas, tornando-se a decoração mais complexa, mais rica em cores. (CAMPOS, 1994, p. 149)

O livro seguia, então, ao encadernador. Essa arte só se tornou possível quando o livro tomou a forma de códice. Chapas de madeira amarradas por duas tiras de couro seriam as primeiras capas duras e, no século V, chapas de ouro e prata cobertas de pedras preciosas apareciam com frequência.

Dada toda essa evolução e aprimoramento, em meados do século XVI os livros já haviam adquirido o formato que conhecemos hoje, segundo Labarre (1981). Inicialmente, as tiragens eram muito pequenas, porém certos acontecimentos históricos permitiram tanto o seu aumento quanto a ampliação do público leitor. Em 1798, o papel passa a ser fabricado mecanicamente, e o aperfeiçoamento definitivo da imprensa no início do século XIX foi um dos fatores que possibilitou a produção em maior escala de objetos impressos, como livros, jornais e revistas.

A Revolução Industrial ocorrida na transição entre os séculos XVIII e XIX foi, talvez, a maior facilitadora do processo de produção e distribuição dos livros. Além de agilizar o processo de produção, esta permitiu o escoamento dos produtos finais. Assim, os editores da época não se limitavam mais aos conglomerados próximos das grandes cidades onde atuavam. Concomitante a tudo isso, ocorria o aumento do número de leitores, possibilitado pelo acesso mais amplo à alfabetização.

Os livros de bolso também desempenharam um papel importante na difusão do livro. Surgidos na Inglaterra em 1935 com a Penguin Books, “sua tiragem raramente é inferior a várias dezenas de milhares de exemplares, e o preço nunca excede o salário de uma hora de trabalho”. (LABARRE, 1981, p. 103) Esse formato extrapola as vendas em livrarias e vale-se de outros canais de distribuição, como cadeias de lojas, bancas de jornais, farmácias e estações ferroviárias. Em 1939, ano em que se inicia a Segunda Guerra Mundial, a brochura em formato de bolso foi relançada nos Estados Unidos e milhares de exemplares foram remetidos aos soldados em batalha.

Nos dias atuais, após séculos de existência em seu formato impresso, o livro de papel se vê confrontado por uma nova forma de apresentação: o livro digital. Já em 1981 (p. 103), Labarre foi capaz de atestar que “o desenvolvimento das técnicas e dos meios de comunicação audiovisuais é geralmente considerado como uma concorrência séria para o livro e talvez fator de uma mutação eventual da sua forma”. Furtado (2006) retoma os pensamentos de Chartier³ (2002) ao apontar que muitas das categorias através das quais nos relacionamos com a cultura escrita ao longo da História estão a alterar-se com o advento do texto eletrônico, que é ao mesmo tempo uma revolução da técnica de produção e de reprodução dos textos, do suporte da escrita e das práticas de leitura.

Se a legibilidade em telas de computador é extremamente comprometida e cansativa, os *eReaders*⁴ e sua *E Ink*⁵ surgem como uma tentativa de reproduzir o mais fielmente possível a leitura em papel. Em 2007, a Amazon, empresa norte-americana de comércio eletrônico, lançou o Kindle, aquele que seria o primeiro do segmento. Como ocorreu historicamente com o livro impresso, tanto os *eReaders* quanto os arquivos de *eBooks*⁶ compatíveis com o aparelho eram muito caros à época de seu lançamento. Com o passar dos anos, essa tecnologia foi ficando não apenas melhor como mais acessível. Hoje, apesar de ainda encontrarem resistência, os livros digitais vêm conquistando timidamente seu espaço no mercado brasileiro. Com o aprimoramento dos aparelhos destinados à leitura e a ampliação do número de obras disponíveis para o formato, o público consumidor de livros vem adotando os *eReaders* por sua praticidade, mesmo que continue aderindo aos impressos em maior escala. Darnton (2010) lembra, oportunamente, que os desafios também existem para a digitalização, apontando como exemplos a impossibilidade de se digitalizar todos os livros, as dificuldades de se digitalizar com qualidade e a perda dos aspectos materiais que agregam à obra.

2.2 Livro no Brasil

A história da atividade editorial no Brasil é relativamente recente, tendo em torno de dois séculos. Esta iniciou-se oficialmente no ano de 1808, quando o príncipe dom João assinou o decreto que criava a Imprensa Régia, a primeira editora do país, no Rio de Janeiro.

³ CHARTIER, R. Passé et avenir du livre. In: MICHAUD, Y. (org.). *L'art et la culture*. Paris: Éditions Odile Jacob, 2002.

⁴ *eReaders* são aparelhos eletrônicos portáteis destinados à leitura de arquivos digitais.

⁵ *E Ink* (em tradução livre “tinta eletrônica”) é uma tecnologia utilizada em *eReaders* que simula visualmente a leitura em papel, tornando-a mais confortável.

⁶ *eBook* é qualquer arquivo digital com conteúdo semelhante a um livro em sua estrutura e passível de ser lido em equipamentos eletrônicos. Os formatos mais comuns são PDF, HTML e ePUB.

Antes disso, a impressão de livros ficava restrita apenas a Portugal; num primeiro momento para restringir iniciativas econômicas no Brasil colonial, mas também em função da inviabilidade financeira imposta pelos altos custos das viagens no interior do país, necessárias à produção de artigos manufaturados. Ainda, a preocupação com as possíveis urgências literárias da população em geral era muito baixa. O público leitor era formado, inicialmente, apenas por membros da Corte, que se interessavam por obras de teor técnico e por ficção de variados gêneros. (HALLEWELL, 2005)

Com o estabelecimento da Impressão Régia e o aumento do número de leitores, cresceu também a quantidade de tipografias existentes a fim de atender a demanda de um mercado emergente. A qualidade gráfica da Impressão Régia, em si, era boa; entretanto, conforme a obra de Araújo (2008), em termos de editoração produziam-se “verdadeiros desastres” na época, pois muitos dos livros eram impressos em tipografias voltadas para a produção de jornais e revistas. Aponta-se, ainda, a má escolha do papel e a baixa variedade de tipos disponíveis. A partir de meados do século XIX, estabeleceram-se no Brasil europeus que fundariam casas renomadas, trazendo novidades para a impressão de livros, mas pouco melhorando sua editoração. Até o começo do século XX, obras de importantes autores brasileiros, como Machado de Assis, Euclides da Cunha e Aluísio Azevedo ainda eram impressas na França e em Portugal.

Foi só após o fim da Primeira Guerra Mundial, com a necessidade de aumento do consumo de produtos locais, que a indústria editorial brasileira começou a se afirmar, primeiramente assimilando e até copiando o que era feito na Europa e nos Estados Unidos, mas já buscando a inovação necessária para adaptar-se a um novo público leitor. Monteiro Lobato, famoso pelas histórias infantis de sua autoria, fundou sua própria editora em 1917 e foi o responsável pela introdução de alguns métodos inovadores no ramo. Além de lançar novos autores no mercado, pagando-lhes boas somas em direitos autorais, Lobato recorreu à publicidade em jornais para divulgação das obras que publicava, não dependendo mais apenas de recomendações dos livreiros ao público final para vendê-las. O editor também percebeu a urgência de melhorias na aparência dos livros. Para fazê-lo, Lobato, além de mudar a diagramação interna, importou tipos novos e modernos e papel de boa qualidade. Ainda, a redução dos custos unitários através do aumento das tiragens e a introdução de um formato menor para cada volume, de 16,5 x 12 cm, permitiram a redução do preço de capa dos livros. (HALLEWELL, 2005)

O primeiro projeto que buscou normalização e unidade editorial, sob os mesmos formatos e características, foi o da coleção Brasileira, lançada em 1921 pela Companhia

Editora Nacional. A partir daí seu exemplo foi seguido por diversas editoras. Pode-se citar como pioneiras em seus trabalhos de editoração, por volta da mesma época, a Editora Globo e a Editora José Olympio. Esta última, fundada em São Paulo em 1931, adquiriu os excelentes equipamentos de Lobato (após sua falência, em 1925) e preocupou-se desde o início em dar atenção ao projeto gráfico das obras que editava. Muitas de suas capas eram assinadas por artistas gráficos, fato marcante para a editora, que por volta de 1956 instituiu capas coloridas e frequentemente reproduzidas na página de rosto para suas edições. (*ibid*) Durante a década de 60, a editora fortaleceu-se cada vez mais, passando a explorar também o campo dos livros didáticos.

Segundo Hallewell (2005), diversas tentativas de produzir livros em formatos menores e mais econômicos foram feitas no Brasil. A Editora Globo empreendeu algumas a partir do início dos anos 1930 sem muito retorno, até o sucesso moderado da Coleção Catavento, lançada no início dos anos 1960. Nessa época, o interesse das editoras brasileiras pelo formato de bolso já era grande.

O empreendimento mais duradouro no campo foi o da Tecnoprint Gráfica, constituída em 1939. A empresa, porém, só se concentrou definitivamente no ramo com as Edições de Ouro, no final da década de 1950, com o fim da Segunda Guerra Mundial. A distribuição era feita em livrarias, bancas de jornal e via serviço postal. A experiência de anos da editora fez com que a mesma chegasse a um terço do preço de um livro normal em suas edições de bolso. As mesmas eram categorizadas e, por consequência, precificadas em função da espessura de cada livro. Em meados dos anos 1960, foi lançada a Coleção Buriti, da Dominus Editora. No final da mesma década, foram as vezes da coleção Sagarana, da José Olympio, e da Brasiliense de Bolso, da editora Brasiliense, entre outras. (*ibid*)

Segundo Hallewell (2005), no Brasil, o livro de bolso esbarrou no conservadorismo do público leitor no que tange à qualidade de produtos culturais, causando certo estranhamento pelo conceito de produto barato e descartável. Essa razão explicaria a lenta introdução do formato no país.

Em 1997, a L&PM editores, fundada em 1974, lançou a Coleção L&PM Pocket, hoje a maior coleção de livros de bolso do Brasil. Segundo a própria editora, a ideia vai além de um projeto empresarial: “é, sobretudo, um projeto cultural democrático e auto-sustentado”⁷. Os cerca de 1.000 títulos estão divididos em diferentes séries, em um catálogo que conta com autores clássicos e contemporâneos.

⁷ Disponível em < <http://migre.me/u3U7s>>. Acesso em 07 jun. 2016.

Com o mercado em ritmo de expansão, a partir de 1970 as editoras assimilaram que quanto mais bem planejado e preparado fosse um original, mais rápida e economicamente este seria impresso. Data também dessa década a implementação dos primeiros cursos universitários na área.

Segundo Earp e Kornis (2005), no Brasil, o marco da produção de livros se deu na década de 1980, quando estes passaram a ser ainda mais elaborados gráfica e editorialmente. A Companhia das Letras teria sido responsável por um grande salto em qualidade no ramo através da construção de um catálogo sólido e diversificado, o que impôs uma mudança nos padrões dos livros brasileiros. As maiores transformações e inovações tecnológicas foram operadas por empresas paulistas, desbancando a hegemonia do Rio de Janeiro no mercado editorial, para posteriormente se difundirem pela região Sul e outros estados, como Minas Gerais e Pernambuco. Hoje em dia, “pretende-se, em resposta às solicitações de um mercado cada vez mais exigente, produzir livros bem-acabados no binômio editoração/afeiçoamento gráfico”. (ARAÚJO, 2008, p. 32)

No Brasil, há muito os livros são produtos isentos de impostos, fator consagrado pela Lei do Livro, de 2003. Convém apontar que o governo é um grande comprador de livros no país: em 2003, comprou 77% do volume vendido ao mercado. No mesmo ano, entretanto, o faturamento das editoras por essas vendas foi de apenas 24% do faturamento proveniente das vendas ao mercado, em função dos preços praticados ao governo. (OLIVEIRA, 1996 a 2004⁸ *apud* EARP e KORNIS, 2005)

2.3 Papel do editor

Do latim *editor, editoris*, a palavra editor “indica precisamente ‘aquele que gera, que produz, o que causa’”. (ARAÚJO, 2008, p. 37) Seu significado original justifica a compreensão do editor como o encarregado de produzir uma obra destinada a divulgação

⁸ OLIVEIRA, Marta (org.). **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 1995**. São Paulo: CBL/Snel, 1996.

_____. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 1996**. São Paulo: CBL/Snel, 1997.

_____. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 1997**. São Paulo: CBL/Snel, 1998.

_____. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 1998**. São Paulo: CBL/Snel, 1999.

_____. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 1999**. São Paulo: CBL/Snel, 2000.

_____. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 2000**. São Paulo: CBL/Snel, 2001.

_____. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 2001**. São Paulo: CBL/Snel, 2002.

_____. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 2002**. São Paulo: CBL/Snel, 2003.

_____. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro 2003**. São Paulo: CBL/Snel, 2004.

comercial, seguindo tanto padrões literários como gráficos e estéticos. Em português, “editor” possui o sentido corrente de

peessoa sob cuja responsabilidade, geralmente comercial, corre o lançamento, distribuição e venda em grosso do livro, ou instituição, oficial ou não, que, com objetivos comerciais ou sem eles, arca com a responsabilidade do lançamento, distribuição e, eventualmente, venda do livro. (HOUAISS, 1967⁹ *apud* ARAÚJO, 2008, p. 37)

Um dos cernes da profissão, que se desenvolveu desde os primórdios da função até a forma como a conhecemos hoje, é o cuidado com a preparação de um original. Este deve ser impresso de uma normalização de critérios ortográficos, sistemas de notas, de bibliografia, de índices, de citações, etc., de acordo com a natureza do texto (poesia, teatro, prosa ou acadêmico, por exemplo), o que confere maior credibilidade ao livro quanto mais criteriosa for a adoção dessas normas. Aí se impõem certas restrições, principalmente quando se trata de um texto literário, onde o autor pode realizar fraturas na linguagem e nas regras gramaticais. Aqui,

distinguem-se o ‘estilo’ literário e o ‘estilo’ gráfico, visual, da apresentação e representação material dos originais - em última análise, do livro impresso. A fronteira entre ambos os ‘estilos’ nem sempre é muito nítida, mas ela existe e ao editor cumpre divisá-la com clareza em benefício da legibilidade e até da inteligibilidade do texto [...] (ARAÚJO, 2008, p. 35)

O esforço na preservação e transmissão de textos de forma padronizada é, segundo Araújo (2008), de origem milenar. Discorrerá-se, a seguir, sobre a constituição e o desenvolvimento de profissões ligadas à produção dos livros ao longo da História, com foco na figura do editor, que é central em todo o processo.

O comércio do livro começou a desenvolver-se no século IV a.C. (antes disso, a transmissão do conhecimento dava-se basicamente de forma oral), abrangendo, até o século II a.C., pelo menos toda a região do Mediterrâneo e a França. Juntamente, desenvolveram-se as profissões associadas a ele: os copistas, os especialistas em pintar letras capitais e os livreiros. A edição, entretanto, era muito defeituosa, havendo diversas variantes do texto original devido aos critérios arbitrários adotados pelos copistas no que se refere à pontuação, transcrição de palavras etc.

Por volta de 290 a.C. foi fundada, em Alexandria, uma biblioteca que exerceu grande influência no que concerne à editoração. Os diretores dessa instituição se encarregaram de recuperar e normalizar o maior número possível de textos, a fim de estabelecer uma versão

⁹ HOUAISS, Antônio. **Elementos de bibliologia**. Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro, 1967.

definitiva para cada obra a partir de suas inúmeras cópias. Os alexandrinos, assim, deixavam a obra catalogada, revisada e comentada, além de provê-la com sumário, índice e glossário.

Essa tradição prosseguiu em Roma. Do século V em diante, os processos de crítica textual e de editoração cuidadosa se intensificaram muito em função da iniciativa dos monges, preocupados com a recuperação dos textos. Estes desenvolveram um intenso trabalho de compilação de manuscritos, transcrevendo, ilustrando e reunindo os exemplares para divulgação sobretudo dentro da comunidade religiosa. Os copistas, presentes em maior número que ilustradores e encadernadores, eram os responsáveis, ainda, por pautar levemente as folhas e dobrá-las em cadernos. (ARAÚJO, 2008) Devido às barbáries, o comércio livreiro, muito ativo na Antiguidade, desapareceu, tendo os livros ficado restritos quase que exclusivamente aos claustros.

Segundo Campos (1994), os livreiros e seu comércio ressurgiram na Europa com o estabelecimento das instituições docentes no final do século XIII. Os livreiros eram encarregados de vender aos estudantes livros novos ou usados e material de escrita, tendo se fixado nas proximidades das instituições de ensino superior. O regulamento imposto a eles pelas universidades era muito severo, dependendo da autoridade universitária a aprovação da lista dos livros a serem comercializados, bem como seu formato, seu preço de venda ao público e a porcentagem de lucro do livreiro. Este também ficava obrigado a alugar livros aos estudantes, que podiam copiá-los. O livro de grande formato e ricamente ilustrado, produzido nos mosteiros, sofreu uma mudança fundamental nas livrarias universitárias, onde eram comercializados volumes menores e mais simples, tendo em vista a praticidade do manuseio e o barateamento. As demandas desse novo mercado leitor permitiram a disseminação mais generalizada do conhecimento, não tardando a surgirem oficinas leigas de produção de livros, dirigidas pelos livreiros.

A partir da invenção dos tipos móveis em meados do século XV, que se atribui comumente a Johann Gutenberg, surgiu a profissão do impressor. O principal objetivo da mecanização era evitar os erros observados nas reproduções manuscritas. A técnica não estava livre, entretanto, de acidentes de impressão que poderiam comprometer a unidade de páginas e palavras de um exemplar para o outro. Os primeiros tipógrafos ou impressores precisaram buscar elementos que facilitassem a leitura, como a paginação, e deixar de lado a riqueza dos manuscritos. Nesse sentido, eram também editores, responsáveis pela normalização do texto e pelo conjunto da obra impressa. (KATZENSTEIN, 1986)

Até essa época, não existiam encadernadores especializados, pois copistas, ilustradores e rubricadores encadernavam seus próprios trabalhos. Essa prática foi mantida

pelos primeiros impressores, até que a grande produção de livros impossibilitou qualquer oficina de impressão de realizar tamanho volume de encadernações. Os exemplares passaram, assim, a ser encadernados por oficinas especializadas ou pelos livreiros. Surgiram, ainda outras, soluções gráficas e estéticas a partir dos impressores profissionais, como o colofão e a folha de rosto, criando o livro moderno. (CAMPOS, 1994)

Araújo (2008) afirma que se deu nessa época a diferenciação entre impressor e editor, fugindo-se da tradição manuscrita em que a mesma pessoa era responsável por normalizar e transcrever o texto. A atividade exclusiva de editor, indispensável no tratamento do conteúdo, teria sido inaugurada pelos eruditos renascentistas. Datam do século XVI as primeiras editoras dirigidas por pessoas sem ligação com a arte da impressão, tendo estas se consolidado a partir da segunda metade do século XVIII. A área editorial progrediu de forma notável sobretudo a partir da necessidade de especialização imposta pela Revolução Industrial, tendo se separado com nitidez as funções de editor, impressor e livreiro sobretudo nos centros urbanos mais desenvolvidos. É relevante apontar que com a Revolução Francesa de 1789, em Paris, foi estabelecido que a produção e distribuição de livros não deveria ser controlada, passando a ser um assunto individual.

Com o ofício operando em caráter comercial, surgiram problemas como os da concorrência, custos de produção e margem de lucro, e as casas impressoras se viram diante da necessidade de aprimoramentos técnicos e do fluxo de trabalho. A composição tipográfica, a diagramação e a revisão buscavam a todo custo tornar o texto visualmente agradável e fiel ao original. O apelo visual foi tornando-se cada vez mais presente, tanto do ponto de vista iconográfico quanto do tipográfico, sobre o qual se podem apontar as pesquisas tipológicas de Baskerville, Didot e Bodoni, hoje conhecidas famílias tipográficas. Assim, a tendência da editoração caminhou no sentido de expandir o papel do editor, que passou a preocupar-se também com a forma material sob a qual se apresentará o texto, sempre tendo em vista produzir uma leitura cômoda.

Já nos dias atuais, Thompson (2013) aponta seis funções tradicionalmente desempenhadas pelo editor e que visam contribuir de forma especial no processo de criação de valor do negócio das editoras. São elas: aquisição de conteúdo e construção do catálogo, desenvolvimento do conteúdo adquirido para publicação, controle de qualidade, investimento financeiro e avaliação de riscos, gerenciamento e coordenação e vendas e marketing. Como é possível perceber, a função do editor é vital no processo editorial, atuando como um filtro e desempenhando papel ativo ao **idealizar e criar um projeto** para a editora na qual atua.

Para Epstein (2002, p. 46), quando o livro fica pronto, “as emoções do editor de textos estão quase tão presentes no resultado final quanto as do autor”. O autor ainda atribui ao cargo do editor de textos as tarefas de dar apoio emocional e financeiro aos autores, o que só pode ser executado com sucesso por “seres humanos dotados de qualidades peculiares”.

Mais ainda, como pressuposto vital para a editoração, o filólogo Gaetano Righi¹⁰ (1967) considera “o amor à palavra e à sua transmissão fiel” (*apud* ARAÚJO, 2008, p. 52). Sua visão se aproxima à de Jason Epstein (2002, p. 19), que afirma que a maioria dos editores que conheceu prefere “considerar-se devoto de um ofício cuja recompensa é o ofício em si e não o seu valor em dinheiro”.

2.4 Mercado editorial

Antes de introduzir a cadeia produtiva do livro e como cada agente atua na constituição do seu mercado, é importante situá-lo como um produto da *indústria cultural*. Segundo Benhamou (2007), esta, à qual pertencem livros, discos e filmes, levou certo tempo até ser considerada parte da economia da cultura, que tradicionalmente era restrita às obras de arte. Apesar de lidar com bens reproduzíveis, tanto a indústria cultural quanto as belas-artes possuem em comum a importância da criação em sua origem, ou seja, no início de sua cadeia de produção está o trabalho de um criador. Esse elemento é central na formação de valor, neste caso associado ao talento e à originalidade.

Thompson (2013, p.12) determina cinco tipos de capital que compõem os principais recursos das editoras. O poder ou a posição de uma editora no espaço social “irá variar, dependendo das quantidades relativas dessas cinco formas de capital que possuir”. O **capital econômico** corresponde aos recursos financeiros acumulados, incluindo bens materiais. O **capital humano** diz respeito às pessoas empregadas pela firma e seus conhecimentos e habilidades. O **capital social** se refere às redes de relações e contatos constituída ao longo do tempo. O **capital intelectual** consiste dos direitos de conteúdo que uma editora possui, também medido pela quantidade de contratos que a mesma tem com autores e outros agentes. Esse capital pode ser explorado por meio da publicação e venda desses conteúdos. Por fim, o **capital simbólico** significa o prestígio e o *status* de uma editora. Ele se reflete na qualidade de seus lançamentos e, quanto maior for, mais confiável será a editora aos olhos dos livreiros e dos leitores.

¹⁰ RIGHI, Gaetano. **Historia de la filologia clásica**. Barcelona: Labor, 1967. Tradução J. M. García de la Mora.

Este último trata-se de um bem intangível de vital importância para as editoras. Isso porque a incerteza quanto à qualidade de um bem cultural, nesse caso, um livro, é maior do que em outros campos, à medida que a satisfação por ele propiciada prolonga-se no tempo e está sujeita a uma redefinição do seu valor (BENHAMOU, 2007). Tal incerteza só pode ser reduzida através da intervenção de um intermediário, aquele que **recomenda** um bem cultural. Entre esses intermediários, pode-se citar resenhistas, pessoas da mídia e até mesmo os livreiros, perante os quais as editoras podem fortalecer e estabelecer sua posição através do capital simbólico.

É relevante considerar que, para Bourdieu e Darbel¹¹ (1969, *apud* BENHAMOU, 2007), o “amor à arte” está fortemente ligado à herança familiar, que é desenvolvida e consolidada pela escola. Mais que natural e espontâneo, seria “capital cultural herdado”. O gosto pela arte é também fruto de viagens, referências, conversas etc., estando sua formação sujeita às vivências de cada indivíduo.

2.4.1 A cadeia do livro

A editoração, de maneira geral, pode ser definida como

o conjunto de teorias, técnicas e aptidões artísticas e industriais destinadas ao planejamento, feitura e distribuição de um produto editorial. Em outras palavras, editoração é o gerenciamento da produção de uma publicação - livros, revistas, jornais, boletins, álbuns, cadernos, almanaques etc. (ARAÚJO, 2008, p. 38)

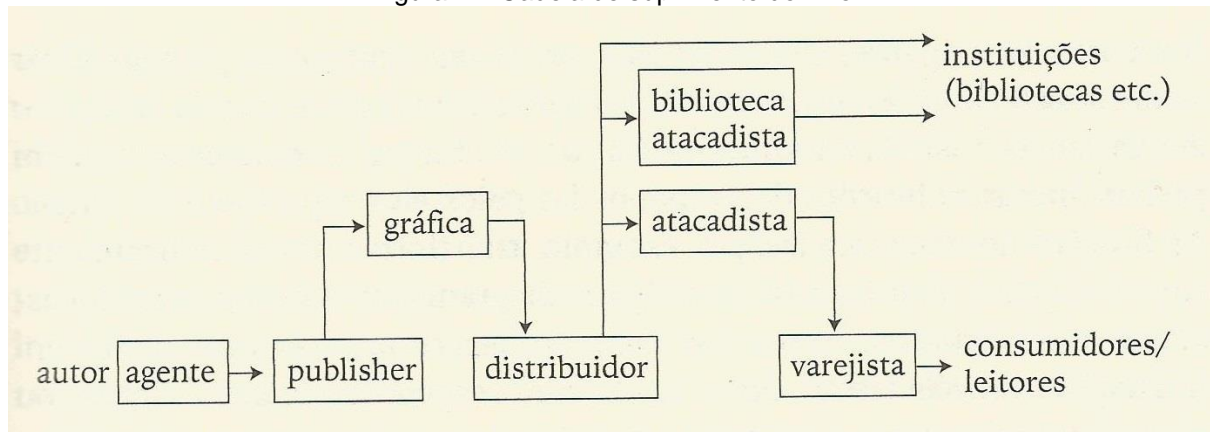
A editoração vai além da função original de preservar os escritos com unidade e fidedignidade, pois cuida, como sendo de igual importância, do **suporte material** com que se apresentará o texto. A forma física de um livro deve preservar e ressaltar o pensamento do autor. Assim, a editoração supervisiona a publicação de originais em seu fluxo pré-industrial (seleção, normalização) e industrial (projeto gráfico, composição, revisão, impressão e acabamento). (ARAÚJO, 2008)

Para Thompson (2013, p.27), nunca foi tão fácil publicar no sentido de “tornar um livro disponível para o público”, em parte em função das possibilidades que a internet oferece. Já publicar no sentido de “tornar um livro conhecido do público” (THOMPSON, 2013, p. 28) é difícil como nunca, dado o enorme volume de conteúdo disponível. O mundo dos livros é um mercado de nichos especializados e clientela segmentada, o que de um lado torna difícil para os editores acharem seus leitores e para os leitores acharem os livros que procuram em meio a uma oferta tão abundante. Essa é a lógica que sustenta um risco permanente de superprodução. (EARP e KORNIS, 2005)

¹¹ BOURDIEU, P.; DARBEL, P. *L'amour de l'art. Les musées d'art européen et leur public*. Paris: Éd. de Minuit, 1969.

A cadeia básica de suprimento do livro é, basicamente, a que está representada na Figura 1.

Figura 1 – Cadeia de suprimento do livro



Fonte: THOMPSON, 2013, p. 21.

Sendo a cadeia editorial uma **cadeia de valor**, cada um dos elos agrega algum valor ao processo. Tudo começa com a produção intelectual do autor, que escreve um original. Seu agente seria o meio de campo entre os interesses do autor e os da editora, responsável por controlar o acesso ao conteúdo produzido. Muitas vezes, os agentes e autores exigem adiantamentos às editoras, antes de concluída ou até mesmo iniciada uma obra. Se muito altos, acabam por reduzir significativamente a porcentagem de lucro líquido da firma ao fim da cadeia. Pode ser preferível, entretanto, pagar um bom adiantamento para aqueles autores que já possuem renome no mercado e uma base de fãs consolidada, o que fornece à editora uma espécie de termômetro das vendas (que, como já foi dito, é algo muito imprevisível), principalmente na ficção. (THOMPSON, 2013)

O *publisher* (termo em inglês para “editor”), cujas principais funções já foram expostas na terceira seção deste capítulo, adquire junto a autores e/ou agentes o original que será publicado. Isso confere a ele um poder grande de filtrar o que será comercializado pela editora, bem como planejar seu catálogo.

Aprovado um original, começam os trabalhos de edição, design e projeto gráfico, diagramação e revisão, para que, uma vez pronto, o livro seja impresso pela gráfica, também responsável por seu acabamento. Vale observar que o aparecimento das ferramentas de editoração eletrônica tornou alguns desses processos mais rápidos e eficientes. (*ibid*)

Os clientes das editoras, como se percebe, não são os consumidores finais ou as bibliotecas, mas sim as instituições intermediárias (atacadistas e varejistas). O produto (livro) sai da gráfica para ser distribuído a esses agentes, que por sua vez são o ponto de contato com o público final. Hoje, é usual que as editoras possuam contato direto com outros

influenciadores de opinião, que recebem provas de impressão ou os produtos finais para resenhar e divulgar.

Segundo Thompson (2013), os livros são fornecidos aos livreiros em uma base de consignação, ou seja, o estoque não vendido pode ser devolvido à editora em forma de crédito para aquisições futuras. Essa prática é antiga na Europa (a Alemanha a adota desde o final do século XVIII), e os Estados Unidos viram nela uma maneira de estimular as vendas a partir da Depressão de 1930. Assim, o poder das editoras é equilibrado tanto pelos autores/agentes, que controlam o acesso ao conteúdo, quanto pelos livreiros, que controlam o acesso aos leitores.

Dados todos os elementos que dialogam com a editora na cadeia produtiva de um livro, chega-se à seguinte distribuição do preço de capa, no Brasil:

Tabela 1 - Distribuição percentual do preço de capa de um livro no Brasil

	%
Direitos Autorais	10
Custos Editoriais e Manufatureiros	25
Lucro da Editora	15
Distribuidor	10
Livreiro	40
Total	100

Fonte: EARP e KORNIS, 2005, p. 24.

Inseridas num mercado pouco previsível, é normal que as maiores empresas busquem proteção apostando em prováveis best sellers e delegando às empresas menores e aos apaixonados pelo ofício a tarefa de inovar. Um sério agravante para essa situação, apontado por Thompson (2013) e Epstein (2002), é o contemporâneo estabelecimento de grandes livrarias em *shoppings*, que pela natureza de seu comércio e em função dos altíssimos alugueis do espaço exigem produtos de alto giro e baixa diferenciação para sobreviver. Isso incentiva as editoras a apostarem nos títulos de consumo mais veloz e que são rapidamente esquecidos. Mesmo assim, nenhuma editora aceitará de bom grado que seu propósito é publicar livros de segunda categoria (embora isso seja, por vezes, necessário a fim de equilibrar as contas); em sua maioria, querem ser reconhecidas por publicar obras de alta qualidade.

Tradicionalmente, o processo mais seguro é construir um bom e sólido catálogo de obras duradouras, que venderão menos de uma só vez, porém por mais tempo. Apesar de ser algo lento e trabalhoso, sobretudo no campo das publicações comerciais, dessa forma as editoras estarão apenas reimprimindo livros para satisfazer a demanda já existente, o que confere estabilidade e rentabilidade ao negócio. Faz-se a ressalva de que muitas das lojas

localizadas em *shoppings*, pressionadas a aumentar suas margens de lucro, dão preferência à exposição de best sellers em detrimento da manutenção dos tradicionais estoques de catálogo.

A já citada Amazon e demais comércios eletrônicos de livros encontram na dificuldade das livrarias físicas em manter extensos estoques sua maior força. No mundo virtual, é possível oferecer ao consumidor uma infinidade de títulos que podem ser encomendados sob demanda, independentemente de armazenamento prévio. Se à época de seu surgimento os e-books eram pouco populares, fatores como a crescente oferta de livros digitalizados e a invenção de leitores digitais adequados aos arquivos facilitaram sua maior adoção. Quanto à organização e apresentação, em linhas gerais, os livros digitais imitam em muitos aspectos as configurações de um livro de papel, pura e simplesmente transposto para outro meio. Ainda assim, para os consumidores, o valor de um e-book é significativamente mais baixo apenas porque ele não tem as características físicas do livro impresso (THOMPSON, 2013).

Neste capítulo, viu-se que o primeiro formato dos livros foi o de rolo, ou *volumen*, ao qual se seguiu o formato de códice, o livro quadrado que se assemelha ao formato que conhecemos hoje. Segundo Katzenstein (1986), os rolos eram feitos de papiro e, posteriormente, de pergaminho, material mais resistente e que permitia a escrita em ambos os lados. Atualmente, a emergência do formato digital levanta questões que vão além das mudanças sofridas pelo suporte da escrita, perpassando as dificuldades de digitalização dos textos e a transformação das próprias práticas de leitura. Discorreu-se sobre a trajetória do livro no Brasil, da criação da Imprensa Régia, em 1808, até o final do século XX, quando o mercado brasileiro deu seu maior salto de qualidade.

Araújo (2008) aponta que o cerne da profissão do editor é o cuidado com a preparação de um original. O capítulo apresentou o significado da palavra “editor” como ponto de partida para o entendimento dessa função de seus primórdios até os dias de hoje. Com base na identificação do livro como um produto da indústria cultural (BENHAMOU, 2007), por fim, estudou-se o mercado editorial e discutiu-se a respeito dos agentes da cadeia produtiva do livro, que é, segundo Thompson (2013), uma cadeia de valor.

3 DESIGN: TRAMA ENTRE FORMA E CONTEÚDO

Este capítulo busca, num primeiro momento, compreender o design de um ponto de vista conceitual, e em seguida apresenta as raízes e o surgimento de seu exercício. Discorre-se a respeito do design como campo de atuação profissional e, mais especificamente, do design no meio editorial. Por fim, são abordados os elementos que caracterizam e constituem um livro, pelos vieses compositivo e editorial.

3.1 O papel do design

A palavra design, segundo Cardoso (2004), vem do latim *designare*, que abrange os sentidos de desenhar e de designar. Percebe-se, já em sua origem etimológica, “uma ambiguidade, uma tensão dinâmica, entre um aspecto abstrato de conceber/projetar/atribuir e outro concreto de registrar/reconfigurar/formar”. (CARDOSO, 2004, p. 14) No Brasil, a palavra design é de importação recente da língua inglesa, na qual se refere à ideia de plano ou intenção e também à configuração, arranjo e estrutura de objetos, tanto de fabricação humana quanto de elementos presentes na natureza (como uma célula ou uma molécula, por exemplo). Assim, o design seria a função que opera na junção dos níveis abstrato e concreto, como um mediador, “atribuindo forma material a conceitos intelectuais”. (*ibid*)

Gruszynski (2008), em concordância com Cardoso (2004), ressalta o **caráter mediador do design**, mais especificamente do design gráfico. Por este, entende-se a atividade profissional e área de conhecimento cujo objeto é “a elaboração de projetos para reprodução por meio gráfico de peças expressamente comunicativas”. (VILLAS-BOAS, 2007, p. 30) A seguir, deter-se-á nessa área do design em função dos objetivos deste trabalho.

Para Villas-Boas (2007), o design gráfico envolve quatro aspectos básicos. São eles: formais, funcionais-objetivos ou funcionais, metodológicos e funcionais-subjetivos ou simbólicos. O aspecto **formal** compreende o todo no qual consiste um projeto de design gráfico, formado por “um conjunto de elementos visuais - textuais ou não-textuais - reunidos numa determinada área preponderantemente bidimensional e que resulta exatamente da relação entre esses elementos”. (VILLAS-BOAS, 2007, p. 31) Dentre esses elementos estético-formais, pode-se citar texto diagramado, elementos tipográficos, ilustrações, fotos e grafismos. O aspecto **funcional** caracteriza como peças de design gráfico todos os projetos que comunicam a mensagem com fins de persuadir, guiar a leitura ou vender um produto. O **metodológico** diz respeito à metodologia específica e necessária por meio da qual o profissional faz uma opção em meio às alternativas possíveis em função das variáveis envolvidas em um projeto. Ou seja, o design gráfico exige que uma peça seja projetada; e essa metodologia projetual é sua própria razão de ser. Por fim, o aspecto **simbólico** é o mais sutil de todos, e através dessa abordagem fica claro que uma peça exerce função subjetiva junto ao usuário. Para explicá-lo, o autor contextualiza o design gráfico como fruto da sociedade de consumo massivo e da fetichização dos produtos como forma de diferenciação entre os demais, o que estaria ligado ao modelo de produção capitalista. Essa fetichização seria responsável por atribuir valores simbólicos a uma mercadoria, e, para isso, o design se apresenta como ferramenta fundamental. É importante apontar que, segundo Villas-Boas (2007), essa função subjetiva pode visar tanto a venda de um material e buscar persuadir quanto **guiar a fruição do material pelo usuário**. Aqui, o design também se posiciona como prática comunicativa, visto que deve adequar-se ao seu público-alvo e “transcrever a mensagem a ser transmitida para o código simbólico estabelecido” (*ibid*, p. 43), sob pena de não obter sucesso em seus objetivos.

Ainda a respeito da relação do design gráfico com a comunicação, pode-se pensar que esse design “é essencialmente urbano porque só tem sentido numa formação social cuja comunicação interna não se resolva de forma comunitária”. (*ibid*, p. 45) Assim, o design gráfico sugere a sofisticação da comunicação enquanto prática, da qual são exigidas intermediações para que esta atinja seu(s) público(s). Nesse contexto, o design gráfico parte de um problema, surgindo como encarregado de solucionar o mesmo.

A partir de 1960, em âmbito internacional, e a partir de 1980 no Brasil, segundo Cardoso (2012), começou a ser questionada a premissa modernista eternizada na frase canônica “a forma segue a função”, que pregava a máxima legibilidade e clareza em todos os

níveis do design. Para essa corrente, o designer deveria exercer seu papel de forma neutra e transparente.

Ainda segundo Cardoso (2012), por **forma** entende-se ao menos três aspectos: a aparência (aspecto visível), a configuração (arranjo das partes) e a estrutura (dimensão construtiva ou constitutiva). Os três se entrelaçam num conjunto inseparável, que não pode ser apreciado plenamente sob um único ponto de vista. Por isso, uma das críticas tecidas aos funcionalistas é que estes, ao determinar se um objeto era “funcional” através de um rápido olhar, estariam considerando apenas sua aparência, o que não necessariamente é capaz de expressar a adequação de um objeto a determinado propósito. Ainda, o autor argumenta que essa ideia de “adequação ao propósito”, que enfatiza o uso do objeto e não sua forma, não deriva de uma qualidade intrínseca ao objeto, mas de nosso repertório cultural, expondo um juízo de valor.

Na contemporaneidade, os diferentes trabalhos de design gráfico “reivindicam, na mensagem, a intervenção e a contribuição ativa do designer na produção do sentido” (GRUSZYNSKI, 2008, p. 13), revelando uma dualidade entre a noção da invisibilidade pensada anteriormente e a atual prática de opções gráficas que trazem sentido próprio e influenciam a experiência do leitor. Nesse novo cenário, o designer é, também, co-autor da página.

É fato que “os objetos são capazes de significar alguma coisa por meio de sua aparência” (CARDOSO, 2012, p. 108) e, no mercado, o valor de um bom projeto e de uma marca reconhecida resultam em **valor agregado** ao produto. Cardoso (2012) defende que, num mundo complexo e repleto de imensos desafios, é necessário abdicar da premissa de que os problemas são simples e da premissa de que são insolúveis. É preciso aprofundar-se na análise do problema antes de propor soluções e compreender que todas as partes estão interligadas. Para o autor, a principal lição para o design, hoje, é a de que “não existem receitas formais capazes de equacionar os desafios da atualidade”. (*ibid*, p. 41)

3.2 A atuação profissional do designer

É marco fundamental para a caracterização do design a passagem de um momento onde o mesmo indivíduo concebe e executa um objeto para outro em que ocorre a separação entre os níveis do projeto e de sua execução. A diferença entre design e artesanato se dá, segundo a conceituação tradicional, “no fato de que o designer se limita a projetar o objeto para ser fabricado por outras mãos ou, de preferência, por meios mecânicos”. (CARDOSO, 2004, p.

15) A transição de um cenário para outro não ocorreu de forma uniforme entre os tipos de artefatos produzidos ou entre as regiões do globo, mas já se pode falar nela em relação aos impressos produzidos na Europa no século XV, que eram fabricados em série por meios mecânicos e com etapas de projeto e execução distintas.

No século XVIII, a fabricação de um objeto era distribuída entre um número ainda mais alto de indivíduos envolvidos no processo, configurando-se uma divisão maior do trabalho e sua conseqüente especialização. Assim, foi surgindo a necessidade de estabelecer o design como uma etapa do processo produtivo da qual deveria encarregar-se um trabalhador específico. No início do século XIX surgem, primeiramente na Inglaterra e em seguida em outros países europeus, uma quantidade mais expressiva de profissionais que se intitulavam designers, ligados principalmente à confecção de padrões ornamentais para tecidos. (CARDOSO, 2004) A institucionalização do campo, que começou a organizar-se com as primeiras escolas de design no século XIX e prosseguiu ao longo do século XX, foi transformando o trabalhador operário em um profissional liberal, capaz de desenvolver projetos variados e não mais apenas para uma indústria específica.

Esses designers, além de projetos para objetos utilitários, livros e demais impressos, destacaram-se por serem capazes de desenvolver objetos de uso doméstico e pessoal, como móveis, tapetes, papéis de parede, roupas e eletrodomésticos (estes últimos a partir do final do século XIX). A preocupação da classe média com a aparência, como indicadora de status individual, se estendia da apresentação pessoal à moradia. Num contexto de crescimento das metrópoles, onde o anonimato prevalecia, o aspecto das roupas e do lar era uma forma importante de expressão privada da personalidade. (*ibid*)

Cresceram em ritmo de evolução e importância os meios impressos, como jornais, revistas e livros, e peças gráficas, como cartazes, embalagens e catálogos. Nesse contexto, com a introdução do processo de fabricação mecânica, o que passou a distinguir a qualidade dos impressos foram não mais a execução dos mesmos, mas sim elementos como ilustrações e projetos originais. As editoras, percebendo essa necessidade de adequação, investiram no emprego de artistas gráficos e preocuparam-se com o desenvolvimento de bons projetos editoriais. No que diz respeito à produção e veiculação de imagens, que se popularizaram em função da possibilidade de impressão em alta escala e a baixos custos, a partir da segunda metade do século XIX juntaram-se ao uso secular da xilogravura a litografia (sobre pedra e zinco) e a gravura em metal sobre chapas de aço, utilizadas para fins comerciais e industriais. Em finais do século, proliferaram-se jornais e revistas ilustrados e surgiu a fotogravura, mais um elemento que aumentou a exigência de criatividade por parte dos profissionais da área na

composição da linguagem gráfica. O papel do designer adquiria, assim, um grande valor. (*ibid*)

No Brasil, seguindo a tendência do que ocorria no restante do mundo, foi impressionante o crescimento urbano a partir do século XIX. O trabalho assalariado possibilitou a uma porção maior da população o acesso mais amplo aos bens de consumo, que usavam suas eventuais sobras de salário para compras além dos itens de primeira necessidade. A era moderna trouxe ainda o conceito de lazer popular para ocupar os momentos de folga, concomitantemente à abertura de museus, teatros, parques, etc. Essas mudanças de comportamento “geraram desafios em termos de organização e apresentação das informações” (CARDOSO, 2004, p. 39), sendo necessário sinalizar a cidade e ordenar o fluxo para a população que chegava de fora e transitava para fins de trabalho e lazer e comunicar a um público anônimo as vantagens de aquisição de uma mercadoria. Tem-se, assim, a década de 1920 como um primeiro e pequeno marco do amadurecimento do design brasileiro, ocorrendo o uso sistemático do projeto gráfico como fator mais evidente de apelo comercial e diferenciação, em contraste com a aplicação aleatória de elementos artísticos. (CARDOSO, 2005) Essa maior elaboração projetual se estende ao caso dos livros, na mesma época.

No país, as primeiras tentativas de implementação do ensino de design ocorreram em São Paulo, em 1951, e no Rio de Janeiro, em 1953. (CARDOSO, 2004) Ambas, entretanto, não obtiveram sucesso, tendo a primeira fechado apenas três anos após sua abertura. Foi apenas em 1962 que se consolidou no Brasil o primeiro curso de design em nível superior, a sequência de Desenho Industrial criada como parte da graduação em Arquitetura na Universidade de São Paulo (USP).

Segundo Cardoso (2005), a década de 1960 teria marcado uma ruptura, uma mudança de paradigma. O design brasileiro adquire consciência como conceito e ideologia, a partir da organização profissional da área. O autor salienta, como ressalva, que fica claro que mesmo nos 50 ou 100 anos que antecederam esse marco já eram exercidas no país atividades projetuais complexas e sofisticadas conceitualmente, principalmente ligadas à produção industrial.

A nível mundial, Hollis (2000) aponta que, a partir da década de 1960, as imagens antes estáticas dos meios impressos passaram a competir com as imagens em movimento da televisão e dos vídeos. A partir daí, cresceu a dependência no design para criação de publicidade e programas.

Já a partir de 1970, o design gráfico tornou-se parte do mundo dos negócios, sendo vital na criação de uma imagem para as companhias. Todas as empresas, seguindo o exemplo da

Coca-Cola, sentiram a necessidade de possuir seu próprio logotipo. Nesse contexto, não era necessário que as palavras e imagens transmitissem um significado específico, desde que tornassem um produto ou companhia reconhecível. Assim, grande parte do design gráfico foi incorporado ao marketing, à mídia e à indústria do entretenimento. Finalmente, com a introdução do computador, “o designer ganhou controle quase total sobre os processos anteriores à impressão”. (HOLLIS, 2000, p. 202)

3.2.1 O designer no meio editorial

Como visto anteriormente, avanços tecnológicos que permitiram o barateamento e produção em maior escala de impressos e o aumento do público leitor foram fatores determinantes para o surgimento e consolidação da indústria gráfica. A crescente mecanização dos processos envolvidos na fabricação do livro garantiu a padronização do impresso e promoveu, conseqüentemente, a valorização do trabalho de projeto e a maior importância da concepção e do planejamento como formas de diferenciação através da qualidade.

Segundo Araújo (2008), o papel do design é fundamental e uma importante ferramenta de comunicação para os livros,

o fazer da união entre texto e imagem uma fonte adicional de informação e expressão. A linguagem do design envolve reflexão, bom gosto e a análise de formatos e suportes: tudo isso leva à adoção de um projeto gráfico adequado e consistente, que transforma cada livro num objeto singular. (ARAÚJO, 2008, p. 277)

Para Gonçalves (2014), a materialidade, forma como o texto ganha corpo, é o primeiro elemento relevante na construção do sentido, ou seja, este último não está contido inteiramente no texto em si. Assim, a forma material, e conseqüentemente o design do livro enquanto objeto, se mostra como meio de criar e agregar sentido a uma obra.

Haslam (2007) aponta que o processo de produção de um livro é colaborativo. O trabalho de design se contextualiza em meio a uma equipe que desenvolve outras funções na indústria editorial, como o autor, o editor, o revisor etc. Entre os profissionais que se envolvem diretamente com o design nessa cadeia, hoje em dia, dois podem ser citados. O **diretor de arte** é o profissional responsável, dentro da editora, pelo visual de toda a produção desta, estabelecendo as orientações para suas publicações. Já o **designer** é o responsável pelo projeto físico do livro, seu visual, sua apresentação e a disposição de seus elementos na página e decide, em conjunto com o editor, o formato do livro e seu acabamento. Trabalha, ainda, dirigindo outros profissionais envolvidos na produção de componentes visuais de um livro, como ilustradores, fotógrafos e pesquisadores de imagens.

Ao deparar-se com o material a ser trabalhado, o designer deve ter em mente o público ao qual o título se destina, buscando a melhor forma de elaborar o projeto. As abordagens por meio das quais os designers experientes desenvolvem livros, para Haslam (2007), podem ser classificadas em quatro categorias, conforme segue:

- a) A **documentação** visa registrar e preservar as informações por meio de texto e imagem, sendo fundamental para todos os componentes de um livro, como tipografia, ilustração, fotografia, diagramas, tabelas, etc. Os documentos “dão uma forma externa ao pensamento internalizado” (HASLAM, 2007, p. 24), possibilitando a publicação e a reprodução das ideias do autor. A documentação é, assim, o ponto de partida de um livro, é o conjunto de informações que o designer manipula.
- b) A **análise** é o meio através do qual o designer busca encontrar um padrão para classificar os diferentes elementos, criando uma estrutura editorial e tornando os dados mais inteligíveis. Ao ordenar grupos de informação, o profissional hierarquiza e dá sequência ao conteúdo.
- c) A **expressão** envolve a visualização das emoções do autor ou do designer, podendo ser emocional ou intuitiva. Essa abordagem, de cunho pessoal, “contempla o conteúdo como ponto de origem, a partir do qual se deve fazer uma interpretação” (HASLAM, 2007, p. 26), e da mesma forma o leitor capta e interpreta as emoções transmitidas enquanto absorve o conteúdo da obra.
- d) A abordagem do **conceito** busca o conceito-base que retém em si a mensagem, a redução do pensamento que norteie o projeto de uma coleção de livros e permita ligá-los entre si, definindo o uso dos elementos gráficos, a forma dos livros etc.

Para o projeto de um livro, o designer deve estabelecer a relação entre texto e imagem, apreendendo a visão do autor, do editor e da editora. Um projeto de design irá, provavelmente, basear-se em mais de uma das abordagens supracitadas, incluindo elementos de cada uma (não necessariamente na mesma proporção). Haslam (2007) aponta, ainda, que há uma parte do processo de design que é peculiar a cada designer, influência de seu subconsciente, e não pode ser facilmente definida. Para o autor, o design “é uma mistura de decisões racionais e conscientes que podem ser analisadas e decisões subconscientes que não podem ser deliberadas tão prontamente, uma vez que derivam da experiência e da criatividade do designer”. (HASLAM, 2007, p. 23)

Cardoso (2012) aponta características na prática profissional dos bons designers, as quais são relevantes de associar-se ao design editorial. O primeiro desses valores é a

inventividade da linguagem, que reafirma a importância do design em conjugar as diferentes linguagens (geralmente de ordem visual ou plástica) de forma criativa e inovadora. Outro valor é a **excelência da realização e do acabamento** ao qual o autor relaciona ao termo “artesanía”, pelo qual entende-se “um grau alto de atenção ao detalhe e de cuidado na execução, oriundos de um senso peculiar de orgulho no trabalho, do prazer em fazer benfeito”. (CARDOSO, 2012, p. 247)

É interessante, ainda, pontuar que o aparecimento de plataformas operacionais e softwares de manipulação e edição de imagens tornou mais simples e barato trabalhar uma série de elementos gráficos. A popularização das tecnologias digitais aumentou a liberdade no exercício do design e trouxe novos limites para a imaginação humana. (CARDOSO, 2004)

3.3 O design dos livros

Quanto à sua estrutura, Araújo (2008) divide a sequência da disposição dos elementos de um livro em três partes (pré-textual, textual e pós-textual), além dos elementos extratextuais. Cada uma dessas partes compreende diferentes elementos, conforme segue, estando sujeita a variações e à ocorrência ou não destes elementos.

Quadro 1 – Elementos pré-textuais de um livro

Parte pré-textual
a) Falsa folha de rosto, cuja função é proteger a folha de rosto e contém, geralmente, apenas o título da obra;
b) Folha de rosto, onde se faz a apresentação do livro, contendo o nome do autor, título da obra e demais dados que caracterizem a edição, como o nome do tradutor e a editora;
c) Dedicatória, geralmente curta e, quanto presente, posicionada na página ímpar (página da direita);
d) Epígrafe, que, quando presente, encontra-se na página ímpar posterior à página da dedicatória ou no início das seções ou capítulos da obra;
e) Sumário, que consiste na organização sistemática dos conteúdos de um livro, na ordem em que aparecem;
f) Listas de ilustrações;
g) Listas de abreviaturas e de siglas;
h) Prefácio, onde se faz uma apresentação, comentário ou justificativa a respeito da obra e que pode ser feito pelo próprio autor ou por outra pessoa;
i) Agradecimentos, que podem estar contidos no prefácio ou à parte em página ímpar;
j) Introdução, também iniciada em página ímpar, e que constitui um discurso inicial ao texto da obra.

Fonte: ARAÚJO, 2008.

Quadro 2 – Elementos textuais de um livro

Parte textual
<ul style="list-style-type: none"> a) Página capitular, onde tem início cada capítulo; b) Páginas subcapitulares, que indicam a abertura de seções ou subtítulos; c) Fólio, entendido como a numeração das páginas, que não deve ser feita entre a falsa folha de rosto e o início do prefácio nem nas páginas capitulares, segundo Araújo (2008); d) Cabeças, que aparecem no alto das páginas e assinalam constantes gerais (autor ou título da obra) ou parciais do livro (capítulos ou seções); e) Notas, que podem aparecer na parte textual ou pós-textual; f) Elementos de apoio, que se configuram em gráficos, tabelas ou fórmulas; g) Iconografia, que se constitui por imagens de diferentes naturezas com o objetivo de ornamentar, complementar ou elucidar o texto.

Fonte: ARAÚJO, 2008.

Quadro 3 – Elementos pós-textuais de um livro

Parte pós-textual
<ul style="list-style-type: none"> a) Posfácio, caso seja necessário acrescentar informações ou reiterar o conteúdo do texto; b) Apêndices, que apresentam matéria acrescentada ao texto; c) Glossário, uma lista de explicações de termos arcaicos, técnicos, etc., geralmente disposta em ordem alfabética; d) Bibliografia, que indica obras utilizadas como referência para a elaboração do texto ou obras recomendadas pelo autor; e) Índice, que apresenta uma lista de assuntos abordados no livro em ordem alfabética; f) Colofão, último elemento impresso no miolo do livro e que apresenta informações técnicas como o papel e a tipografia utilizados, bem como local e ano de impressão; g) Errata, lista de erros encontrados após a impressão e suas respectivas correções.

Fonte: ARAÚJO, 2008.

Os elementos extratextuais são identificados por Araújo (2008) como aqueles que revestem o livro, genericamente designados como “capa”. Esta pode ser encadernada (capa dura), brochura (capa mole) ou capa flexível (intermediária entre as duas anteriores). Esses diversos elementos possuem denominações próprias, entre as quais podem ser citadas, nos livros em brochura:

- a) Primeira capa, necessariamente área impressa ou de grafismos;
- b) Segunda capa, área interna da primeira capa e não destinada à impressão;
- c) Terceira capa, área interna da quarta capa, igualmente não destinada à impressão;
- d) Quarta capa ou contracapa, também destinada à impressão ou grafismos;
- e) Primeira e segunda orelhas, dobras da primeira e quarta capas, respectivamente;
- f) Sobrecapa, elemento opcional que se constitui em uma folha solta que reveste e protege o livro;

- g) Lombada, o dorso do livro, oposta ao corte longitudinal das folhas, onde são impressos o título da obra, seu autor e, muitas vezes, o nome ou logotipo da editora.

Aos elementos extratextuais enumerados pelo autor, pode-se adicionar as folhas de guarda que, segundo Haslam (2007), estão presentes nos livros de capa dura e unem esta ao miolo (por este, entende-se o conjunto das folhas de um livro), podendo ser lisas ou ornamentadas. Araújo (2008) aponta a primeira capa como merecedora de especial atenção em virtude de sua função publicitária, que busca provocar impacto visual. Sua apresentação varia muito, mas é importante que seu design se relacione ou reflita a matéria e o estilo gráfico do livro. A sobrecapa também possui forte apelo publicitário, e os princípios de seu design seguem os mesmos da primeira capa. Segundo Haslam (2007), a capa protege as páginas do livro e indica seu conteúdo. Ela é a promessa feita pela editora aos leitores, em nome do autor da obra, e funciona como arma de sedução para que o livro seja aberto e/ou comprado.

Araújo (2008) aponta a importância fundamental do princípio da legibilidade que norteia a orientação visual de um livro. Por esse princípio, entende-se como central que a palavra acomodada em um determinado espaço possua o poder de comunicar, o que depende da maneira como se dispõem os caracteres nas linhas e da organização da página.

Segundo Haslam (2007), o processo de execução do layout de um livro envolve a tomada de decisões a respeito do posicionamento exato de todos os elementos por parte do designer. A este, “compete dar forma coerente e imprimir sentido a elementos dispersos sobre um dado espaço” (ARAÚJO, 2008, p. 373), sendo o projeto visual uma ferramenta importante para a comunicação.

3.3.1 Papel e formato

Segundo Araújo (2008), a maior parte do papel produzido hoje contém uma mistura de várias fibras de madeira, e é justamente a combinação destas o que determina as características que influenciam diretamente a escolha do material para a impressão de um livro. Entre essas características, pode-se citar:

- a) O **sentido das fibras**, que, nos livros, é ideal que seja paralelo à lombada, permitindo que as páginas sejam viradas facilmente e sem o enrugamento das folhas;
- b) A **cor** do papel, que pode afetar aquilo que se imprime sobre ele de acordo com sua brancura. Para a melhor reprodução de imagens em policromia, recomenda-se o uso de

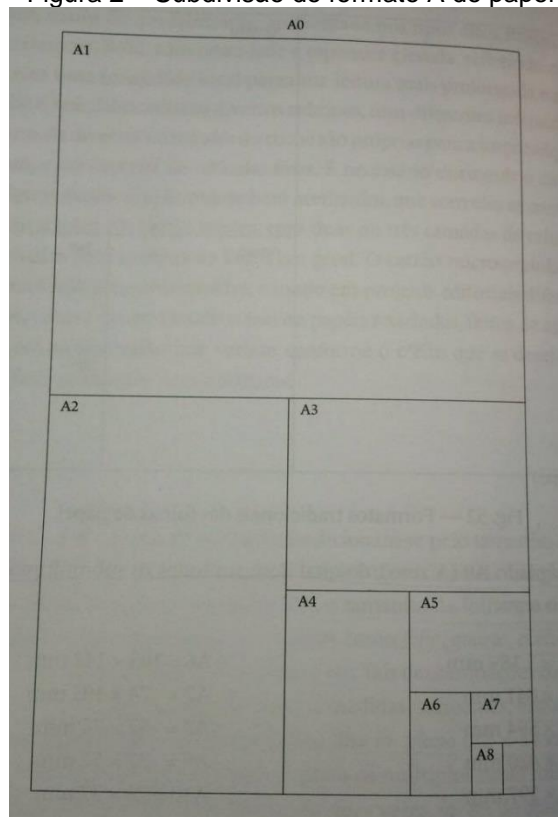
papéis mais alvos, enquanto os papéis amarelados são indicados para livros cuja leitura é mais longa pois evitam o cansaço visual;

- c) A **opacidade**, pela qual entende-se a capacidade do papel em receber tinta sem que a mesma possa ser vista do outro lado da folha. Para a impressão de livros, são ideais os papéis de alta opacidade, de forma que o conteúdo impresso no verso da folha não seja visível e distraia a atenção do leitor;
- d) O **peso** do papel, que é geralmente medido em gramas por metro quadrado;
- e) A **espessura** ou **corpo** do papel, que determina o peso e o volume de um livro. Segundo Araújo (2008), prefere-se um papel mais encorpado para livros de poucas páginas e um papel menos encorpado para obras volumosas;
- f) A **textura** diz respeito ao aspecto da superfície do papel e à sua rigidez.

O surgimento da figura do designer gráfico como decisiva para o crescimento da indústria de papéis finos no Brasil. A presença cada vez maior desse profissional no mercado consolidou a importância da excelência e da qualidade em peças impressas e levou os clientes, em contrapartida, a se tornarem mais exigentes com o material produzido. Assim, “o papel, antes agente passivo no processo de criação, ganhou a importância de elemento de linguagem” (O PAPEL..., 2001, p. 40) e é um aliado na busca por inovação e diferenciação. Aponta-se, ainda, a presença de multinacionais do setor da fabricação de papéis de alto padrão no Brasil, eliminando-se a necessidade de importação.

O formato e a dimensão do livro, segundo Araújo (2008), condicionam-se ao tamanho da folha no qual é impresso. A padronização recomendada em 1975 pela Organização Internacional de Normalização (ISO 216) e aceita pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) estabelece o formato básico do papel como um retângulo de medidas 841 x 1.189 mm, ao qual denomina-se A0. Desse formato derivam os submúltiplos da série A, a partir de sua dobra ao meio, que se destinam a livros, folhetos, laudas e outros materiais impressos (Figura 2). Existem ainda séries adicionais (B, C, etc.) utilizadas para outros fins, com a confecção de sobrecapas e envelopes. Segundo Araújo (2008), essa normalização contribuiu para diminuir o custo industrial do papel e para o melhor aproveitamento de suas folhas.

Figura 2 – Subdivisão do formato A do papel



Fonte: ARAÚJO, 2008, p. 352.

Na primeira metade do século XIX, o tamanho padrão das folhas era 32 x 44 cm, ao qual denominava-se in- plano, e suas dobras recebiam nomes como in- 4° (em quarto) e in- 8° (em oitavo). A dobra do papel determinava próprio tamanho do livro, ou seja, quanto mais dobras, menor ele seria. Hoje, conforme Araújo (2008), essas designações permanecem apenas para indicar o número de páginas de um caderno, como in- 4° para um caderno de 8 páginas, in- 8° para um caderno de 16 páginas, in- 16° para um caderno de 32 páginas e assim por diante. O editor determina as dimensões do livro, cabendo ao impressor definir a quantidade de dobras na montagem de cada caderno. Quanto menor o número de folhas por caderno, melhor será seu acabamento. O número de páginas de um livro é sempre múltiplo de 4, levando-se em consideração, ainda, o número de folhas que compõe cada caderno. No caso de não haver múltiplo certo, produz-se um caderno suplementar contendo menos folhas.

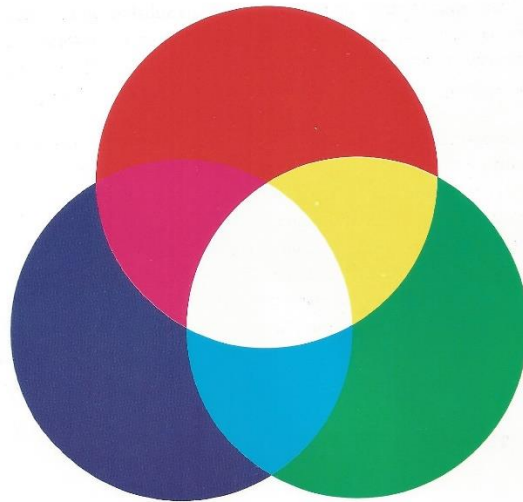
3.3.2 Cor

Segundo Alvarez, Perazzo e Racy (1999), a cor é um fenômeno físico, cuja ocorrência depende de uma fonte de luz. A cor torna-se visível quando essa luz encontra algum tipo de matéria, sendo a visão humana seu sistema receptor.

Para Lupton e Phillips (2008, p. 71), “a cor pode exprimir uma atmosfera, descrever uma realidade ou codificar uma informação”. Os designers a utilizam para destacar algumas coisas e esconder outras. As autoras assinalam que a cor muda de sentido de uma cultura para outra, carregando diferentes conotações de sociedade para sociedade.

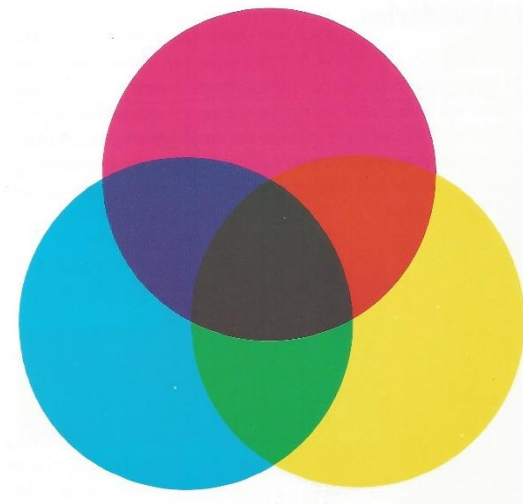
Os estímulos que causam as sensações cromáticas estão divididos em duas categorias. As cores-luz têm como cores primárias vermelho, verde e azul e sua radiação luminosa visível tem como síntese a cor branca, obtendo-se a síntese aditiva (Figura 3). Já as cores-pigmento, assim chamadas pois os pigmentos da tinta absorvem e refletem os raios luminosos conforme sua natureza, têm como cores primárias ciano, magenta e amarelo, obtendo-se a síntese aditiva. A superposição dessas três cores resulta no preto (Figura 4).

Figura 3 – Cores-luz primárias e a síntese aditiva



Fonte: ALVAREZ, PERAZZO e RACY, 1999, p. 29.

Figura 4 – Cores-pigmento primárias e a síntese subtrativa



Fonte: ALVAREZ, PERAZZO e RACY, 1999, p. 31.

A percepção das cores, ou seja, sua aparência, segundo Araújo (2008), caracteriza-se por três parâmetros. O **tom** ou **matiz** é a sensação monocromática básica que especifica a cor através de nomes como azul, vermelho, amarelo, etc. A **saturação** ou **intensidade** é a máxima intensidade de luz ou pureza de uma cor, ou seja, a ausência de preto ou branco. Alvarez, Perazzo e Racy (1999) consideram a cor dominante de uma imagem aquela que possui maior intensidade que as outras, independente da área que ocupe. Já a **luminosidade** é a capacidade de reflexão da luz branca de uma cor, o que depende de quanto preto ou cinza ela contém.

Alvarez, Perazzo e Racy (1999) apontam como cores quentes todas aquelas que contêm predominância percentual de vermelho e/ou amarelo. As cores frias contêm predominância percentual de azul e/ou verde. As cores secundárias resultam na mistura de duas cores primárias em proporções iguais. Assim, as cores secundárias do sistema de classificação das cores-luz são ciano, magenta e amarelo, enquanto as do sistema das cores-pigmento são roxo, verde e laranja. A partir destas, as cores terciárias são resultado da mistura de uma cor secundária com uma das cores primárias que a forma.

Segundo Lupton e Phillips (2008), em 1665, Isaac Newton organizou o espectro de cores em que a luz se divide em torno de um disco. As cores vizinhas são análogas. Juntas, produzem contraste mínimo e harmonia natural. Duas cores opostas no círculo são chamadas complementares. Uma não contém nenhum elemento da outra e suas temperaturas são opostas (quente e fria). São, portanto, contrastantes. Segundo as autoras, a utilização de cores análogas ou complementares afeta a energia visual e a atmosfera da composição.

Alvarez, Perazzo e Racy (1999, p. 56) caracterizam como harmonia a “disposição bem ordenada das partes de um todo”, sendo a satisfação visual necessária para obter-se um esquema harmônico. Apontam como duas regras básicas para uma composição harmônica o emprego de cores complementares ou o emprego de cores semelhantes, ou seja, o contraste ou a semelhança entre as partes constitui a unidade.

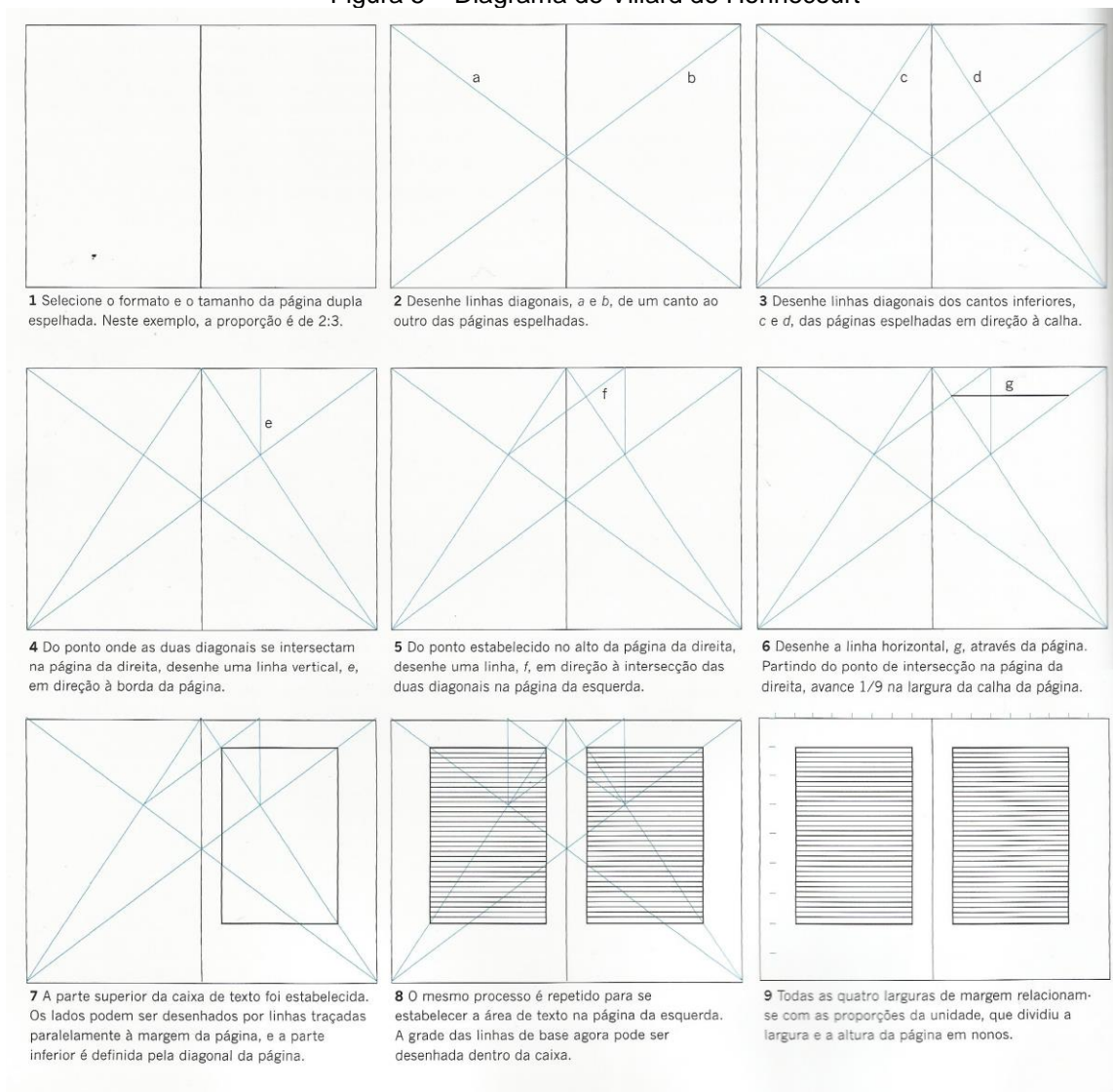
3.3.3 Grid

Segundo Lupton e Phillips (2008, p. 175), “um grid é uma rede de linhas”. Em geral, corta um plano na horizontal e na vertical de forma ritmada, mas pode, também, ser irregular. “Os grids auxiliam o designer na criação de composições ativas e assimétricas, em vez de estáticas e centradas” (LUPTON e PHILLIPS, 2008, p. 175), e são um meio de gerar formas e organizar a informação. Essas linhas-guias ajudam o designer a alinhar os elementos e criam uma estrutura de base que unifica as diversas páginas de um impresso entre si.

Segundo Lupton (2013), até o século XII, as margens das páginas criavam barreiras ao redor de blocos de texto sólido. No século XIX, porém, os jornais e revistas com múltiplas colunas e variados elementos questionaram o modelo clássico e libertaram o grid, tornando-o uma ferramenta flexível.

No século XIII, destaca-se o diagrama criado pelo arquiteto Villard de Honnecourt, que permite a divisão geométrica de qualquer formato de página. Quando usado em um formato áureo¹², o diagrama divide a altura e a largura da página por nove, resultando em 81 unidades de iguais proporções. Sua execução passo a passo está descrita na Figura 5.

Figura 5 – Diagrama de Villard de Honnecourt



Fonte: HASLAM, 2007, p. 44.

¹² Um retângulo áureo é aquele cuja divisão de sua base por sua altura resulta em 1,618.

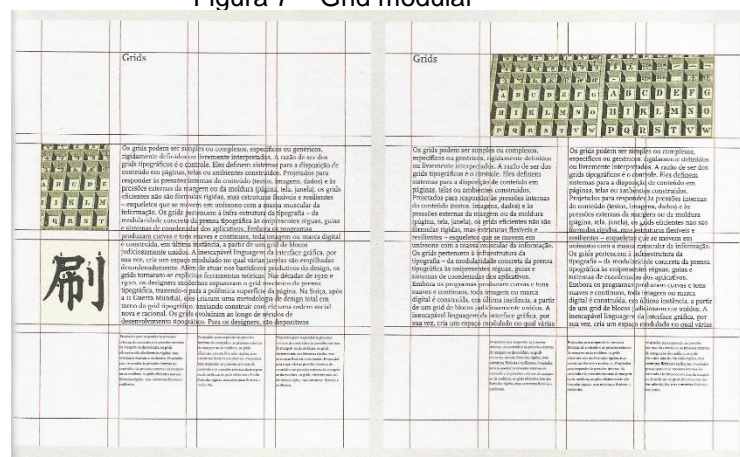
Um livro comum é projetado com um grid de uma coluna, ou seja, um bloco de texto cercado de margens que apenas emolduram o conteúdo. Os grids de apenas uma coluna funcionam para documentos simples, já os de múltiplas colunas se prestam melhor a publicações que possuem hierarquia (Figura 6). Para Lupton (2013), quanto mais colunas tiver um grid, mais flexível ele será. Já um grid dito modular (Figura 7) “possui divisões horizontais consistentes de cima a baixo, além de divisões verticais da esquerda para a direita”. (LUPTON, 2013, p. 191)

Figura 6 – Grid de colunas



Fonte: LUPTON e PHILLIPS, 2008, p. 182.

Figura 7 – Grid modular



Fonte: LUPTON, 2013, p. 191.

O grid não estrutura apenas textos e imagens, mas também os espaços em branco, que passam a fazer parte ativa do ritmo do conjunto. Torna, ainda, a página inteira disponível para uso, sendo as bordas tão importantes quanto o centro. (LUPTON e PHILLIPS, 2008)

3.3.4 Tipografia

Lupton (2013) caracteriza os tipos como um recurso essencial empregado pelos designers gráficos, que os escolhe e combina levando em conta públicos e situações específicas. Segundo a autora, os primeiros tipos foram modelados sobre a forma da

caligrafia, mas, apesar dessa origem nos gestos do corpo, são imagens manufaturadas e feitas para a repetição. Na Figura 8, estão identificados os elementos observados na anatomia de um tipo.

Figura 8 – Anatomia tipográfica



Fonte: LUPTON, 2013, p. 32.

A altura-x de um tipo é pode ser indicada, como o próprio nome sugere, pela altura da do caractere “x” minúsculo, e a mesma afeta seu tamanho aparente e impacto visual. (LUPTON, 2013) A tipografia pode ser medida, segundo o padrão norte-americano, em pontos ou paicas. Quanto à sua largura, que equivale à sua medida horizontal mais o espaço para separar um caractere do outro, uma fonte pode ser larga ou condensada.

No século XIX, ainda segundo Lupton (2013), os impressores buscaram analogias com a história da arte para criar uma classificação tipográfica (Figura 9). As letras humanistas estão ligadas à caligrafia e ao movimento da mão. As transicionais e modernas são mais

abstratas. As egípcias, possuidoras de serifas pesadas e retangulares. Desde então, críticos, designers e historiadores têm proposto esquemas semelhantes de classificação dos tipos.

Figura 9 – Classificação tipográfica



Fonte: LUPTON, 2013, p. 42.

Desde o século XVI, os tipos são organizados em família, quando os impressores passaram a coordenar tipos romanos e itálicos. Uma família tipográfica, além da versão regular de uma fonte, pode apresentar as variantes em itálico, bold (negrito), semibold, estendida, condensada e versalete (letras que apresentam o formato das maiúsculas, porém ajustadas levemente mais altas que a altura-x). As famílias sem serifa possuem, normalmente, outros pesos e tamanhos, como leve, fino, estreito, etc. (*ibid*)

A hierarquia tipográfica “indica um sistema que organiza conteúdo, enfatizando alguns dados e preterindo outros. A hierarquia ajuda os leitores a localizarem-se no texto”. (LUPTON, 2013, p. 128) Cada nível hierárquico deve ser indicado por sinais aplicados de forma consistente ao longo do texto, podendo estes ser de natureza espacial (reco, entrelinha ou posição na página) ou gráfica (tamanho, estilo, cor ou fonte).

3.3.5 Imagem

Segundo Araújo (2008, p. 443), “o termo imagem é utilizado no cotidiano da tecnologia gráfica para identificar qualquer figura, desenho, ilustração, gráfico, texto ou outra reprodução visível ao olho humano”, sendo utilizada em um livro geralmente de forma figurativa para acrescentar informação ou simplesmente decorar um texto. Podem ser, inclusive, independentes do texto, quando a imagem é a informação principal. Ainda segundo o autor, a ilustração editorial surgiu com as iluminuras utilizadas nos manuscritos da Idade Média.

O iconógrafo ou ilustrador é o profissional responsável por traduzir as passagens do texto em imagens, que devem, além de dialogar com o conteúdo, corresponder à expectativa

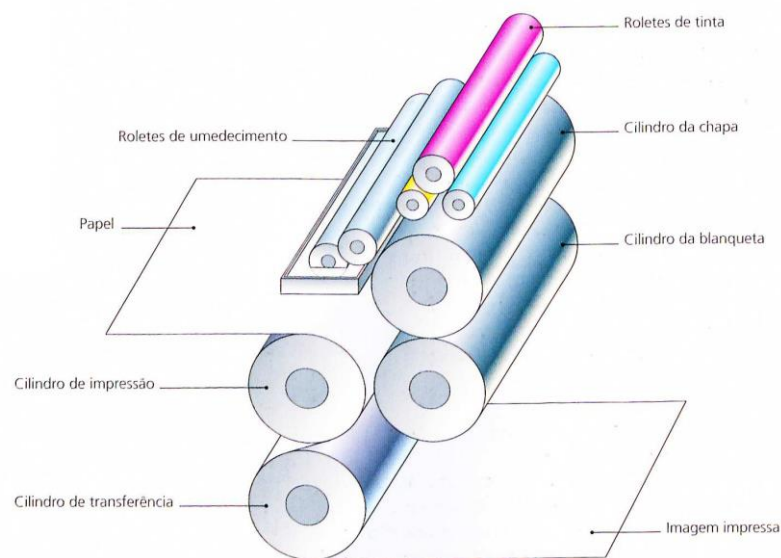
do leitor. Esse papel pode ser desempenhado pelo próprio autor do livro. Algumas das questões levantadas na hora da escolha das imagens são sua qualidade técnica e de reprodutibilidade e as fontes onde encontrar as ilustrações adequadas e necessárias a uma obra. (ARAÚJO, 2008)

Para Haslam (2007, p. 110), o papel do designer não é apenas o de elaborar o layout das páginas, “mas também o de garantir que a informação fornecida pelo autor seja apresentada da maneira mais adequada possível ao leitor”. Assim, o designer de livros deve preocupar-se com a interpretação da informação e o design dessa mesma informação. Nesse sentido, segundo o autor, fotografias, ilustrações, desenhos e diagramas são chaves na identificação de objetos, pessoas e ideias.

3.3.6 Impressão e acabamento

Desde os anos 1960 até hoje, segundo Bann (2012), o processo de impressão mais empregado em materiais como livros e revistas é o offset (Figura 10), de princípio litográfico. A litografia, por sua vez, é um processo planográfico, ou seja, a superfície de impressão é plana. Nesse processo, “a área de grafismo é tratada quimicamente para que aceite o óleo (tinta) e rejeite a água, enquanto a área de contragrafismo é tratada para aceitar a água e rejeitar o óleo”. (BANN, 2012, p. 88) A impressão se dá, então, indiretamente: primeiro, a imagem passa para uma blanqueta de borracha e depois é aplicada ao papel. A blanqueta de borracha, por sua vez, recebe a imagem de cada uma das 4 chapas gravadas nas cores-pigmento CMYK.

Figura 10 – Impressão offset



Fonte: BANN, 2012, p. 89.

Após impressas todas as folhas de um livro, os processos de montagem e acabamento são aqueles que darão origem ao produto final. Segundo Araújo (2008), primeiro, as folhas são cortadas, dobradas e agrupadas segundo a ordem dos cadernos. Depois, ocorre o alceamento, ou seja, ordenação dos cadernos conforme a sequência que constitui o livro e a união dos mesmos, que pode se dar através de grampos, cola, espiral ou costura. Por fim, é feita a brochagem (operação que faz aderir uma capa mole ou flexível) ou a encadernação (operação que faz aderir uma capa dura). Para esta última, os cadernos devem ser necessariamente costurados entre si. Geralmente feita de papelão, a capa dura pode ser revestida de materiais como papel ou tecido.

Dentre os processos de acabamento abordados por Bann (2012), podem ser citados:

- a) O refile, corte dos produtos impressos a fim de adequar o papel ao formato da máquina ou no processo de acabamento, para refilar as bordas;
- b) Vinco, feito sobre papéis mais espessos para facilitar a dobra;
- c) Dobra;
- d) Hot stamping, estampagem de laminado metálico a quente através de um molde aquecido e prensado;
- e) Estampagem cega (relevo seco), para a qual são necessárias duas matrizes aquecidas que pressionam o papel, imprimindo em alto ou baixo relevo;
- f) Estampagem laminada a frio, na qual uma cola é impressa no papel pelo processo offset e então uma folha metálica é laminada sobre o mesmo, aderindo à área de grafismo.

Este capítulo tratou do design enquanto conceito, focando-se no design gráfico. Viu-se que Gruszynski (2008) e Cardoso (2004) destacam o caráter mediador do design, pois este opera na junção dos níveis abstrato e concreto. Foram enumerados e descritos os quatro aspectos básicos do design gráfico segundo Villas-Boas (2007): formal, funcional, metodológico e simbólico. Abordou-se o estabelecimento da profissão do designer, dado a partir do momento em que ocorre a separação entre os níveis do projeto e de sua execução. Deteve-se, mais especificamente, ao design no meio editorial, que segundo Gonçalves (2014) tem o poder de criar e agregar sentido a uma obra através da materialidade. Por fim, este capítulo enumerou e discorreu sobre os elementos que constituem o livro dos pontos de vista estrutural e gráfico.

4 COSAC NAIFY: O DESIGN DÁ FORMA AO PROJETO EDITORIAL

A partir do levantado e exposto nos capítulos que constituem o referencial teórico da pesquisa, passa-se à apresentação do objeto de estudo e discussão acerca da utilização do design na produção editorial pela editora Cosac Naify, tendo em vista os objetivos propostos. Para esse fim, adota-se a pesquisa descritiva bibliográfica e a documental e realiza-se a análise de edições exemplares produzidas pela editora, em uma abordagem qualitativa que tem como guia o quadro conceitual construído.

O capítulo traça um histórico da Cosac Naify – de sua fundação em 1997 até o fechamento em 2015 –, considerando também o papel de seu editor, Charles Cosac, e observando elementos da construção da identidade gráfica da marca. Com base no referencial teórico e nos dados levantados e sistematizados sobre a editora, foram selecionadas quatro obras como exemplos para análise: os livros da **coleção Portátil**, pela importante função social exercida pelo formato de bolso e pela notável quebra do padrão simples e econômico exercida pela Cosac Naify; os livros da **coleção Moda Brasileira**, premiada nacional e internacionalmente e representante do investimento da Cosac Naify em mercados de nicho; o livro **Bonsai, de Alejandro Zambra**, cujo projeto gráfico dialoga diretamente com seu conteúdo; e a edição do livro **Decameron, de Giovanni Boccaccio**, lançada em homenagem aos 700 anos do nascimento do autor e representante da estratégia da editora de editar obras em domínio público.¹³

¹³ Para a avaliação, conseguiu-se acesso às edições através de conhecidos que as cederam e do acervo pessoal da autora. A coleção Moda Brasileira foi consultada na biblioteca da UniRitter em sua sede Orfanotrófio, em Porto Alegre.

4.1 Uma editora pensada para as artes

Segundo Hallewell (2005), durante anos a qualidade de impressão dos livros de arte no Brasil era precária e, portanto, projetos mais ambiciosos precisavam recorrer à impressão no exterior. Mesmo com a melhora nas condições das gráficas, no final da década de 1970, os livros impressos no país não eram competitivos com os livros importados pelos altos preços praticados, em função de tiragens pequenas e antieconômicas. Por volta dessa época, a melhor forma encontrada para publicação de livros de arte foi a da edição em fascículos, vendidos em bancas de jornal. A partir de 1990, segundo o autor, a Cosac Naify foi uma das editoras que contribuiu com o lançamento de livros na área, sendo fundada

especificamente como uma editora voltada para os livros de artes visuais: monografias de artistas brasileiros, ensaios sobre história e teoria da arte, cinema, teatro, design, arquitetura, fotografia, dança e moda, tendo diversificado seus lançamentos apenas após o ano de 2001, quando passou a editar também livros de literatura e ciências humanas, além de obras infanto-juvenis. (HALLEWELL, 2005, p. 706-707)

A empresa é criada em São Paulo no ano de 1997 por Charles Cosac em parceria com seu sócio norte-americano Michael Naify. Os dois se conheceram em Londres, tornando-se grandes amigos e, posteriormente, cunhados. Charles tinha, na época da abertura da editora, 32 anos de idade e havia recém voltado ao Brasil após 15 anos de estudos no exterior. Amante das artes, idealizou um projeto editorial focado, num primeiro momento, apenas em livros da área. No logotipo mais recente da editora (Figura 11), exclusivamente tipográfico, as letras são de formas retas e sem serifas, na cor preta e de excelente legibilidade. Nele, os sobrenomes dos dois sócios fundadores aparecem aglutinados, diferentemente da grafia do nome da editora, no qual ficam separados.

Figura 11 - Logotipo da editora Cosac Naify

COSACNAIFY

Fonte: Editora Cosac Naify.

Destaca-se ainda a junção das letras F e Y, que se tornam uma figura nova. A brincadeira com a forma das letras é um motivo recorrente no material gráfico da editora, como pode ser observado em sua assinatura secundária (Figura 12) e na Figura 13.

Figura 12 - Assinatura secundária da editora Cosac Naify



Fonte: Editora Cosac Naify.

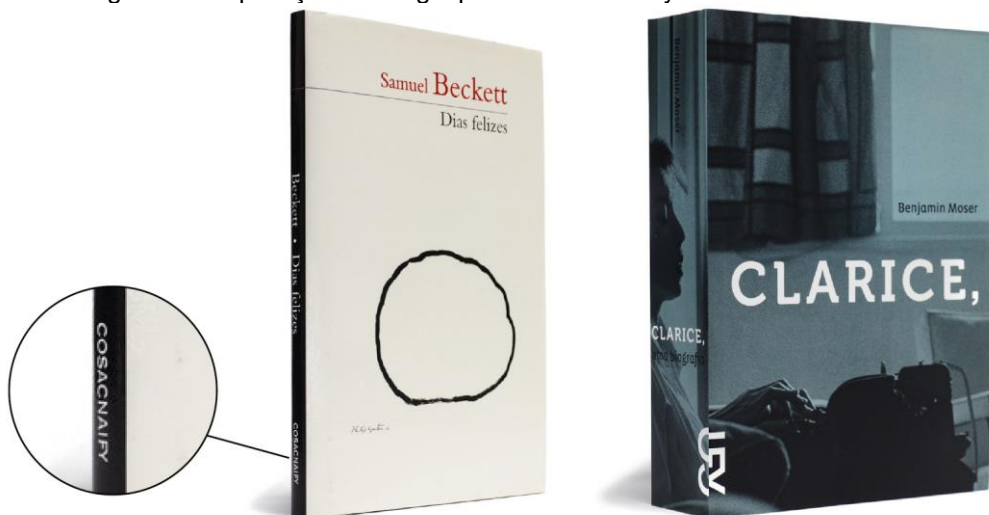
Figura 13 - Avatar da Cosac Naify na plataforma issuu



Fonte: <https://issuu.com/cosac_naify>. Acesso em: 15 mai 2016.

Nos últimos anos, a editora passou a utilizar a assinatura secundária para aplicação do logotipo em seus livros. Anteriormente, este era usado na lombada das edições, de maneira mais simples e direta. A assinatura usada nas edições lançadas mais recentemente se vale da tridimensionalidade inerente ao livro, estendendo-se da lombada à primeira capa. (Figura 14)

Figura 14 - Aplicações do logotipo da Cosac Naify nos livros da editora



Fonte: Elaborado pela autora a partir de imagens de divulgação da editora Cosac Naify.

Filho e Rodrigues (2013), em matéria publicada pelo suplemento Sabático do jornal O Estado de São Paulo, destacam o caráter inovador da editora e a ousadia de projetos gráficos que a caracterizava. Em junho de 1997, as livrarias receberam um volume que diferia daquilo que costumava circular no mercado de livros de arte no Brasil. Tratava-se de Barroco de Lírios, do artista brasileiro Tunga, editado por Charles Cosac em uma edição com mais de dez tipos de papel, duas centenas de ilustrações e a fotografia de uma trança que, desdobrada, se estendia por 1 metro de comprimento (Figura 15). Quando isto não era hábito, a Cosac Naify veio a tornar-se referência na publicação de monografias de artistas, sozinha ou por vezes em parceria com instituições como a Bienal de São Paulo. Foi também a primeira latino-americana a coeditar um título com o Museu de Arte Moderna de Nova York. Para além das artes, a Cosac Naify lançou o primeiro livro gay para crianças, Meu Amigo Jim. Até 2013, o trabalho da editora já havia rendido mais de 50 prêmios nacionais e internacionais.

Figura 15 – Páginas do livro Barroco de Lírios, de Tunga



Fonte: <<https://facoscolaborativa.wordpress.com/>> Acesso em: 31 mai. 2016.

Nos primeiros anos de vida da Cosac Naify, Michael Naify e Simone Cosac, irmã de Charles e casada com seu sócio, moravam em Florença, na Itália, onde era feita a impressão dos livros. Num primeiro momento, Simone participou acompanhando o processo de impressão na Itália. Em 2013, esta já era realizada em diversos polos gráficos de São Paulo

(de boa qualidade, porém muito caros) e em Singapura ou na China. Foi o casal o responsável por sugerir o acréscimo de obras infantis ao catálogo, o que reforça o caráter pessoal da editora em relação à escolha de seus títulos. Em entrevista ao Sabático, Cosac (2013) comenta seu desgosto pelo Capitão Cueca, série infantil publicada pela editora e sucesso de vendas. Sugestão de Simone, Charles considera que recusar-se a publicá-la seria dizer não à irmã, e não ao livro.

Foi milionário o capital necessário para a fundação da editora, oriundo da fortuna familiar dos donos, e sua posterior manutenção ao longo dos anos. Segundo Filho e Rodrigues (2013), até o ano de 2013, a Cosac Naify havia passado no vermelho 15 dos seus 16 anos de existência. De acordo com o próprio Cosac (2013), a editora recorria a Michael Naify, cuja família de origem libanesa enriqueceu através de cadeias de cinema nos Estados Unidos, principalmente quando precisava de ajuda monetária. Os resultados financeiros passaram a ser melhores a partir da diversificação do catálogo para outras áreas que não apenas as artes; assim, o ano de 2012 foi o primeiro cujo balanço fechou no azul.

Cosac (2013) observa que a editora não gerava lucro e não tinha fins lucrativos. Ele conta que existia capital para investir em livro, de forma que não se alicerçou em leis de incentivo à cultura do Governo brasileiro. Ainda assim, destaca a grande importância das compras governamentais através de licitação e que o Brasil é o país que mais compra livros, fator que atrai editoras estrangeiras.

A entrada de Augusto Massi na Cosac Naify, em 2001, marcou uma série de importantes mudanças. Nomeado editor-presidente, Massi, professor universitário da Universidade de São Paulo (USP), diversificou definitivamente o catálogo da editora, que até então havia lançado em torno de 80 livros concentrados nas artes plásticas. Entraram títulos de literatura, antropologia, arquitetura, história e infantojuvenis. As edições passaram a contar com material complementar, como prefácios e ensaios assinados por críticos renomados, e traduções cuidadosas. Intelectuais de prestígio foram convidados a fazer a curadoria de coleções de cinema e história, o que culminou na publicação de vários títulos de interesse acadêmico e obras de referência. Massi investiu, ainda, na formação dos funcionários, oferecendo cursos e palestras. Para Cosac (2015), Massi “criou escola”, marcando a passagem da editora de uma estrutura caseira para tornar-se acadêmica.

A partir daí, aponta Abujamra (2016), a Cosac Naify passou a disputar capital intelectual com a Companhia das Letras. Em entrevista à Piauí, Luiz Schwarcz (2016), diretor-presidente da Companhia das Letras, admite o avanço significativo empreendido pela Cosac Naify no mercado editorial, sobretudo na área do design, em função de sua ousadia

gráfica. A esse respeito, Elaine Ramos, ex-diretora de arte da Cosac Naify, garante que os designers da casa sempre leram os livros, diferencial que transparece tanto na capa quanto no miolo dos exemplares. (ABUJAMRA, 2016)

De temperamento forte, Augusto Massi preocupava-se em demasiado com a relevância intelectual de seus projetos, negligenciando, por vezes, sua viabilidade econômica. A partir de 2010, com o fisco americano observando Naify de perto pela alta quantia investida em uma empresa que só dava prejuízo, a pressão para que a editora passasse a sobreviver sem a ajuda do sócio americano aumentou. A Cosac Naify se viu diante da necessidade de empreender maior esforço no controle das finanças e as decisões de Massi passaram a sofrer certa resistência. A situação se tornou insustentável quando, em 2011, o então diretor insistia em publicar um livro em comemoração aos 80 anos do músico João Gilberto, que se completariam em junho do mesmo ano. De custos altíssimos em função das imagens e dos direitos autorais, o projeto foi vetado pela editora. Augusto Massi, ao constatar que o livro não sairia e já desgastando pela resistência da equipe em comprar suas ideias, pediu demissão.

A Cosac Naify não tinha cultura empresarial e seu planejamento financeiro era muito precário. Os preços de capa dos livros eram definidos de modo arbitrário, segundo o que cada exemplar parecia valer, e, por esse motivo, muitas vezes não cobriam os custos de produção. (*ibid*) Cosac (2016) reconhece o caráter espontâneo e imaturo da editora, que chegava a vender livros com prejuízo de 10 reais por exemplar.

Sobre a importância de um projeto gráfico de excelência, Cosac (2013, p. 5) aponta a digitalização do livro como uma razão para este estar se “coisificando”, ou seja, encontra-se aí mais um motivo para que as editoras se esmerem “não para vender mais, mas para que o livro não morra”. A emergência do formato digital, entretanto, não foi completamente ignorada. Cassiano Elek Machado (2010), diretor editorial da Cosac Naify no período de 2008 a 2012, afirmou em entrevista ao Suplemento Pernambuco que o livro digital não era prioridade para a casa, justamente em função da crença de que sempre haverá espaço no mercado para livros bem feitos. Apontou, entretanto, que a editora estaria se preparando para ter presença nesse mercado (de fato, até o final de 2015, a editora havia produzido cerca de 140 títulos de seu catálogo em formato de *eBook*) e que já se utilizava da internet como meio de interação com os leitores. Nesse sentido, o ex-diretor menciona o site da editora, que oferecia conteúdos como notícias, entrevistas com autores e ensaios e um blog ativo.

Em entrevista em vídeo à revista Piauí, Cosac (2016) fornece algumas pistas que ajudam a compreender o ritmo de funcionamento da editora, sempre com prioridade total para a qualidade do material produzido:

A editora fazia coisas absurdas. Ela parava um livro semanas, meses, por causa da cor de uma capa, onde não se encontrava um denominador comum. [...] Ela não tinha um ritmo “ó, esse livro tem que sair nessa data porque é Natal”, ou alguma coisa, uma efeméride. Ela vivia a vida do livro, ela não vivia a vida editorial. Era tudo em função daquele projeto que tava [*sic*] em pauta. (COSAC, 2016)

Muitas oportunidades teriam se perdido em função desse ritmo. O editor cita como exemplos a obra de Clarice Lispector, que não conseguiu adquirir, e a obra de Carlos Drummond de Andrade, perdida para a Companhia das Letras em função da demora para editá-la. Esta última, segundo ele, teria sido a “força motriz” que salvaria a editora.

Em 2015, com 19 anos de história e cerca de 1600 títulos no catálogo, Charles Cosac anunciou que a editora fecharia suas portas. Michael Naify foi contatado por telefone em Nova York, onde reside, e não se opôs ao encerramento das atividades. O comunicado foi feito em entrevista exclusiva ao jornalista Antonio Gonçalves Filho na tarde do dia 30 de novembro e publicada às 21h16 do mesmo dia, no portal online do jornal Estadão. Segundo Abujamra (2016), o próprio Cosac foi pego de surpresa pela divulgação precoce de sua decisão, esperada para sair apenas na edição impressa da manhã seguinte. O fundador sequer teve tempo de comunicá-la a todos os funcionários da editora, pois pretendia fazê-lo mais tarde naquela mesma noite. Apenas os três diretores da empresa (Florença Ferrari, a diretora editorial, Elaine Ramos, a diretora de arte e Dione Oliveira, o diretor financeiro) foram previamente avisados. A notícia causou grande comoção nas redes sociais por parte de leitores, intelectuais, artistas e escritores.

Na entrevista concedida a Filho, Cosac (2015) cunha como fator decisivo para o fechamento da Cosac Naify a desvirtuação de sua linha editorial original, descrita por ele como “cult” e voltada a professores acadêmicos e estudantes de arte. Essa descaracterização teria relação direta com sua situação financeira deficitária, justamente em função dos altos investimentos em produção gráfica exigidos pelos projetos ousados da editora. Filho (2015) menciona que a Cosac Naify tentou criar fórmulas para cobrir o prejuízo das edições especiais, citando a estratégia da publicação de coleções de literatura a partir de obras em domínio público, sobre a qual o editor afirma que “não queria fazer o que outras editoras já fazem”. (COSAC, 2015) O mercado, da mesma forma, não ajudou.

Ainda assim, o fundador nega que a editora estivesse fechando por falência e revela que o capital investido por ele teria sido de R\$ 70 milhões, dos quais não recebeu de volta um centavo e que, pelo contrário, teria perdido o dobro desse montante. Em entrevista ao canal Globo News poucos dias após o anúncio do fechamento, Cosac enumerou algumas das dificuldades pelas quais a editora estava passando, em meio à crise econômica vivida pelo Brasil: a baixa vendagem dos livros; a demora no pagamento por parte das livrarias, que por

vezes se dava apenas 90 dias após a venda; o aumento do dólar, que impedia a impressão de ser feita no exterior; o aumento de 15% no valor das gráficas brasileiras; e o aumento da inflação no país. (DONO..., 2015)

Na entrevista à Piauí, Cosac (2016) reconhece os erros administrativos e afirma não ser possível colocar toda a culpa do fechamento sobre a economia. O editor faz uma crítica ao próprio mercado:

Ela fechou porque ninguém comprou livro, a resposta é essa. [...] Se as pessoas não compraram, o que que eu podia fazer? Aí no momento em que eu anuncio que vou fechar todo mundo começa a comprar igual louco porque não vai ter? Eu vou responsabilizar quem? [...] É a falta do interesse no nosso material. Em última instância, se todo mundo comprasse livro, ela taria [*sic*] bem. Fechou porque não há interesse em literatura. (COSAC, 2016)

De fato, após o anúncio do fechamento, a média de vendas online cresceu 5 vezes em 1 mês e o site ficou fora do ar. Segundo Abujamra (2016), as vendas do selo triplicaram e o estoque foi reduzido à metade. Longas filas se formaram em frente ao estande da editora na última Festa do Livro da Universidade de São Paulo (USP) da qual participaria, de 9 a 11 de dezembro de 2015, antes mesmo da abertura do pavilhão. Por ser uma das editoras que mais atraíam público, a Cosac Naify era tradicionalmente dona de um dos maiores espaços no evento, onde o desconto mínimo por exemplar é de 50%. Em 2015, ganhou o estande mais nobre da feira, junto à entrada. (MORENO, 2015) Apesar de seu prestígio junto aos leitores, a editora “respondeu em 2014 por apenas 0,69% do faturamento de livro no varejo, segundo a Nielsen, que monitora o mercado editorial”. (PERGUNTAS..., 2015)

Cosac (2015) demonstrou seu desejo na perpetuação das obras de interesse acadêmico do catálogo da Cosac Naify através de outras editoras. Segundo o editor, o destino de cada livro seria definido individualmente em conversa com seu autor. Em dezembro de 2015, foi anunciado acordo com a Companhia das Letras, que passaria a publicar uma importante parcela do catálogo da Cosac Naify sobretudo nas áreas de ficção literária, clássicos, antropologia e literatura infantojuvenil. As editoras Planeta, Edusp, 34, Gustavo Gili, Sesi e Senai também adquiriram partes do catálogo. Já Florencia Ferrari e Elaine Ramos, ex-diretoras da Cosac Naify, estariam se preparando para a criação de uma nova editora. Esta se focará em coleções de design e antropologia, publicando também literatura estrangeira e infantojuvenil. (ABUJAMRA, 2016) Em janeiro de 2016, a Amazon fechou acordo com a Cosac Naify para vender com exclusividade o estoque restante de livros da editora.

A Cosac Naify usará seu nome até dezembro de 2016 para finalizar e publicar as edições de cinco monografias de artistas que já estavam em andamento. O último livro a ser

lançado pela editora será do artista pernambucano Tunga, o mesmo da primeira obra editada em 1997. (*ibid*)

4.1.1 Charles Cosac, o editor

Charles Cosac (Figura 16) nasceu no Rio de Janeiro, em 1964. De origem síria, sua família acumulou fortuna no Brasil através da mineração. Quando criança, sofreu na escola por ser gago e homossexual e enfrentou a relutância do pai em aceitá-lo. Assim, terminado o ensino médio, viajou para o exterior para terminar seus estudos, onde permaneceu por 15 anos, entre a Europa e um período na Rússia. Nesses anos, Cosac conheceu o mundo, consumiu cultura e estudou. Durante seu mestrado em história da arte, na Inglaterra, ajudou a organizar a primeira exposição de arte latino-americana do continente. (ABUJAMRA, 2016)

Figura 16 - Charles Cosac



Fonte: Portal do Estadão.

Quando voltou ao Brasil, em 1996, Cosac tinha o sonho de encontrar um trabalho que desse razão à sua existência. Um ano depois, em 1997, criou, juntamente com o cunhado Michael Naify, a editora Cosac Naify. Durante a maior parte de sua trajetória, a editora se sustentou graças à fortuna familiar dos donos; fortuna essa que também sustenta o próprio editor. Cosac (2016) afirma que tamanha riqueza o infantiliza, por eliminar sua ambição e preocupação com certos aspectos da vida comum. Dessa mesma forma levou a editora: sem cobrar e sem conferir nada. Ele nunca se identificou com a figura de patrão.

A boa vontade de Cosac e Naify em manter a editora operando no vermelho durante tantos anos, nem os dois sócios sabem explicar. Luiz Schwarcz (2016, p. 42) aponta que o espírito da Cosac Naify, desde sua fundação, foi colocar a ousadia gráfica antes mesmo do cálculo empresarial. “Havia um desprendimento que é mais possível para um mecenas do que para quem tem um pé mais firme no mercado”. Filho e Rodrigues (2013, p. 4) cunham Charles Cosac como praticante da “arte de andar na contramão do mercado”.

Cosac (2013) admite não ter paciência para conseguir patrocínios em razão da dificuldade de surgir daí a publicação de um título que ele próprio queira. Como opções, aponta a existência de parcerias e coedições; estas, mais frutíferas. Para o editor, a compra de um dos títulos de seu catálogo por uma editora estrangeira é melhor do que qualquer prêmio.

Apesar do sonho de ser artista plástico, o próprio Cosac reconhece não ter o menor talento para tal. Ele é, de fato, um amante das artes. Colecionador, seu apartamento é repleto de obras, algumas das quais figuras de Jesus Cristo, e paredes, cortinas e carpetes vermelhos inspirados no filme *Gritos e Sussurros*, de Ingmar Bergman. O editor classifica sua relação com as artes visuais, que vem desde sempre, como intuitiva, espontânea, carinhosa e quase infantil. Para ele, as artes têm ligação com o espiritual e o sagrado. Isso é justamente o que o impede de trabalhar em museus ou institutos: “eu não queria nunca que essa relação com as artes visuais fosse adulterada pelo que se fala, pelo que se acredita, pelo que se lê e pelo que eu próprio publiquei e editei”. (COSAC, 2016) A criação e manutenção da Cosac Naify seria em si mesma um forma de exercer sua sensibilidade artística. “A Cosac Naify foi uma maneira de trabalhar com artes visuais sem que eu precisasse ser o autor”. (COSAC, 2012)

Algumas características do editor são muito peculiares. Além de seu vício em Coca-Cola, Cosac fuma cerca de 3 carteiras de cigarro por dia, hábito que considera muito chique. Há 3 anos, o editor já não viaja em função do cigarro. Possui um diamante incrustado nos dentes, que já foi substituído por um rubi, e usa um perfume francês feito especialmente para si e que denunciava sua chegada na editora. Nos primeiros anos da Cosac Naify, era uma figura extravagante, com apreço por roupas coloridas e inusitadas. Hoje em dia, possui mais de 60 túnicas de seda compridas e só usa preto: “é meu luto, minha declaração de tristeza à vida”. (COSAC, 2016)

Seu apelido é Oblomov, alcunha que surgiu quando morou na Rússia. O personagem principal do romance homônimo de Ivan Goncharov, publicado no Brasil pela Cosac Naify, vive de herança e passa as primeiras 150 páginas do livro procrastinando entre a cama e o sofá. Em entrevista à *Piauí*, Cosac (2016) cita, além de Oblomov, o personagem Jean des Esseintes, criado pelo francês Joris-Karl Huysmans, para ilustrar seu próprio ritmo de vida:

São pessoas que não têm interesse pelo vigente. São pessoas mais voltadas pra si e pro seu próprio ritmo de produção, que geralmente é muito lento. São pessoas que não se sentem mal por não acompanhar o ritmo que a vida impõe e criam o seu próprio ritmo de vida. São pessoas que têm muita dificuldade com agenda e horários, com compromissos, com obrigações, com verdades aceitas. Não são pessoas que contestam. São pessoas silenciosas, que escutam mais do que falam. São pessoas que não se importam tanto. São pessoas que não têm medo de morrer e veem a morte como um sono eterno. E até gostam da ideia porque ficam muito deitadas na cama. Mas eu sou meio híbrido. Eu sou Oblomov. (COSAC, 2016)

Para Charles Cosac, o trabalho na editora passou a ser sua vida, e considera que deu tudo de si para a Cosac Naify. Segundo Abujamra (2016, p. 42), “a Cosac Naify era tocada com muita paixão e pouco método”, e não havia estrutura empresarial com foco no desempenho econômico. A maioria das editoras, por exemplo, contrata profissionais terceirizados para o fazer o design das capas de seus livros, aplicando-os modelos de miolo padrão. Essa prática, que reduz custos, na avaliação de Cosac reduz consideravelmente o potencial das obras. Dessa forma, cada projeto era pensado de forma especial e única, atendendo ao desejo dos dois sócios de elevar o padrão dos livros brasileiros tanto do ponto de vista físico quanto intelectual.

Cosac sempre foi muito ligado à sua mãe. Sua vida oscilou durante anos entre a casa materna, situada no prédio vizinho ao seu, e a editora, a 2 quarteirões de distância. Aos poucos, foi se afastando desta e passou a trabalhar em seu apartamento ou em uma pequena sala no depósito da Cosac Naify, junto aos estoques. (ABUJAMRA, 2016)

Na manhã do dia 31 de novembro de 2015, quem mandou e-mail para Charles Cosac recebeu, como resposta automática, a letra da canção Meu Mundo Caiu. No dia anterior, o editor havia optado em definitivo pelo encerramento das atividades da Cosac Naify, deixando claro o motivo por trás de sua decisão: “Eu vejo a editora se descaracterizando, se afastando daquilo que fez dela tão querida, e prefiro encerrar as atividades a buscar uma solução que possa comprometer seu passado”. (COSAC, 2015) Ele citou, ainda, a dificuldade em dar continuidade à publicação de obras de interesse mais restrito. Vender a editora, no entanto, jamais foi considerada uma saída. Além de julgar humilhante a venda de um nome que não é só seu, Cosac (2016) diz que se reserva o direito de “descriar” aquilo que criou, revelando, ainda, sua ideia inicial de que a editora tivesse começo, meio e fim. O fundador não queria que a Cosac Naify chegasse aos 20 anos.

Sobre os resultados obtidos, Cosac considera que o balanço foi positivo. Para além dos 1600 livros publicados, reconhece sua ousadia editorial e os avanços em diversas áreas. Em relação à decisão de abrir a editora e ao seu percurso, atesta: “Me sinto um homem realizado. [...] Sou feliz, faria tudo de novo”. (COSAC, 2013, p. 5)

4.2 Edições exemplares

A fim de ilustrar o trabalho realizado pela Cosac Naify nas construções gráfica, material e editorial de seus livros, a seguir, realizará-se a análise de obras selecionadas pela autora do presente trabalho. Tomando como base os conceitos abordados e discutidos no referencial teórico desta pesquisa, elaborou-se o quadro que servirá de guia para tal (Quadro 4).

Quadro 4 – Guia para análise das obras selecionadas

Guia para análise
<p>1) Identificação</p> <p>1.1) Título</p> <p>1.2) Autor</p> <p>1.3) Data de lançamento</p> <p>1.4) Coleção</p> <p>1.5) Sinopse</p> <p>1.6) Projeto gráfico</p> <p>1.7) Ilustrador</p> <p>1.8) Edição/Co-edição</p> <p>1.9) Preço de capa</p> <p>1.10) Prêmios</p> <p>1.11) Impressão</p> <p>2) Projeto gráfico</p> <p>2.1) Dados gerais</p> <p>2.1.1) <i>Formato</i></p> <p>2.1.2) <i>Lombada</i></p> <p>2.1.3) <i>Acabamento</i></p> <p>2.2) Capa</p> <p>2.2.1) <i>Papel</i></p> <p>2.2.2) <i>Cor</i></p> <p>2.2.3) <i>Grid</i></p> <p>2.2.4) <i>Tipografia</i></p> <p>2.2.5) <i>Imagens</i></p> <p>2.2.6) <i>Outros recursos</i></p> <p>2.3) Miolo</p> <p>2.3.1) <i>Estrutura</i></p> <p>2.3.2) <i>Página capitular</i></p> <p>2.3.3) <i>Página de texto</i></p> <p>2.3.4) <i>Página de iconografia</i></p> <p>2.3.5) <i>Papel</i></p> <p>2.3.6) <i>Cor</i></p> <p>2.3.7) <i>Grid</i></p> <p>2.3.8) <i>Tipografia</i></p> <p>2.3.9) <i>Imagens</i></p> <p>2.3.10) <i>Outros recursos</i></p>

Fonte: Elaborado pela autora.

4.2.1 A coleção Portátil

Historicamente, os livros de bolso desempenharam um papel de suma importância no processo de difusão do livro. O formato, tradicionalmente, é comercializado em pontos de venda diversos e apresenta edições simples e de grande tiragem, atraindo leitores por sua praticidade e baixo preço. No Brasil, atualmente, diversas editoras investem em coleções de livros de bolso. Além da coleção Portátil, da Cosac Naify, destacam-se L&PM Pocket, da editora L&PM; Companhia de Bolso, da editora Companhia das Letras; o selo Ponto de Leitura, da editora Objetiva; BestBolso, do Grupo Editorial Record; e Bolso de Luxo, da editora Zahar. Bem como a coleção Portátil, as edições Bolso de Luxo diferenciam-se das demais por apostarem, como o nome sugere, em edições diferenciadas, apresentando livros em capa dura e papel Pólen (este último está presente na maior parte do catálogo).

A coleção Portátil, da Cosac Naify, foi lançada em 2012 e publicou, até 2015, 30 volumes das áreas de literatura, arte, antropologia e cinema. A unidade visual das capas se dá pela repetição de elementos como cores, formas, posição do logotipo da editora e identificação da coleção e respectivo número do volume no canto superior direito. O jogo com as formas das letras do logotipo da Cosac Naify diferencia os volumes entre si, bem como a variação tipográfica entre normal e bold utilizada na identificação de autor e título do livro e o posicionamento dessas informações. (Figura 17)

Figura 17 - Os 6 primeiros volumes da coleção Portátil



Fonte: Imagem de divulgação da editora Cosac Naify.

O conceito de coleção que norteia o projeto gráfico se sobrepõe às peculiaridades de enredo e tema de cada título publicado. Na primeira edição da coleção Portátil, quem assina o projeto gráfico é a própria editora. Em vídeo¹⁴ disponibilizado no canal do YouTube da Cosac Naify, é possível ver a então diretora de arte Elaine Ramos acompanhando o processo de impressão dos volumes. Os preços de capa de cada livro variam bastante em função de seu tamanho, indo de R\$ 15,90 (como A Festa de Babette, de Karen Blixen, de 64 páginas) a R\$

¹⁴ Disponível em: <<http://migre.me/u5Qbj>>. Acesso em: 04 jun. 2016.

43,00 (como O Fim da História da Arte, de Hans Belting, de 448 páginas). A impressão foi realizada na Geográfica¹⁵.

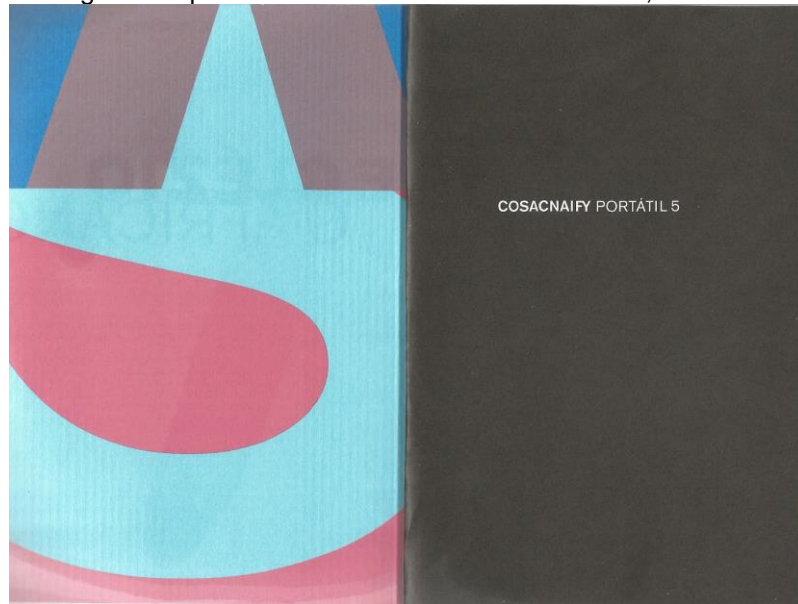
Cada volume, em brochura, mede 12 x 17 cm e sua lombada identifica o nome do autor, em tipografia bold, e o título do livro, em tipografia normal. O acabamento da coleção Portátil merece especial atenção por envolver elementos fora do padrão dos livros de bolso. As tintas usadas para impressão frente e verso das capas são fluorescentes, efeito possível apenas a partir da utilização de tintas especiais. Há também aplicação de textura nas capas. Os cadernos dos livros da coleção Portátil são costurados com linha colorida, e não colados. Esse fator confere ao livro maior flexibilidade do que o acabamento de colagem dos cadernos. As capas das edições contam, ainda, com laminação que confere sensação macia e levemente aveludada ao toque.

Os livros são impressos em papel importado Munken. Os matizes, saturações e luminosidades de cor presentes nas capas trabalham em prol da unidade visual da coleção, repetindo-se nos diferentes volumes. O grid da capa é modular, sendo visíveis as linhas horizontais que norteiam a distribuição das informações na primeira capa. Essas linhas permitem dinamismo no posicionamento do nome do autor e título da obra, garantindo, ainda assim, a unidade entre as capas. A tipografia utilizada em todas as capas, para título e autor da obra, nome da coleção e sinopse é a Akzidenz-Grotesk Pro, fonte sem serifa transicional. As capas não apresentam imagens; o fundo é composto apenas de formas em cores chapadas.

Na **parte pré-textual**, composta por falsa folha de rosto, folha de rosto e sumário, quando presente, destaca-se a presença de folhas com impressão de fundo preto, a exemplo da Figura 18. A **parte textual** é composta apenas de fólio e iconografia, quando presente. A **parte pós-textual** apresenta informações sobre o autor do volume, bibliografia e colofão, com informações sobre a fonte, o papel, a tiragem e a impressão.

¹⁵ Gráfica localizada no estado de São Paulo.

Figura 18 - Segunda capa e falsa folha de rosto de O Africano, de Le Clézio



Fonte: LE CLÉZIO, 2012, p. 1.

O miolo dos livros não apresenta página capitular, porém os subtítulos internos diferenciam-se pelo emprego da fonte Akzidenz-Grotesk Pro. Nas páginas de texto, tanto as margens quanto o tamanho das letras e o espaçamento entre as linhas foram delimitados de forma a propiciar a legibilidade, sem economia de espaço. Na edição de O Africano, de Le Clézio, por exemplo, cada fotografia reproduzida ocupa uma página exclusiva e sem numeração. A distribuição dos conteúdos reflete o respeito da editora ao conforto e clareza na leitura (Figura 19).

Figura 19 - Miolo do livro “O Africano”, de Le Clézio



Fonte: LE CLÉZIO, 2012, p. 48-49.

O papel do miolo, Munken 100 g/m², é de alta opacidade. Apesar de menos amarelado que o papel Pólen, por exemplo, esse papel proporciona mais conforto aos olhos do que um papel alvo e apresenta textura extremamente suave. O grid do miolo é de uma coluna. Foi utilizada a fonte More Pro, fonte serifada transicional, na composição do texto. Aqui, destaca-se o cuidado da Cosac Naify em informar os nomes das fontes utilizadas no colofão, o que nem sempre é feito por outras editoras. As imagens presentes no miolo das edições são reproduzidas em preto e branco, acompanhando a impressão das páginas de texto.

O cuidado dispensado pela Cosac Naify em suas edições de bolso, formato tradicionalmente econômico, é uma característica da prática dos bons designers apontada por Cardoso (2012): a excelência da realização e do acabamento relacionada à “artesanaria”, ou seja, “um grau alto de atenção ao detalhe e de cuidado na execução, oriundos de um senso peculiar de orgulho no trabalho, do prazer em fazer benfeito”. (CARDOSO, 2012, p. 247) A coleção Portátil lança mão da economia de custos como direitos autorais e tradução por relançar, em novo formato, títulos que já faziam parte do catálogo da Cosac Naify. Não economiza, entretanto, em detalhes que poderiam comprometer a qualidade e a inventividade do projeto gráfico da coleção.

4.2.2 A coleção Moda Brasileira

A coleção Moda Brasileira é composta por 5 livros, cada um sobre a trajetória de um estilista brasileiro diferente, sendo eles: 1 - Alexandre Herchcovitch; 2 - Gloria Coelho; 3 - Lino Villaventura; 4 - Ronaldo Fraga; 5 - Walter Rodrigues. Lançada em 2007, a coleção conta com projeto gráfico de Elaine Ramos e organização de João Rodolfo Queiroz e Reinaldo Botelho. Os livros foram realizados com patrocínio do Morumbi Shopping, de São Paulo, e distribuídos normalmente nas livrarias físicas e virtuais. Os volumes 1, 3 e 4 foram comercializados com preço de capa de R\$ 64,00, enquanto os volumes 2 e 5 foram vendidos por R\$ 69,00 e R\$ 63,00, respectivamente. Os 5 volumes poderiam, ainda, ser adquiridos em conjunto por R\$ 240,00, acondicionados em um box especial que deixava à mostra as lombadas dos livros (Figura 20). O fato de os 5 livros não apresentarem o mesmo preço de capa, apesar de terem o mesmo formato e número de páginas, e o valor reduzido do box refletem a falta de critério adotada pela editora na precificação de seus produtos.

Figura 20 – Box da coleção Moda Brasileira



Fonte: Imagens de divulgação da editora Cosac Naify.

O portal de notícias focado em moda Fashion Forward assinalou, na ocasião do fechamento da Cosac Naify, a importante contribuição da editora para a ampliação do catálogo de livros sobre moda no Brasil. A respeito das coleções Moda Brasileira e Moda Brasileira II (uma segunda edição, com 5 novos livros, foi lançada em 2008), o portal destaca o “projeto gráfico primoroso”, premiado internacionalmente. (FECHADA...,2015) Ambas foram escolhidas para exposição na segunda edição da Bienal Ibero-americana de Design realizada na cidade de Madrid, em 2010. Por seu projeto gráfico, a Coleção Moda Brasileira (Figura 21) recebeu os prêmios 50 Books/50 Covers, da AIGA¹⁶, Aloísio Magalhães, da Fundação Biblioteca Nacional e Max Feffer, da Suzano Papel e Celulose. A impressão foi realizada na Geográfica. A gráfica e a produtora gráfica Letícia Mendes, da Cosac Naify, foram premiadas pela COLATINGRAF¹⁷ na categoria “Impressos a 4 ou mais cores com capa artesanal”, no XVII Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo De Nigris, em 2008.

¹⁶ Sigla do American Institute of Graphic Arts, com sede em Nova York, nos Estados Unidos.

¹⁷ Sigla da Confederação Latino-Americana da Indústria Gráfica.

Figura 21 - Coleção Moda Brasileira



Fonte: Imagens de divulgação da editora Cosac Naify.

Cada livro mede 14 x 20 cm e possui 160 páginas. O destaque do projeto gráfico fica por conta do acabamento de um elemento extratextual: as lombadas de cada livro, descobertas, deixam à mostra as linhas e a costura entre os cadernos (Figura 22). Através delas, o projeto gráfico dos livros da Cosac Naify evidencia um ponto de contato com a própria moda. Em cada volume a costura é feita com uma cor de linha: Alexandre Herchcovitch - rosa fluorescente; Gloria Coelho - cinza claro; Lino Villaventura - cinza chumbo; Ronaldo Fraga - roxo; Walter Rodrigues - cinza chumbo.

Figura 22 - Detalhe das lombadas dos livros da coleção Moda Brasileira



Fonte: Fotografia da autora.

Em razão desse acabamento, primeira e quarta capas são dobradas ao meio e posteriormente coladas ao miolo pela falsa folha de rosto. Outro elemento extratextual de destaque na edição é a sobrecapa que acompanha cada volume, em papel que varia de um estilista para o outro. Observam-se as diferentes sobrecapas na Figura 21.

A capa é feita em papel cartão duplex, impresso em cores e estilos que variam conforme o trabalho de cada estilista. O grid da capa é de uma coluna, estando os títulos de cada obra posicionados exatamente na mesma posição em função da altura das sobrecapas. Os

títulos são o único elemento tipográfico presente, em fonte Whitney (a mesma utilizada nos miolos); ademais, as capas são iconográficas.

O 5 volumes apresentam basicamente a mesma estrutura. A **parte pré-textual** se constitui por falsa folha de rosto, folha de rosto, sumário e prefácio, com texto assinado por diferentes especialistas em moda, variando de volume para volume. Entre falsa folha de rosto e folha de rosto, cada volume contém número variável de páginas iconográficas. A **parte textual** se constitui majoritariamente de iconografia, com fotografias dos trabalhos de cada estilista, e legendas referentes às mesmas. Cada volume conta, ainda, com um texto adicional a respeito do estilista assinado, novamente, por autores versados no assunto. O livro sobre Alexandre Herchcovitch conta com texto assinado pelo próprio Charles Cosac. O fôlio se dá de acordo com a existência ou não de espaço livre para tal e começa a partir da primeira página do prefácio, contrariando o que sugere Araújo (2008). A **parte pós-textual** dos livros contém um apêndice, com cronologia da vida de cada estilista; bibliografia¹⁸; e colofão, com informações sobre a fonte, o papel, a tiragem e a impressão. Entre o colofão e a terceira capa, cada livro conta, mais uma vez, com número variável de páginas iconográficas que fazem a transição do leitor em direção ao final do livro.

Grande parte das páginas do miolo dos livros é iconográfica, sendo as páginas de texto (prefácio e textos sobre os estilistas) também repletas de imagens. Por essa razão, também não apresentam página capitular. As legendas são responsáveis por identificar e dividir os diferentes trabalhos dos estilistas retratados nas obras.

Papel e tipografia do miolo são comuns a todos os volumes da coleção. O papel utilizado no miolo dos livros é o Couchê fosco. Por sua alvura, é um papel ideal para reprodução de imagens em policromia (ARAÚJO, 2008), sendo oportunamente utilizado na coleção Moda Brasileira por sua riqueza de imagens impressas a cores. O Couchê possui alta opacidade e textura muito lisa. A espessura do papel utilizado na coleção é alta, o que resulta em um livro bastante pesado. Cada volume pesa em torno de 440g, segundo informações disponibilizadas pela editora. A família tipográfica escolhida para as legendas, prefácios e textos foi a Whitney, fonte sem serifas humanista com aspecto claro e elegante. As legendas e demais textos são escritos em estilos diversos, dialogando com os detalhes do projeto gráfico que são peculiares ao miolo de cada volume. O grid dos 5 livros é similar e móvel. A maioria das páginas contém apenas uma fotografia, que muitas vezes a ocupa a página inteira. As

¹⁸ No rodapé da página, a mensagem “A editora fez todos os esforços para localizar os detentores dos direitos sobre as imagens e agradece qualquer informação a respeito” demonstra o cuidado dispensado pela Cosac Naify ao fazer o levantamento das imagens publicadas.

demais páginas utilizam-se do respiro das margens de forma flexível, evitando que o grid se torne duro ou monótono (Figura 23).

Figura 23 - Páginas do miolo dos livros da coleção Moda Brasileira, em ordem



Fonte: HERCHCOVITCH, 2007; COELHO, 2007; VILLAVENTURA, 2007; FRAGA, 2007; RODRIGUES, 2007.

O projeto gráfico e a proposta editorial unem os livros em uma coleção. Cada volume também procura, entretanto, traduzir graficamente a personalidade do estilista, trazendo ao menos um elemento que o destaca dos demais. No livro de Alexandre Herchcovitch, todos os textos estão escritos na orientação vertical, exigindo um giro de 90° para que se realizem as leituras. No livro de Gloria Coelho, predominam o branco e os cinzas luminosos. Ao contrário dos demais volumes, cujas lombadas são extremamente coloridas, a lombada do livro de Gloria Coelho é sóbria, totalmente branca e costurada com linhas cinza claro. As cores neutras são também as que predominam no trabalho da estilista. Já o trabalho de Lino Villaventura possui maior apelo dramático e a cor que domina é a preta. Seu livro contém diversas páginas duplas com detalhes de seus figurinos. O livro de Ronaldo Fraga é bastante ilustrado. As ilustrações e demais motivos gráficos presentes nos desfiles, por vezes, se sobrepõem às fotografias ou as extrapolam, criando um diálogo peculiar entre as estas e o suporte do próprio livro. Já no livro de Walter Rodrigues diversas imagens aparecem aplicadas sobre fotografias de cadernos abertos, mimetizando o mesmo objeto que o leitor tem em mãos (Figura 23).

4.2.3 O livro *Bonsai*, de Alejandro Zambra

A Cosac Naify foi a primeira editora das obras do escritor chileno Alejandro Zambra no Brasil. Iniciou com o lançamento dos títulos *Bonsai* e *A Vida Privada das Árvores*, em 2013. Em 2014 e 2015 foram as vezes de *Formas de Voltar para Casa* e *Meus Documentos*, respectivamente. Os quatro livros constituem uma coleção, unida em função de seu projeto gráfico (Figura 24).

Figura 24 - Livros de Alejandro Zambra lançados no Brasil pela Cosac Naify



Fonte: Imagens de divulgação da editora Cosac Naify.

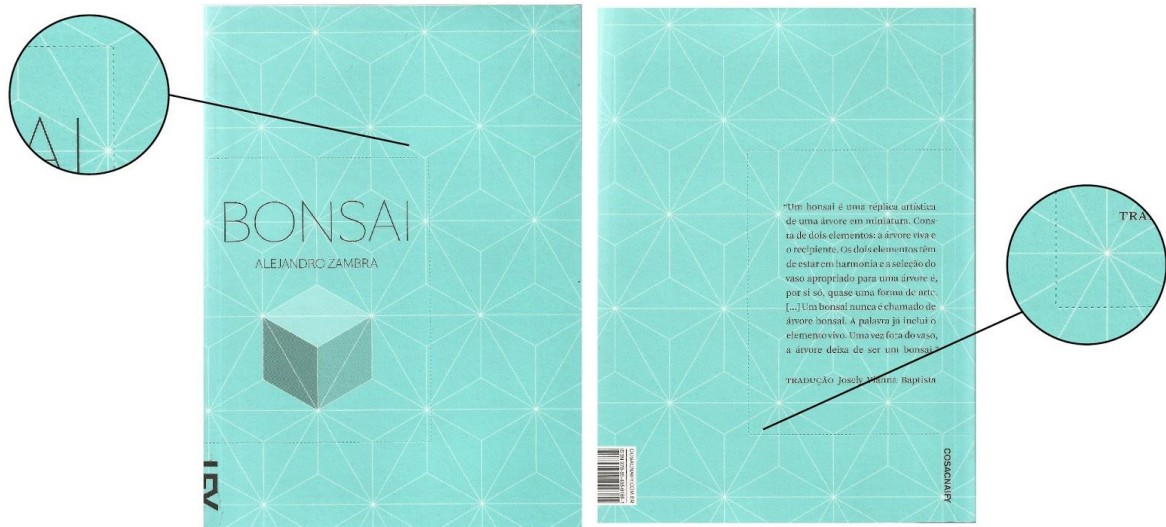
Dentre os quatro títulos, a edição de *Bonsai* merece especial destaque. *Bonsai* foi o romance de estreia de Zambra, lançado em 2006. A história conta sobre o começo e o fim do amor de Julio e Emilia de forma breve, objetiva e densa. Desde a primeira linha, o leitor já sabe o que está reservado para os dois personagens principais: “No final ela morre e ele fica sozinho”. (ZAMBRA, 2013, p. 10) O projeto gráfico do livro, da designer Flávia Castanheira, foi pensando e executado de forma peculiar, unindo a forma material do objeto ao conteúdo da obra do escritor chileno. A coordenação editorial é de Emilio Fraia, que assina também o texto das orelhas. O preço de capa de *Bonsai* é R\$ 27,00 e a impressão foi realizada na Geográfica.

Bonsai é leve e fino, medindo 16 x 22 x 0,6 cm. Na edição da Cosac Naify, o livro inteiro conta com apenas 96 páginas. A lombada indica o sobrenome do autor e o título da obra. O acabamento se dá em brochura com a capa colada aos cadernos do miolo, costurados com linha branca.

Seu grande diferencial se enquadra naquilo que Cardoso (2012) descreve como a inventividade da linguagem, ou seja, a importância do design em conjugar diferentes linguagens. No caso de *Bonsai*, o projeto gráfico conjuga de forma criativa e inovadora a linguagem visual e material do livro com o conteúdo do texto de Alejandro Zambra. Estendendo-se da primeira à quarta capa do livro, passando pela lombada, marcas de picote

indicam que o leitor poderia cortá-lo no local indicado, como se podasse um bonsai (Figura 25).

Figura 25 - Primeira e quarta capas de Bonsai



Fonte: Elaborado pela autora a partir de ZAMBRA, 2013.

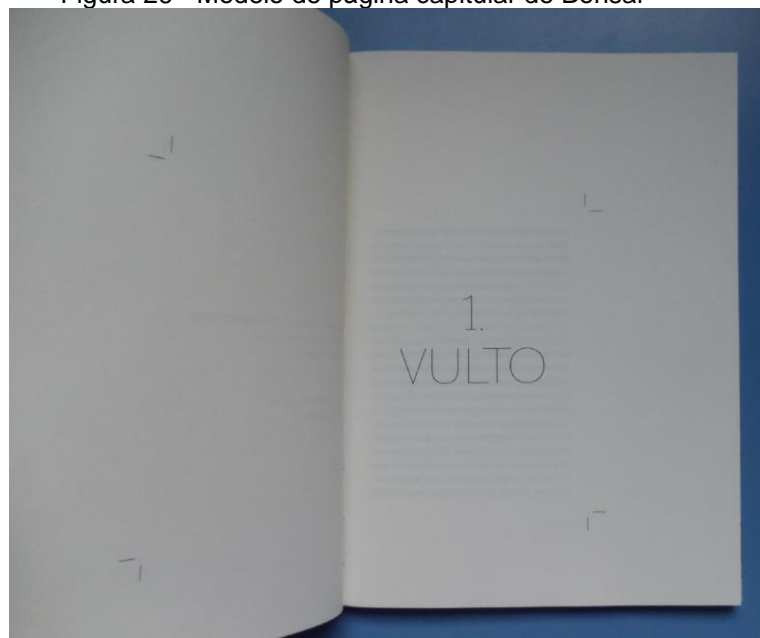
O arranjo dos elementos nas capas e no miolo do livro permitem que esse corte, de fato, seja feito. A saturação da cor da capa é comum às demais capas dos livros de Alejandro Zambra lançados pela Cosac Naify. A diferenciação se dá pela matiz da cor (que, em Bonsai, é azul) e pela luminosidade (o livro *Meus Documentos*, por exemplo, possui cor de capa também azul, porém menos luminosa). O grid da capa é de uma coluna e seu espaço está delimitado em função das marcas de picote, estando título da obra, nome do autor e grafismo centralizados na primeira capa e a sinopse centralizada na quarta capa. A tipografia utilizada na sinopse é a mesma do miolo, Arnhem, fonte serifada moderna. A tipografia utilizada na primeira capa e na lombada, bem como nas páginas capitulares, não está indicada no colofão. A escolha de uma fonte fina, geométrica e sem serifas, entretanto, se justifica em função de seu uso pontual em informações breves e marcantes e dialoga com o projeto gráfico delicado empreendido na obra como um todo.

A primeira e a quarta capas apresentam linhas de fundo que formam um padrão geométrico, assim como os demais livros de Zambra publicados pela editora. Dobradas para dentro, constituem as duas orelhas do livro, de tamanho quase igual ao das próprias capas. A segunda e a terceira capas, bem como o verso das orelhas, possuem grafismo criado a partir do padrão de fundo da primeira e segunda capas.

Na **parte pré-textual**, encontram-se a falsa folha de rosto; a folha de rosto, com título e autor da obra e nome da tradutora; a dedicatória; e a epígrafe. Na **parte textual**, cada

capítulo da obra conta com sua própria página capitular, a exemplo da Figura 26. O fólio se encontra a partir da primeira página de texto, seguindo a indicação de Araújo (2008) de que não deve ser feita numeração entre a falsa folha de rosto e o início do prefácio nem nas páginas capitulares. As cabeças do livro, contrariando o padrão, aparecem junto ao fólio e indicam o título da obra (constante geral) e o título do capítulo (constante parcial). A **parte pós-textual** se constitui de apenas dois elementos: um apêndice, com informações a respeito do autor, Alejandro Zambra, e o colofão, com os dados da fonte e papel utilizados, impressão e tiragem.

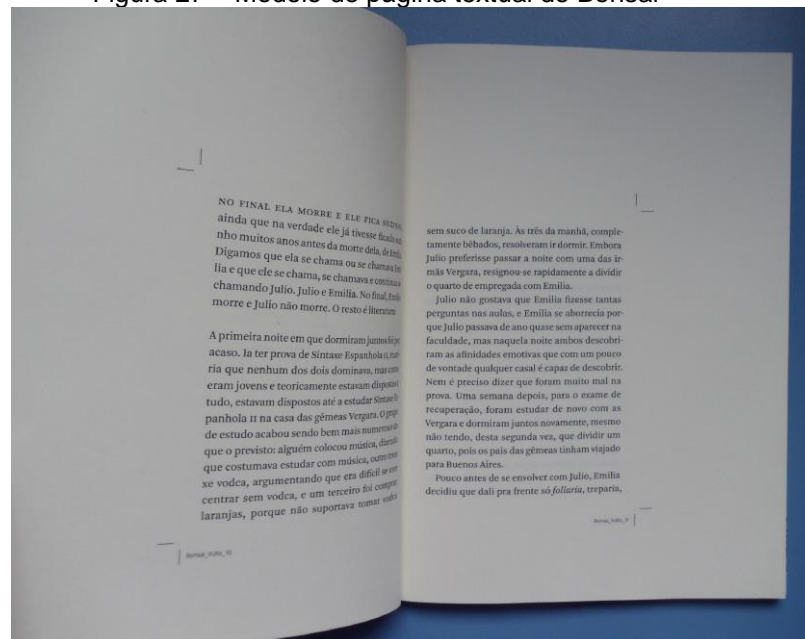
Figura 26 - Modelo de página capitular de Bonsai



Fonte: ZAMBRA, 2013, p. 8-9.

O miolo do livro é composto de páginas exclusivamente textuais (Figura 27), não apresentando nenhuma página iconográfica. Pode-se afirmar que tanto o papel quanto a tipografia utilizada no corpo do texto contribuem para a legibilidade da obra. O papel do miolo, Pólen Soft 80 g/m², proporciona, em função de sua cor levemente amarelada, bastante conforto aos olhos no momento da leitura. A opacidade mediana do papel permite que se enxergue através da folha o impresso no verso de forma suave. Essa característica, entretanto, não compromete a legibilidade geral da obra. A tipografia utilizada no texto é a Arnhem, acomodada com um bom espaçamento de entrelinhas.

Figura 27 – Modelo de página textual de Bonsai



Fonte: ZAMBRA, 2013, p. 10-11.

O arranjo do texto no miolo, justificado, se dá conforme o mesmo grid de uma coluna delimitado pelas marcas de picote na capa. Reforçando a ideia de um possível corte, em todas as páginas do livro estão indicadas as marcas de corte empregadas na produção gráfica (Figura 28), que têm como função guiar a guilhotina na fase de acabamento de um material impresso.

Figura 28 – Marcas de corte no miolo de Bonsai



Fonte: ZAMBRA, 2013, p. 2-3.

Conforme descrição empregada pelo próprio Zambra no livro, um bonsai “consta de dois elementos: a árvore viva e o recipiente. Os dois elementos têm de estar em harmonia e a

seleção do vaso apropriado para uma árvore é, por si só, quase uma forma de arte”. (ZAMBRA, 2013, p. 80) Segundo a designer Flávia Castanheira, “o projeto parte deste conceito e traz um livro em miniatura dentro do livro”¹⁹. Metaforicamente, pode-se considerar o texto de Zambra a “árvore viva” e o livro, enquanto objeto, como seu “recipiente”. Na edição da Cosac Naify de Bonsai, a concepção do projeto gráfico apropriado ao texto une forma e conteúdo com maestria.

4.2.4 A edição de Decameron, de Giovanni Boccaccio

A Cosac Naify publicou, ao longo de sua história, diversas obras de literatura em domínio público. Para estas, apostou na exuberância do projeto gráfico e no cuidado editorial como diferenciais marcantes. O clássico Decameron, de Giovanni Boccaccio, ganhou nova edição em 2013, em homenagem aos 700 anos do nascimento do autor. O Decameron é uma coleção de 100 histórias narradas por sete damas e três cavalheiros, escritas em meados do século XIV. Contanto histórias de amor que vão do trágico ao erótico, a obra é considerada um marco realista.

A edição da Cosac Naify reúne 10 novelas selecionadas das 100 escritas originalmente, com seleção, tradução e prefácio assinados por Maurício Santana Dias. O projeto gráfico é de Elaine Ramos e Tereza Bettinardi, a coordenação editorial, de Marta Garcia e as ilustrações, do artista brasileiro Alex Cerveny. O preço de capa do livro é R\$ 89,00 e a impressão foi feita na OGI²⁰, na China. A edição foi premiada por seu projeto gráfico e suas ilustrações no 56º Prêmio Jabuti, em 2014.

O Decameron da Cosac Naify mede 18,6 x 27,7 cm e é um livro de capa dura, revestida com papel encorpado e levemente texturizado. Esse mesmo papel é usado nas folhas de guarda, que colam a capa dura ao miolo. A lombada do livro traz o nome do autor e da obra impressos em estampagem laminada a frio dourada e ornamento ilustrado por Alex Cerveny. A edição traz, ainda, uma fita de cor azul royal destinada à marcação de página e o detalhe do refile irregular das folhas do miolo.

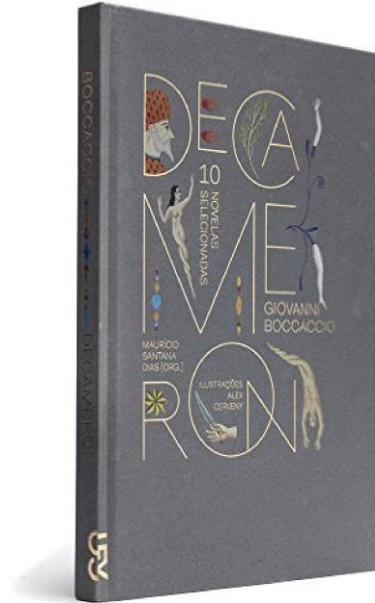
A primeira capa (Figura 29) possui ilustrações de Alex Cerveny e aplicação de estampagem laminada a frio dourada, esta também presente na quarta capa. A aplicação do logotipo da editora se dá no mesmo acabamento. A sobriedade da cor cinza de fundo, aliada ao traço e à saturação das cores das ilustrações, contribui com a elegância visual do livro. Seu

¹⁹ Disponível em <<http://migre.me/u52yB>>. Acesso em 21 mai 2016.

²⁰ Sigla da Oceanic Graphic International Inc., grupo gráfico internacional.

refinamento tátil se dá pelo papel levemente texturizado que reveste a capa, de toque semelhante a tecido.

Figura 29 - Decameron, de Giovanni Boccaccio



Fonte: Imagem de divulgação da editora Cosac Naify.

A tipografia utilizada na primeira capa é a Fakt, fonte sem serifa transicional. Os caracteres que compõem o título da obra são trabalhados individualmente em diferentes tamanhos e posicionamentos, interagindo entre si (como a letra A, alocada dentro da letra C, e as letras O e N sobrepostas) e dialogando com as ilustrações da capa. A clareza da fonte, bem como sua espessura fina, corrobora o tom refinado da peça. O grid da primeira e da quarta capas acompanha o grid do miolo do livro, desenhado a partir do diagrama de Villard de Honnecourt.

O miolo do livro é composto por 8 cadernos costurados. Os dois primeiros compreendem a **parte pré-textual** do livro: falsa folha de rosto; duas folhas de rosto (a primeira traz o título da obra e do autor e a segunda, os nomes do organizador e tradutor e do ilustrador); sumário; página capitular do prefácio; e prefácio. Os 6 cadernos seguintes compreendem as partes textual e pós-textual. A **parte textual** apresenta página capitular, sempre à esquerda (Figura 30), fólio, cabeças, notas e iconografia. As cabeças estão presentes apenas nas páginas capitulares, marcadas por uma ilustração de Alex Cerveny do tamanho da mancha gráfica delimitada pelo grid, e informam o número da novela e seu título (constantes parciais). A **parte pós-textual** traz informações sobre o organizador e tradutor e sobre o ilustrador e colofão, com informações sobre a edição, as ilustrações, as fontes, a tiragem, o papel e a impressão.

Figura 30 - Exemplo de página capitular de Decameron

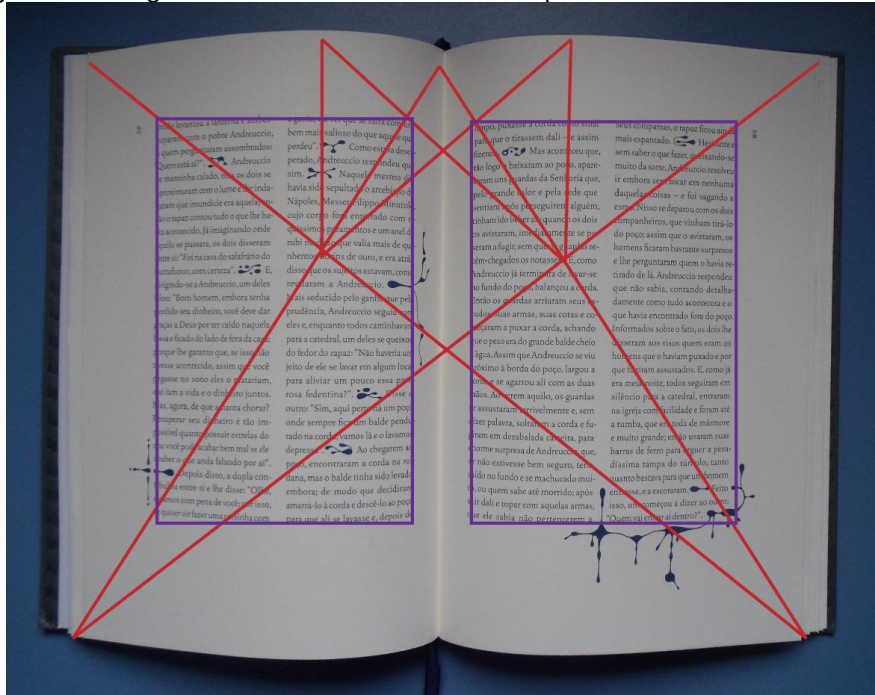


Fonte: BOCCACCIO, 2013, p. 62-63.

Os dois primeiros cadernos do miolo, suportes da parte pré-textual, são impressos em papel White Royal 120 g/m², um papel muito alvo, fosco e de textura lisa. Os cadernos seguintes, que compreendem as partes textual e pós-textual, são impressos em papel Yu Long Pure 150 g/m². O papel escolhido para essas duas partes, apesar de levemente amarelado, favorece a reprodução das ilustrações originais feitas em aquarela, trazendo como resultado uma impressão de cores muito vivas e que mantêm o aspecto aquarelado. Os papéis encorpados usados no miolo, ambos de grande opacidade, resultam em uma edição igualmente encorpada. Suas apenas 128 páginas, somadas à capa, resultam em um livro de 1,8 cm de espessura.

Tanto o grid do livro quanto a iconografia empregada refletem sua característica mais marcante: o estilo gráfico semelhante aos livros copiados e ilustrados pelos copistas. O próprio Boccaccio foi um copista e o ilustrador Alex Cerveny buscou inspiração nos manuscritos executados pelo autor na Biblioteca Nacional de Paris e na Biblioteca do Estado em Berlim. O grid é de duas colunas, assim como o dos manuscritos contemporâneos a Boccaccio. As margens das páginas foram definidas a partir do diagrama de Villard de Honnecourt (Figura 31). As tipografias utilizadas no miolo são a Fakt, mesma da primeira capa, empregada nas partes pré e pós-textual, e a Vendetta, fonte serifada humanista, empregada na parte textual.

Figura 31 - Diagrama de Villard de Honnecourt aplicado ao miolo de Decameron



Fonte: Elaborado pela autora a partir de BOCCACCIO, 2013.

Toda a iconografia se dá através de ilustrações, incluindo letras capitulares no início de cada novela e ornamentos que permeiam o texto, em alusão às iluminuras presentes nos manuscritos dos copistas (Figura 32). Não há espaços em branco ao fim das novelas: a diagramação dos textos e colocação das ilustrações preenchem todo o espaço delimitado pelo grid da página.

Figura 32 - Ilustrações no miolo de Decameron



Fonte: BOCCACCIO, 2013, p. 60-61.

A abordagem do conceito (HASLAM, 2007) buscou aproximar o livro moderno da Cosac Naify aos livros escritos e ilustrados à mão pelos copistas, retendo uma mensagem que se expressa através do grid e da tipografia e dos demais elementos gráficos, como as ilustrações, as letras capitulares e os ornamentos do texto. Nessa edição do Decameron, de Giovanni Boccaccio, o projeto gráfico, o zelo editorial e a atenção aos detalhes fazem de uma obra em domínio público um objeto de desejo, com valor agregado ao produto em função de seu design.

4.3 Discussão dos resultados

O livro é também suporte. Por mais que sua apresentação tenha mudado e ainda esteja por mudar, a materialidade, de alguma forma, ainda se fará presente. Ela é o que torna o conhecimento palpável, visível e acessível. É verdade que, ainda hoje, o acesso à informação é um privilégio, seja por fatores econômicos, seja por fatores sociais. A história do livro demonstra, entretanto, seu papel incontestável na difusão do saber humano.

Charles Cosac, durante 15 anos de sua juventude, estudou no exterior, consumiu cultura e acumulou experiências. Seu amor pela arte sempre falou alto, e ele encontrou, no meio editorial, uma forma de expressá-lo sem precisar ser autor. Mesmo atestando sua própria inabilidade para ser artista, é inegável que Cosac seja criador.

Enquanto editor, Charles Cosac cumpriu de forma exemplar o cerne de sua função, apontado por Araújo (2008) como sendo o cuidado com a preparação de um original, sem jamais deixar de lado a preocupação com a forma material. O fundador fez questão de publicar no Brasil obras que ele próprio adorava, como as monografias de artistas e o romance *Oblomov*, de Goncharov. A escolha do catálogo por Cosac, sua irmã Simone e o cunhado Michael Naify, nos primórdios da editora, mostrou-se de cunho bastante pessoal, característica que a editora jamais perdeu por completo até o momento em que fechou as portas. Cosac publicou muitas obras de seu agrado e demonstrou dar imensa importância ao legado intelectual que deixaria para o Brasil. A entrada de Augusto Massi na editora, em 2001, confirma sua tendência em tornar-se relevante para a academia.

É notável a importância secundária dada a problemas inerentes ao caráter comercial do ofício editorial, apontados por Araújo (2008), como: concorrência (a Cosac Naify consolidou-se como uma das primeiras editoras que investiu em livros das áreas das artes no Brasil, sendo também uma das que mais se preocupou com a excelência no acabamento material das obras), lucro (conforme o próprio Cosac (2015), ele e Naify teriam perdido o dobro do montante

investido) e custos de produção (principalmente nos primeiros anos de funcionamento, a concepção e execução de um bom projeto desconsiderava sua viabilidade econômica).

Distingue-se a Cosac Naify como sendo uma editora de caráter tradicional, conforme caracterização de Thompson (2013), pelo alto investimento feito a fim de construir um catálogo sólido de obras definitivas e de grande valor acadêmico e intelectual. Para viabilizar a continuidade da publicação de obras de nicho e interesse restrito, que venderiam menos de uma só vez, porém durante mais tempo, a editora valeu-se de estratégias como promoções de queima de estoque e a publicação de obras em domínio público. A diferenciação dessas últimas através do design foi, inclusive, característica marcante da editora.

Jamais permitiu-se que essas estratégias comprometessem, porém, a qualidade do material ou o prestígio da Cosac Naify. Aliadas a um catálogo de peso, permitiram o mínimo equilíbrio necessário ao setor financeiro da empresa. Quando o desequilíbrio das contas colocou em risco o projeto editorial idealizado por Charles Cosac, o fundador optou pelo fechamento da editora em detrimento da desvirtuação de sua trajetória e seu nome no mercado. A sensação deixada é a de conclusão de um ciclo: após 19 anos, a Cosac Naify anuncia que a última obra que publicará será de autoria do mesmo Tunga que marcou o início da editora em 1997.

Dos cinco tipos de capital descritos por Thompson (2013), destacam-se, no caso da Cosac Naify, o capital intelectual e o capital simbólico. Em um mercado altamente concorrido, ambos são fundamentais indicativos de qualidade de um bem cultural. No contexto da indústria cultural, à qual o livro faz parte, segundo Benhamou (2007), o aspecto material também se torna um grande meio de diferenciação.

A Cosac Naify acreditava na aparência do livro como uma forma de torná-lo mais atraente e interessante. A editora os produzia em medidas fora do padrão e não economizava em acabamentos. Cada elemento compositivo dos projetos gráficos observados acrescenta na construção da personalidade própria a cada livro publicado.

Os exemplos analisados mostram que grid e tipografia sempre trabalham em prol da adequação ao conceito da obra, como em *Decameron*, de Giovanni Boccaccio, e da legibilidade, o que se observa mais precisamente na coleção Portátil, que foge do padrão praticado pelo mercado em livros de bolso. No projeto gráfico, as cores ajudam a dar o tom das publicações e a construir unidade entre os volumes de uma mesma coleção. A utilização de imagens pela editora se dá de forma cuidadosa, desde a pesquisa das fontes até a escolha criteriosa do material. O papel, principalmente pela textura e espessura, modifica a percepção do objeto e a relação do leitor com o mesmo. Já características como cor e opacidade,

fundamentais para a boa legibilidade, reforçam a preocupação com a melhor experiência do usuário. Todos esses elementos, trabalhados e combinados por um projeto consistente, criam e agregam valor às obras, estimulando a ligação entre o leitor e o conteúdo do livro através de sua forma.

O projeto da coleção Portátil não se deixa intimidar pela categoria de livro de bolso à qual pertence. Ele busca soluções para subverter o padrão do mercado sem descaracterizar-se enquanto formato pequeno e de preço mais baixo. A atenção aos detalhes se mostra uma alternativa possível à padronização e desleixo editorial praticados em nome da economia de custos. O design da coleção Portátil comunica o respeito ao leitor e ao tratamento que o conteúdo merece, mesmo nos menores formatos.

A coleção Moda Brasileira desbrava um mercado de nicho pouco explorado pelas publicações brasileiras. As linhas e costuras descobertas na lombada fazem alusão à temática que os volumes abordam e ao material de trabalho dos próprios estilistas. Seu design comunica o investimento da Cosac Naify em lançamentos originais e que o livro, enquanto objeto, está aberto a estabelecer diálogo com diferentes áreas por intermédio do projeto gráfico.

O projeto gráfico do livro Bonsai, de Alejandro Zambra, é delicado e de genialidade sutil. O livro foi projetado a partir do pleno conhecimento e compreensão da obra nele inserida. Seu design comunica que os profissionais da Cosac Naify possuíam domínio do trabalho que estavam desenvolvendo. Comunica, também, que o valor de um livro transborda o conteúdo que carrega.

A edição de Decameron, de Giovanni Boccaccio, atesta a capacidade da Cosac Naify em reinventar textos em domínio público, valendo-se do projeto gráfico para tal. A materialidade do livro e sua editoração o inserem dentro de um contexto e transmitem, em si mesmas, um conceito. Seu design comunica que os livros são objetos capazes de guiar o leitor através de uma experiência material e intelectual.

Cardoso (2012) aponta que, no mercado, um bom projeto aliado a uma marca reconhecida resultam em valor agregado ao produto. Mais que desempenhar a função de ferramenta mercadológica, o design comunica. Ao atribuir valor simbólico ao livro, ele não apenas estimula sua venda, mas também guia e enriquece a experiência do leitor que o tem em mãos. O design tem o poder de transcrever, no concreto, uma mensagem a ser transmitida, exercendo contribuição ativa na produção de sentido. Assim, nas obras publicadas pela Cosac Naify, forma e conteúdo são inseparáveis.

A comoção gerada pelo anúncio do fechamento da Cosac Naify confirma seu prestígio e a confiança depositada em si por autores, leitores e profissionais do mercado editorial. O significativo aumento das vendas observado nas queimas definitivas do estoque reitera seu *status* e indica a existência do interesse em livros de alto padrão intelectual e material no Brasil. Infelizmente, durante a maior parte de sua história, os elevados preços de capa praticados pela editora se tornaram impeditivos de consumo em um país que ainda engatinha em diversas questões sociais.

Ao idealizar a Cosac Naify aos 32 anos, em seu país de origem, Charles Cosac tinha uma ideia muito clara do que a editora deveria ser e, da mesma forma, daquilo que ela deveria não ser. Sua rica herança familiar, aliada à imensa fortuna de Naify, permitiu ao fundador colocar em prática um projeto que não tinha obrigação de dar lucro. A maior riqueza que a Cosac Naify pode devolver aos seus sócios foi o imenso salto de qualidade que impulsionou no mercado brasileiro. O mesmo mercado que se viu negligenciado e até contrariado pela existência de uma empresa dispendiosa, pouco rigorosa em seu controle financeiro e nada lucrativa, passou a dar mais importância à qualidade gráfica e editorial do material que estava colocando nas prateleiras.

Na realidade mercadológica da maior parte das editoras, o tensionamento entre livreiros, autores e editores torna um grande desafio a conciliação entre sustentação financeira e os interesses da sociedade e do público leitor. Muitas vezes, a publicação e venda de best sellers é o que viabiliza o investimento em projetos mais ousados e de retorno incerto. Mesmo diante dessa dinâmica, o mercado editorial precisa da aposta no novo e, portanto, o amor à cultura e ao ofício é de fundamental importância.

Independentemente do preço de capa e do acabamento de um livro, uma editora deve sempre colocar o cuidado com o original em primeiro lugar, sem nunca subestimar o público ao qual se dirige. Esse é, afinal, o cerne da função do editor desde seus primórdios.

Nos livros da Cosac Naify, o design cumpre com clareza seu papel de mediação. Transparece, de forma evidente, o empenho da editora na execução de um projeto de excelência, pensado individualmente para cada obra. Mais do que promover a venda de um produto, o design dos livros da Cosac Naify comunica aos leitores o sonho que deu origem à editora: contribuir ativamente na elevação do nível das obras publicadas no Brasil.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O livro, enquanto suporte da escrita e forma de difusão do conhecimento, é fundamental na constituição da cultura. A materialidade e o design se colocam a serviço da construção de seu significado e da conseqüente criação de valor, em dinâmicas que mobilizam tradição e inovação.

A pesquisa teve como objetivo identificar como se deu a utilização do design pela editora Cosac Naify a fim de refletir sobre o papel da forma material dos livros como elemento fundamental da atividade editorial. Entende-se que esse objetivo foi alcançado e que o decorrer do trabalho proporcionou reflexões além das propostas inicialmente. O cruzamento entre o referencial teórico levantado, o histórico da editora e a análise de suas edições lançou luz ao papel do design como indicador material de conceitos muito mais amplos.

Compreendeu-se a história do livro, a transformação do objeto ao longo do tempo e suas características fundamentais que se mantêm até hoje. Entendeu-se o estabelecimento da figura do designer enquanto profissional vital para a sociedade de consumo e o design como ferramenta poderosa de comunicação. Identificou-se, ainda, o projeto gráfico como ponte de diálogo entre as publicações de uma editora e sua proposta editorial.

O referencial teórico traçado nos primeiros capítulos do trabalho foi fundamental para o embasamento e leitura das informações levantadas através da pesquisa descritiva bibliográfica e da documental sobre a editora. Estudar a história da Cosac Naify e a trajetória de seu editor, Charles Cosac, resultou na clareza necessária para melhor entendimento da importância dada ao design pela editora. Num segundo momento, foi feita a análise qualitativa de obras selecionadas pela autora a partir de elementos do design sistematizados na base teórica. Para isso, foram escolhidos quatro exemplares: a coleção Portátil, pela

importante função social exercida pelo livro de bolso; a coleção Moda Brasileira, internacionalmente premiada e representante do investimento da Cosac Naify em mercados de nicho; o livro Bonsai, de Alejandro Zambra, pela ligação entre projeto gráfico e conteúdo; e a edição de Decameron, de Giovanni Boccaccio, representante da estratégia adotada pela Cosac Naify de editar obras em domínio público.

A ligação da Cosac Naify e de seu criador com as artes explica, em princípio, o papel central que o design ocupa nos livros publicados pela editora. Pensando-se mais a fundo, a execução de projetos inteligentes e ousados dialoga com toda sua proposta editorial, visto que a editora não foi criada com o propósito de dar lucro, mas sim pelo amor ao ofício em si mesmo.

Para o mercado editorial, fica o desafio em conciliar a sustentação financeira com a relevância intelectual de catálogo e projetos, em busca do máximo diálogo com os interesses da sociedade. Fica, ainda, a obrigação de tratar-se cada original com o máximo cuidado que merecem uma obra e seu público leitor.

Observou-se com clareza que o design possui o poder de comunicar um ideal e de agregar valor ao livro. A materialidade, aliada a um projeto gráfico bem embasado, pensado e executado, participa ativamente da experiência do leitor e da construção de sua relação com o conteúdo de uma obra.

Espera-se que este trabalho contribua para o entendimento da importância do design no meio editorial, sobretudo, frente às novas plataformas de leitura digital que vêm emergindo no mercado. Entende-se que o design e a materialidade do livro se constituem como uma importante interface entre os leitores e a proposta editorial de uma casa. Espera-se, ainda, que esta monografia contribua com os futuros estudos sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ABUJAMRA, Adriana. A via-crúcis de Charles. **Piauí**, São Paulo, v. 1, n. 115, p.38-46, abr. 2016. Mensal.

ALVAREZ, Denise. PERAZZO, Luiz Fernando. RACY, Ana Beatriz Fares. **Elementos da cor**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1999.

ARAÚJO, Emanuel. **A Construção do Livro**: princípios da técnica de editoração. São Paulo: Lexikon/Editora UNESP, 2008.

BANN, David. **Novo manual de produção gráfica**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da Cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

BOCCACCIO, Giovanni. **Decameron**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

CAMPOS, Arnaldo. **Breve história do livro**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1994.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

_____. Introdução. In: CARDOSO, Rafael (org.). **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005. p. 7-16.

_____. O início do design de livros no Brasil. In: CARDOSO, Rafael (org.). **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005. p. 160-196.

_____. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CHARTIER, Roger. **A ordem dos livros: Leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

COELHO, Gloria. **Gloria Coelho**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

COSAC, Charles. Um personagem à procura de seus autores. Entrevistadora: Adriana Abujamra. **Valor Econômico**, 2012. Disponível em: <<http://migre.me/u5jds>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

_____. Um editor e a arte de andar na contramão do mercado. Entrevistadores: Antonio Gonçalves Filho e Maria Fernanda Rodrigues. **O Estado de S. Paulo**: São Paulo, 20 abril 2013. Sabático, p. 4-5.

_____. Referência no mercado por livros de arte de luxo, Cosac Naify fecha as portas. Entrevistador: Antonio Gonçalves Filho. **Estadão**, 2015. Disponível em: <<http://migre.me/u3TWF>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

_____. A via-crúcis de Charles. Entrevistadora: Adriana Abujamra. **Piauí**, São Paulo, v. 1, n. 115, p.38-46, abr. 2016. Mensal.

_____. Charles, depois da Cosac. São Paulo: **Piauí**, 2015. Son., color. Disponível em: <<http://migre.me/u3TXJ>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DONO da Cosac Naify explica os motivos para o fechamento da editora. São Paulo: **Globo News**, 2015. Son., color. Disponível em: <<http://migre.me/u3TXV>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

EARP, Fábio Sá, KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

EPSTEIN, Jason. **O negócio do livro**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FECHADA, Cosac Naify deixa herança importante de livros de moda editados no Brasil. **Fashion Forward**, 2015. Disponível em: <<http://migre.me/u3TYu>> Acesso em: 06 jun. 2016.

FILHO, Antonio Gonçalves; RODRIGUES, Maria Fernanda. A arte de editar arte: Um editor e a arte de andar na contramão do mercado. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, p. 4-5. 20 abr. 2013.

FILHO, Antonio Gonçalves. Referência no mercado por livros de arte de luxo, Cosac Naify fecha as portas. **Estadão**, 2015. Disponível em: <<http://migre.me/u3TZ5>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

FRAGA, Ronaldo. **Ronaldo Fraga**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FURTADO, José Afonso. **O papel e o pixel**. Do impresso ao digital: continuidades e transformações. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GONÇALVES, Márcio Souza. Materialidade, meios de comunicação, culturas e agentes humanos. In: **ENCONTRO DA COMPÓS**, 23, 2014, Belém. Anais...Belém: UFPA, 2014.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. São Paulo: Rosari, 2008.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil: sua história**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

HERCHCOVITCH, Alexandre. **Alexandre Herchcovitch**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

KATZENSTEIN, Úrsula E. **A origem do livro: da idade da pedra ao advento da impressão tipográfica no ocidente**. São Paulo: HUCITEC, 1986.

LABARRE, Albert. **História do Livro**. São Paulo: Cultrix, 1981.

LE CLÉZIO, J. M. G. **O africano**. São Paulo: Cosac Naify: 2012.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MACHADO, Cassiano Elek. O livro digital não é prioridade na Cosac Naify. Entrevistador: Cristhiano Aguiar. **Suplemento Pernambuco**, 2010. Disponível em: < <http://migre.me/u3TVV> >. Acesso em: 06 jun. 2016.

MORENO, Ana Carolina. Cosac Naify ganha local nobre em sua última Festa do Livro da USP. **G1**, 2015. Disponível em: < <http://migre.me/u3TZX> >. Acesso em: 06 jun. 2016.

PERGUNTAS e respostas sobre o fechamento da Cosac Naify. **Zero Hora**, 2015. Disponível em: <<http://migre.me/u3U0K>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

RODRIGUES, Walter. **Walter Rodrigues**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SCHWARCZ, Luiz. A via-crúcis de Charles. Entrevistadora: Adriana Abujamra. **Piauí**, São Paulo, v. 1, n. 115, p.38-46, abr. 2016. Mensal.

THOMPSON, John B. **Mercadores de cultura: o mercado editorial no século XXI**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

VILLAS-BOAS, André. **O que é (e o que nunca foi) design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2007.

VILLAVENTURA, Lino. **Lino Villaventura**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

ZAMBRA, Alejandro. **Bonsai**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.