

## Editorial independente contemporâneo: analisando o design de quatro livros paulistanos

*Contemporary independent publishing: analyzing the design of four books from São Paulo*

Luciana Lischewski Mattar & Marcos da Costa Braga

design gráfico, editoração, editorial independente, livro independente

Na década de 2010 na capital paulista, polo nacional do mercado livreiro, há uma acentuada presença de produtores culturais e midiáticos autodeclarados – e validados por seus pares – como “independentes”. A nomenclatura é adotada como uma espécie de manifesto que qualifica atividades artísticas de diversas áreas como música, cinema, artes gráficas e do corpo. Dentro deste rol de qualitativos, encontram-se as editoras de livros independentes. O presente artigo tem por objetivo discutir suas produções gráficas, a partir da análise visual de quatro exemplares icônicos encontrados em feiras de livros independentes. Apresenta-se o surgimento e as definições que constelam esse nicho, seus agentes e *modus operandi*, a cultura das feiras de publicações, e avalia-se como a informação é formatada graficamente em um artefato tão emblemático para o design: o livro. Os resultados são frutos da correlação entre a análise crítica do contexto e das obras selecionadas, fundamentada na revisão de literatura específica editorial, com observações *in loco* de eventos e feiras de livro, e entrevistas realizadas com agentes integrantes desse mercado. Em formato análogo ao “livro-objeto”, porém dentro de uma lógica comercial, o design gráfico dos livros selecionados se torna parte da narrativa e convoca novas funções para além da leitura utilitária.

*graphic design, publishing, independent publisher, independent book*

*During the last decade, in the city of São Paulo, the country's hub for the book market, there has been a strong presence of independent cultural and media producers —who are self-declared and validated by their peers. This nomenclature is a kind of manifesto, which qualifies artistic activities within numerous areas, such as music, cinema, as well as graphic and body arts. Independent publishing houses are within this list of qualifiers. This article aims to discuss their graphic production through a visual analysis of four iconic examples found in independent book fairs. It presents the emergence and definitions that constellate around this niche, their agents and modus operandi, the culture of publishing fairs, and assesses how information organizes itself graphically into an artifact that is so emblematic for the design field: the book. The results are the fruits of the correlation between a critical analysis of context and the selected works, underpinned by the review of literature specific to publishing, with on-site observations of book fairs and events, as well as interviews with agents that are part of this market. In a format akin to the book-object, although within a commercial context, the selected books' graphic design becomes part of the narrative and calls on new functions beyond the utilitarian reading.*

### 1 Editorial independente contemporâneo

O livro é um objeto milenar na história da humanidade, soberano como suporte de informação e conhecimento. O objeto é resultado de uma evolução cultural e técnica, da aprendizagem à transmissão, da escrita à indústria, culminando em sua forma atual: um volume de páginas reunidas. Este trabalho convida para discutir o design gráfico de quatro publicações que subverteram a noção de livro como “suporte neutro” de uma mensagem. Produzidos pelos chamados “editores independentes”, os projetos gráficos dessas obras nascem em meio às transformações e disputas do mercado editorial brasileiro, em franca recessão no século XXI. Propõe-se uma passagem pelo contexto de formação desse nicho, para a compreensão da linguagem desenvolvida nos projetos selecionados.

#### Anais do 9º CIDI e 9º CONGIC

Luciane Maria Fadel, Carla Spinillo, Anderson Horta, Cristina Portugal (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI

Belo Horizonte | Brasil | 2019

ISBN 978-85-212-1728-2

#### Proceedings of the 9th CIDI and 9th CONGIC

Luciane Maria Fadel, Carla Spinillo, Anderson Horta, Cristina Portugal (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI

Belo Horizonte | Brazil | 2019

ISBN 978-85-212-1728-2

‘Livro: um suporte portátil que consiste de uma série de páginas impressas e encadernadas que preserva, anuncia, expõe e transmite conhecimento ao público, ao longo do tempo e do espaço.’ (Haslam, 2007, p. 9)

Embora a origem do livro remonte aos rolos de papiros antigos em mosteiros medievais e na corte da nobreza, no mundo ocidental, a atividade livreira se concentrará nas cidades. É na urbe moderna que o objeto encontra condições favoráveis de produção e consumo – dos contingentes letrados, dos profissionais do livro e das oficinas gráficas. No Brasil, o editorial convergirá para as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, centros dos capitais – sociais, simbólicos, políticos, econômicos – necessários para os agentes se estabelecerem. Rio de Janeiro, antiga capital do Império e da República, marco oficial das atividades gráficas brasileiras, fomentará casas editoriais consagradas como Nova Fronteira, Zahar, Civilização Brasileira e José Olympio, enquanto São Paulo, metrópole ascendente, de projetos renovados e mais recentes, terá Companhia das Letras, Iluminuras e Edusp (Muniz Jr, 2016, p. 32-33). Ainda que historicamente o eixo Rio-São Paulo vá se destacar na atividade livreira, estados como Pernambuco, Paraná, Minas Gerais e Rio Grande do Sul revelam importantes manifestações editoriais.

A indústria editorial brasileira, por muito tempo, foi dominada por grupos de elite e grandes conglomerados. Nas últimas décadas, com a democratização das ferramentas de criação e produção editorial, observa-se empresas de menor porte abraçando parcelas do mercado, introduzindo novas lógicas em suas práticas de trabalho. Ellen Lupton (2011, p. 10) cita “a cauda longa” de Chris Anderson para justificar o surgimento dos “livros independentes” no período. De acordo com Anderson, a era das mídias de massa deu lugar a uma variedade enorme de conteúdo para uma diversidade de pessoas. Dentro da realidade editorial, *best-sellers* ocupam o pico acentuado do gráfico, enquanto produtos específicos de poucas cópias pertencem ao trecho longo e estreito. “Livros independentes” e pequenas iniciativas especializadas fazem parte da “cauda longa”. Individualmente, os produtos da cauda longa são parcelas inexpressivas do mercado, porém, coletivamente, representam uma parcela ampla.

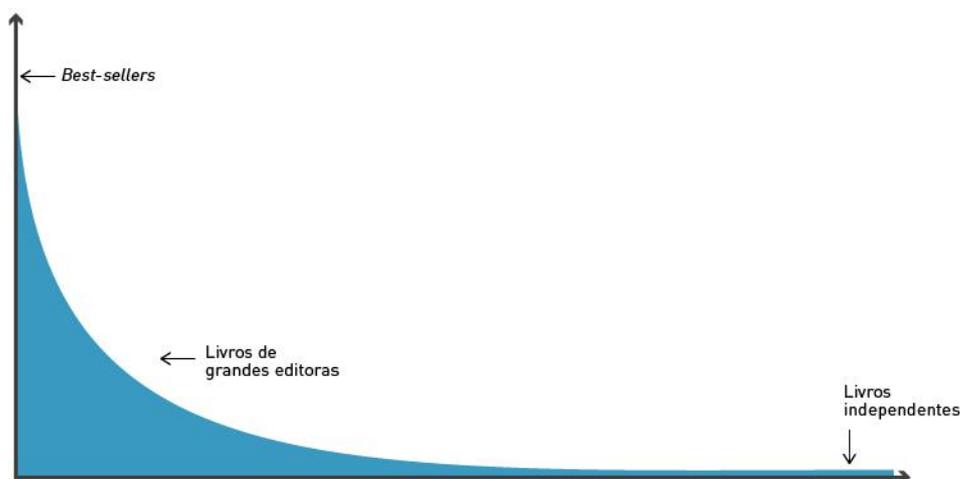


Figura 1: A “cauda longa” segundo Lupton (2011).  
Fonte: Autores (2019).

A analogia da cauda longa é reforçada por dados atuais do mercado brasileiro. Segundo a consultoria Nielsen, “editoras independentes” cresceram em volume 12,97% e em faturamento 4,58%, no acumulado de 7 meses de 2018 em comparação ao mesmo período de 2017, enquanto o mercado editorial como um todo encolheu em 21% sobre o período de 2006 a 2017, divulgadas em matéria da revista *Época*<sup>1</sup>. A mesma reportagem traz a pesquisa de maio de 2018 da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), que estima em 1,4 bilhão de

<sup>1</sup> *Época*, 31 jul. 2018, em: <<https://epoca.globo.com/como-editoras-livrarias-independentes-buscam-se-reinventar-em-meio-crise-mais-dramatica-do-mercado-editorial-22929251>>. Acesso em: 2 set. 2018.

reais as perdas desse período de dez anos. Grandes livrarias como Saraiva, Fnac e Cultura devem, juntas, 38 milhões de reais em pagamentos atrasados. Para sobreviver à crise, editoras reagiram com cortes estruturais, redução de lançamentos e desconto nos exemplares. Do outro lado, apoiadas em novas estratégias de produção e distribuição, as editoras independentes transformaram a crise em oportunidade. Sem nenhum tipo de capital financeiro, essas pequenas iniciativas multiplicaram-se em um mercado insipiente.

Figura 2: Editores independentes desfrutam prestígio e prosperidade. Fonte: Website da *Época*. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/como-editoras-livrarias-independentes-buscam-se-reinventar-em-meio-idade-mais-dramatica-do-mercado-editorial-22929251>>. Acesso em: 2 set. 2018.



Afinal, o que seriam as “editoras independentes”? O que significar ser “independente”? Muniz Jr. (2016, p. 16), em tese defendida no campo da sociologia, definiu a produção independente como:

[...] aquela que está fora – ora por escolha, ora por condição – dos circuitos e dos mercados massivos; que não adota as lógicas dos grandes conglomerados de cultura e mídia; que se identifica com métodos artesanais de produção, com o experimentalismo estético e/ou com discursividades dissonantes, alternativas, contra-hegemônicas.

Em linhas gerais, o independente se opõe a modelos consagrados ou dominantes, como as ortodoxias estéticas. Dessa forma, costuma atuar fora do circuito de grandes empresas ou instituições, navegando entre rentabilidade e risco, rotinização e experimentação. Por se tratar de um fenômeno cultural, vale destacar que a representação coletiva e individual do independente é cambiante, podendo receber novos sentidos e configurações. Atribuições como “experimental”, “emergente” e “autoral” fazem parte de uma constelação de adjetivos que circulam a categoria (Muniz Jr., 2016).

Mais difícil do que chegar a uma síntese única do que é o movimento editorial independente, é precisar seu surgimento exato no dia a dia brasileiro. Entretanto, através do rastreamento do uso ordinário do termo “independente” no jornal *Folha de S. Paulo* (figura 3), Muniz Jr. (2016, p. 58-59) pode datar o período em que a sociedade tomou consciência desse novo fenômeno. Nota-se grande presença do “independente” no final dos anos 1970, possivelmente um reflexo do surgimento dessa categoria na produção nacional cultural simbólica. Menções relacionadas especificamente ao universo editorial independente, como “publicação independente”, aparecem com maior força na década de 2010.

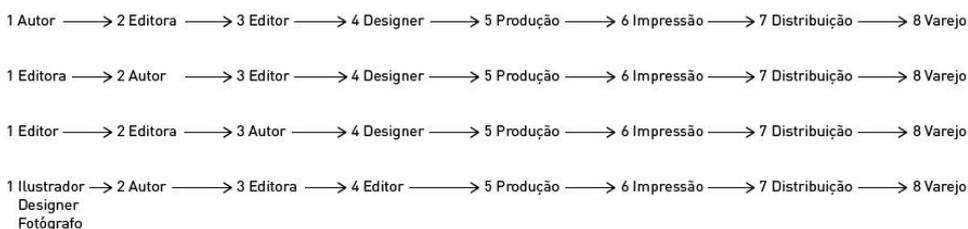
Figura 3: Aparições de “independente” na *Folha de S.Paulo* (1921-2015). Fonte: Muniz Jr., 2016, p. 59.

|                           | 1920s | 1930s | 1940s | 1950s | 1960s | 1970s | 1980s | 1990s | 2000s | 2011-15 |    |     |     |     |     |     |     |     |     |    |    |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|
| cultura independente      | 0     | 0     | 1     | 0     | 0     | 1     | 1     | 1     | 0     | 0       | 2  | 4   | 2   | 2   | 0   | 3   | 3   | 10  | 53  |    |    |
| arte independente         | 0     | 1     | 1     | 4     | 1     | 1     | 3     | 0     | 0     | 0       | 1  | 4   | 28  | 8   | 13  | 2   | 3   | 1   | 3   |    |    |
| artista independente      | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     | 0     | 1     | 0     | 0     | 0       | 1  | 4   | 9   | 2   | 2   | 7   | 6   | 1   | 5   |    |    |
| artistas independentes    | 1     | 3     | 1     | 0     | 0     | 1     | 3     | 13    | 1     | 0       | 3  | 9   | 17  | 1   | 3   | 4   | 20  | 10  | 37  |    |    |
| cena independente         | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 0   | 0   | 0   | 0   | 5   | 6   | 15  | 38  | 31 | 47 |
| música independente       | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 2   | 31  | 3   | 11  | 13  | 94  | 63  | 34  |    |    |
| músico independente       | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 3   | 10  | 6   | 2   | 0   | 1   | 1   | 1   |    |    |
| músicos independentes     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 0   | 18  | 3   | 1   | 5   | 4   | 6   | 3   |    |    |
| selo independente         | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 12  | 34  | 56  | 85  | 47  | 48  | 15  | 8   |    |    |
| selos independentes       | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 1   | 12  | 17  | 28  | 20  | 27  | 9   | 8   |    |    |
| teatro independente       | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 7     | 1     | 1     | 0       | 3  | 18  | 11  | 4   | 12  | 5   | 0   | 7   | 18  |    |    |
| teatros independentes     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 2     | 6     | 0     | 0       | 1  | 2   | 1   | 1   | 0   | 0   | 0   | 0   | 7   |    |    |
| cinema independente       | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 5     | 5     | 3       | 36 | 35  | 36  | 62  | 76  | 66  | 101 | 80  |     |    |    |
| cinasta independente      | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 2  | 5   | 4   | 8   | 4   | 4   | 6   | 8   |     |    |    |
| cinastas independentes    | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 2     | 1     | 3     | 2       | 3  | 4   | 5   | 5   | 9   | 3   | 4   | 3   |     |    |    |
| filme independente        | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     | 0     | 2     | 3     | 0     | 0       | 1  | 2   | 7   | 4   | 9   | 29  | 31  | 18  | 19  |    |    |
| filmes independentes      | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 1     | 0       | 3  | 7   | 8   | 12  | 30  | 32  | 35  | 41  |     |    |    |
| literatura independente   | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 1  | 4   | 0   | 0   | 1   | 0   | 0   | 0   |     |    |    |
| escritor independente     | 0     | 0     | 0     | 0     | 1     | 1     | 0     | 1     | 1     | 0       | 0  | 1   | 3   | 1   | 0   | 2   | 1   | 1   | 0   |    |    |
| escritores independentes  | 0     | 0     | 0     | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     | 0     | 1       | 2  | 5   | 4   | 4   | 0   | 2   | 0   | 1   |     |    |    |
| autor independente        | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 1  | 2   | 0   | 1   | 1   | 0   | 0   | 1   |     |    |    |
| autores independentes     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 1       | 10 | 3   | 5   | 6   | 3   | 5   | 3   |     |     |    |    |
| imprensa independente     | 7     | 24    | 13    | 5     | 2     | 4     | 16    | 12    | 8     | 2       | 5  | 39  | 13  | 17  | 14  | 19  | 13  | 25  | 18  |    |    |
| jornalismo independente   | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     | 2     | 3     | 0     | 0     | 0       | 1  | 9   | 4   | 4   | 24  | 7   | 4   | 17  | 9   |    |    |
| jornalista independente   | 0     | 2     | 2     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     | 0     | 0       | 3  | 4   | 7   | 2   | 0   | 2   | 4   | 36  | 7   |    |    |
| jornalistas independentes | 0     | 3     | 2     | 3     | 1     | 0     | 2     | 0     | 0     | 0       | 0  | 5   | 7   | 2   | 0   | 4   | 7   | 5   | 5   |    |    |
| edição independente       | 0     | 0     | 0     | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 1  | 5   | 5   | 2   | 1   | 6   | 4   | 6   |     |    |    |
| editor independente       | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 0   | 1   | 0   | 0   | 0   | 0   | 2   |     |    |    |
| editores independentes    | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 1       | 0  | 1   | 0   | 1   | 0   | 1   | 0   | 2   | 5   |    |    |
| editora independente      | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 1   | 12  | 7   | 4   | 6   | 6   | 15  |     |    |    |
| editoras independentes    | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0       | 0  | 0   | 3   | 3   | 0   | 1   | 7   | 24  |     |    |    |
| publicação independente   | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 2     | 0     | 0     | 0     | 0       | 1  | 0   | 3   | 2   | 2   | 4   | 3   | 6   |     |    |    |
| publicações independentes | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 1     | 0     | 1     | 6       | 1  | 1   | 2   | 0   | 1   | 3   | 30  |     |     |    |    |
| TOTAL                     | 8     | 43    | 29    | 19    | 8     | 17    | 43    | 49    | 20    | 11      | 33 | 186 | 334 | 265 | 388 | 367 | 523 | 531 | 582 |    |    |

A partir de 2010, destaca-se o surgimento de uma série de empreendimentos editoriais de porte pequeno, com recursos limitados e equipe enxuta, interessados em publicar conteúdos transdisciplinares – de autores estreantes ou até mesmo clássicos consagrados – de gêneros diversificados. Seja por limitação técnica e/ou financeira ou por um projeto editorial assumidamente contrário ao mercado massivo, as autodeclaradas editoras independentes apresentam um ritmo de produção moderado, de poucos lançamentos anuais, baixas tiragens e livros com não mais de 300 páginas. Muitas das publicações nem sequer possuem ficha catalográfica e ISBN (*International Standard Book Number*). O valor dos livros é mais acessível do que o de grandes editoras, variando entre 40 a 70 reais. Com um tempo maior de produção, dá-se grande valor para a atuação do designer gráfico, que projeta cada edição como um objeto único, por vezes com alto grau de experimentação dos formatos e materiais. Os livros finalizados são vendidos no *website* das editoras, *e-commerces*, feiras de livro e livrarias de menor porte.

Semelhante às atividades de pequenos empreendedores, a estrutura de trabalho da organização independente não institui divisão clara de cargos e funções, e diversas atuações acabam se concentrando em um mesmo agente. Há os “autores-editores” que abdicaram de instâncias especializadas produtoras de obras e passaram a produzir os próprios livros. Derivado dessa abordagem, há pequenos empreendimentos editoriais criados por escritores ou artistas gráficos para publicar materiais próprios e/ou de parcerias. Comum a todas, são apresentadas estruturas menos hierárquicas, mais horizontais e afetivas, como as cooperativas, pautadas pela qualidade das obras e possibilidades de experimentação. Haslam (2007, p. 22) categoriza quatro abordagens (figura 4) clássicas de produção editorial de livros. O modelo convencional situa o autor no início da cadeia, quando um conteúdo original é produzido na expectativa de uma editora materializá-lo.

Figura 4: Modelos de desenvolvimento de livros segundo Haslam (2007). Fonte: Autores (2019).



As casas editoriais independentes são desiguais nos graus de formalização e organização. Muitas delas incorporam em suas estruturas as atividades de impressão, distribuição e varejo, etapas normalmente fragmentadas e terceirizadas em editoras tradicionais. Porém, à medida que o catálogo da independente se expande e se consolida comercialmente, a estrutura se aproxima do “caminho crítico” de Haslam.

Apesar de diametralmente opostas na escala organizacional e produtiva, atualmente grandes e/ou pequenas editoras compartilham o engajamento nas feiras e festivais de publicações. Ocorrendo, em geral, regularmente, as feiras de publicação são momentos singulares em que editores buscam lucros financeiros e/ou simbólicos. Quase como rituais de um *ethos coletivo*, as feiras voltadas à produção independente são protagonizadas por empreendedores interessados em impressos e têm ganhado interesse das mídias, do público e, em casos específicos, de patrocinadores. Livros dividem espaço com zines, livretos, cartazes, folhetos e todo tipo de formato gráfico impresso que faz parte do universo de publicações independentes. ‘Nessas trocas, a gente consegue dividir angústias, compartilhar truques de impressão, acompanhar trabalho dos colegas, se nutrir de referências’ conta ao *Meca Journal* (2018, p. 10) o editor João Varella, da editora Lote 42, às vésperas da Feira Plana de 2018.

São Paulo será a cidade com maior presença<sup>2</sup> de feiras dirigidas a esse nicho. Segundo a edição 18, lançada em março de 2018, do periódico *Meca Journal*, a expansão das feiras *indies* se acentua na capital paulista com a presença de 12 feiras, comparada à 27 feiras distribuídas em outras 11 cidades (figura 5). Apesar de a Feira Tijuana ser uma das precursoras do nicho, a Feira Plana é um dos eventos com maior repercussão na imprensa cultural. Idealizada e organizada pela artista plástica Bia Bittencourt, o evento é inspirado na maior feira de publicações do mundo, a *NY Art Book Fair*, do Museu de Arte Moderna de Nova York. Desde a primeira edição em 2013, a Plana apresenta um crescimento exponencial de público, chegando a 18 mil visitantes na edição de 2017, sediada na Bienal de São Paulo, com quase 300 expositores. Outro evento de grande destaque é a Feira Miolo(s), sediada no interior da maior biblioteca pública de São Paulo, a Mário de Andrade.

Todas as quase quarenta feiras listadas pelo jornal se definem como independentes à procura de evidenciar suas práticas simbólicas. Para além de ser um local de comercialização direta de produtos, sem intermediários como distribuidoras e livrarias, é um momento de visibilidade e sociabilidade dos pequenos editores e de sua produção. Situados em estandes de tamanhos relativamente padronizados, as realidades institucionais de cada editora passam despercebidas, e o foco se dirige para as qualidades do objeto impresso. É dentro desse contexto que foram criados os livros analisados.

<sup>2</sup> Conforme consulta dos autores às programações oficiais divulgadas por editores independentes e publicações da imprensa.

Anais do 9º Congresso Internacional de Design da Informação | CIDI 2019

*Proceedings of the 9th Information Design International Conference*

Anais do 9º Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação | CONGIC 2019

*Proceedings of the 9th Information Design Student Conference*

Figura 5: Mapa de feiras nacionais de publicações independentes em 2018 segundo o *Meca Journal* (2018).  
Fonte: Autores (2019).



## 2 Duas editoras, quatro livros

A partir do cenário retratado, nasceram produtos editoriais que chamaram atenção para a sua interface física. Samara (2011, p. 9) definiu o livro como ‘um objeto de conteúdo complexo que necessita ser orientado’, mensagem que precisa ser trabalhada por um profissional, no caso, o designer, através da criação de um projeto gráfico. Com a intenção de discutir a produção gráfica editorial independente, analisou-se o projeto de quatro exemplares icônicos, com ênfase de inovação do suporte impresso em relação ao que é produzido no mercado tradicional. A análise foi constituída pela verificação crítica de como os elementos gráficos macroscópicos de um livro – formato, materiais, tecnologia de produção e *layout*, definidos pela literatura editorial de autores como Haslam (2007), Samara (2011) e Ribeiro (2018) – foram trabalhados nas obras selecionadas, referenciada por declarações dos designers e editores dos projetos, e por considerações dos autores deste texto. Visto que o movimento editorial independente se acentuou na cidade de São Paulo, elegeram-se para a coleta dos exemplares duas editoras paulistas assíduas de feiras do ramo.

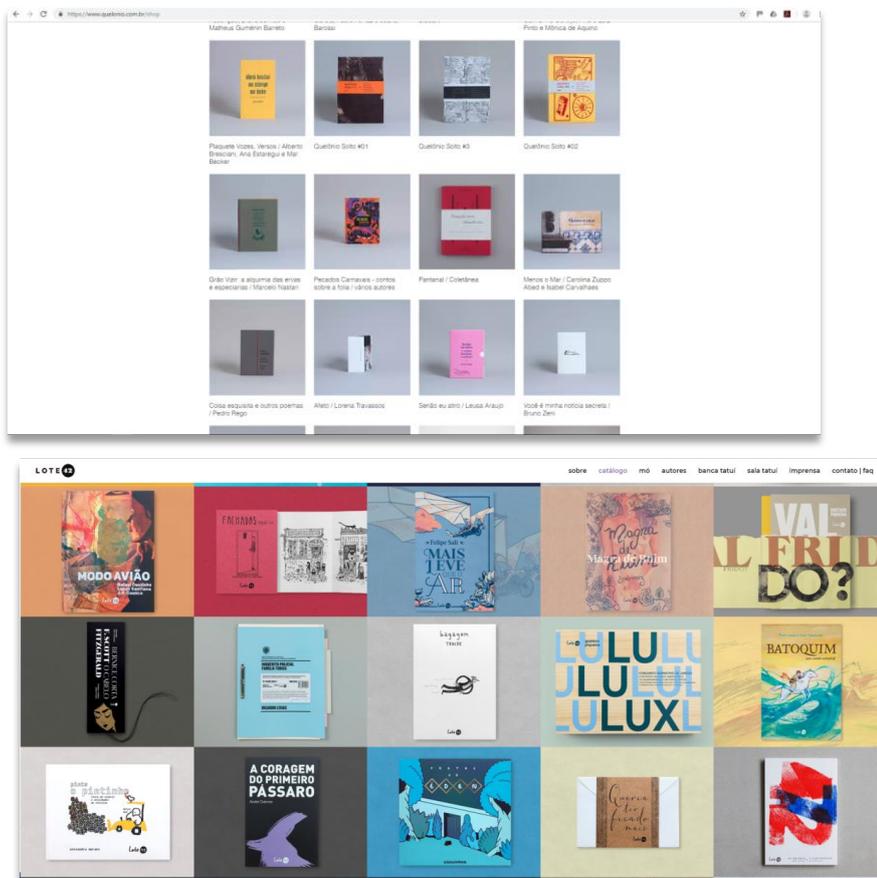
A gente começou a explorar diferentes formatos de livro, tamanhos, papéis, então, essas técnicas mais tradicionais permitem isso. Coisas que as editoras convencionais têm dificuldade de fazer, elas adotaram um padrão, por razões econômicas muitas vezes, e vão nesse padrão. O que a gente gosta de fazer é a cada livro fazer de uma maneira diferente<sup>3</sup>.

Lote 42 e Quelônio são editoras criadas entre os anos de 2012 e 2013. Empresas pequenas com projetos inovadores, fazem parte dessa geração de empreendimentos que renovaram o mercado editorial na última década. Interessadas em romper com o *status quo* do mercado editorial, os proprietários apostaram em publicar obras de gêneros diversificados em um objeto que convocam os sentidos dos leitores. Em um olhar macroscópico, nota-se um portfólio com experimentos visuais que variam técnicas de reprodução – artesanais, industriais ou mistas –, materiais, formato e configuração. Sem *layouts* preconcebidos, cada edição é pensada como um objeto único, e o design gráfico desempenha grande papel dentro da narrativa, como poderá ser visto nos exemplares selecionados para análise.

Figura 6: Catálogo virtual da Lote 42. Fonte: *Website* da editora. Disponível em: <[www.lote42.com.br](http://www.lote42.com.br)>. Acesso em: 10 fev. 2019.

<sup>3</sup> Nastari e Zeni, sócios-proprietários da Quelônio em entrevista para o canal do YouTube Escrita Criativa, em 28 nov. 2017. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=DnbfI\\_Pu-ug](https://www.youtube.com/watch?v=DnbfI_Pu-ug)>. Acesso em: 10 fev. 2019 .  
Anais do 9º Congresso Internacional de Design da Informação | CIDI 2019  
*Proceedings of the 9th Information Design International Conference*  
Anais do 9º Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação | CONGIC 2019  
*Proceedings of the 9th Information Design Student Conference*

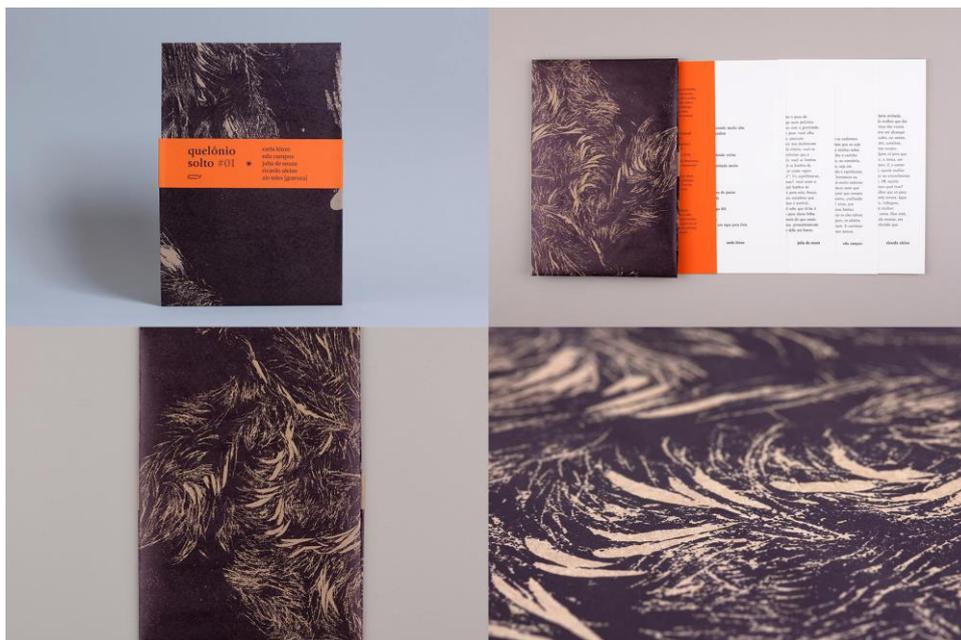
Figura 7: Catálogo virtual da Quelônio. Fonte: *Website* da editora. Disponível em: <[www.quelonio.com.br/shop](http://www.quelonio.com.br/shop)>. Acesso em: 10 fev. 2019.



A coleção Quelônio Solto apresenta poemas e textos de autores contemporâneos, impressos em folhas soltas – aproximadamente seis lâminas de papel – e agrupados por uma capa-pôster ilustrada por um artista gráfico. Não há costura, cola ou o número mínimo de páginas estabelecidas pelas agências reguladoras, como ISBN e ISSN, para receber a chancela de livro. Já em seu sexto número, a Quelônio Solto costuma ser confundida por escritores como uma revista, por conta de sua periodicidade. 'Para a gente é um livro, como eu te falei, eu considero uma pequena antologia' destaca Zeni, sócio-proprietário e editor da Quelônio, em entrevista para a *Meca Journal* (2018, p. 11). Não é um objeto volumoso, que "para em pé", mas uma publicação experimental em seu formato, reconhecida como livro pelos editores. Além de explorar o uso de papéis especiais, a coleção é toda impressa por linotipia e serigrafia. O resultado é um impresso funcional e tátil, que traz marcas de suas matrizes de impressão. Em tempos de cultura valorizadamente digital, a Quelônio aposta em um objeto que traça outras relações com seu público, conforme explica Zeni na mesma entrevista:

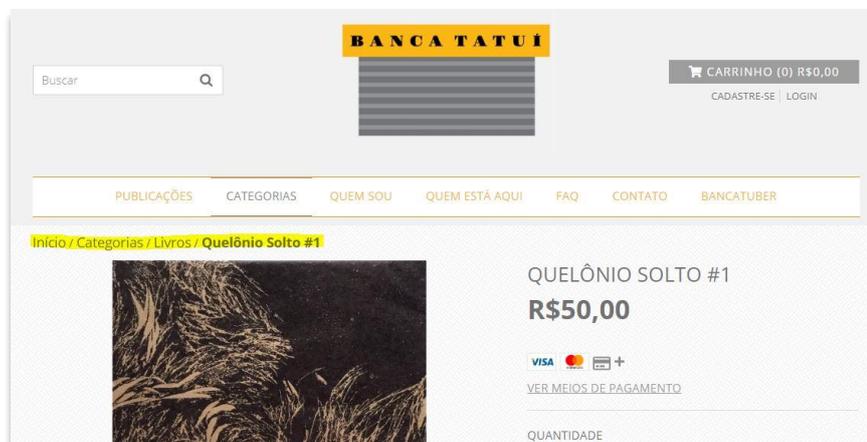
A materialidade, as cores, o relevo e o caráter tátil dos livros artesanais/experimentais reconectam o leitor com a experiência profunda, lenta e prazerosa da feitura, das escolhas pessoais, da leitura de qualidade, da leitura não utilitária, da leitura desinteressada e inspirada. O digital não deixa marcas na memória do corpo e dos sentidos; já o livro artesanal não se interessa no imediato e no pragmatismo, mas em prazer, invenção e arte. (*Meca Journal*, 2018, p. 11)

Figura 8: Quelônio Solto #01 (usado com a permissão de Zeni).



Apesar dos textos soltos, a coleção é encontrada na categoria de livros dentro dos *e-commerce*, como o da Banca Tatuí, e em sua ficha catalográfica há a classificação de “livro-objeto”. Curiosamente, fugindo à própria regra da Agência Brasileira do ISBN, a partir do segundo número, os exemplares possuem identificação de livro.

Figura 9: Quelônio Solto no *e-commerce* da Banca Tatuí. Grifo nosso amarelo para a categoria em que é vendida. Fonte: *E-commerce* da Banca Tatuí. Disponível em: <[www.bancatatu.com.br/categorias/livros/quelonio-solto-1/](http://www.bancatatu.com.br/categorias/livros/quelonio-solto-1/)>. Acesso em: 10 fev. 2019.



Organizado por Arbolave, sócia-proprietária da Lote 42, o livro *Queira ter ficado mais* reúne doze histórias de escritoras em diferentes partes do mundo. A narrativa sobre viagens recebe grande interferência do projeto gráfico desenvolvido, já que cada uma das histórias ou capítulos da obra são impressos em folhas soltas e armazenadas dentro de envelopes, em uma espécie de simulacro da experiência de ler uma carta-postal. Os envelopes são reunidos por uma pequena cinta de papel kraft, com a impressão da identificação da obra e da editora. Inspiradas nos conteúdos textuais, cada envelope recebe uma ilustração aquarela da artista Uviedo. Há ainda um livreto grampeado que compõe o volume, com os elementos pré-textuais da publicação, como o expediente, a ficha catalográfica e ISBN, e um texto editorial. Hein (2015), jornalista e autor desse editorial, destaca o formato para a apresentação da narrativa: ‘E elas vêm apresentadas de forma epistolar, como se fossem cartas de viajantes colocadas no

correio e com destinatário definido. Em tempos de WhatsApp, Skype e Instagram, a comunicação ficou muito mais rápida, barata e precisa’.

Figura 10: *Queria ter ficado mais*, livro n. 9 da Lote 42.  
Fonte: Autores (2019).



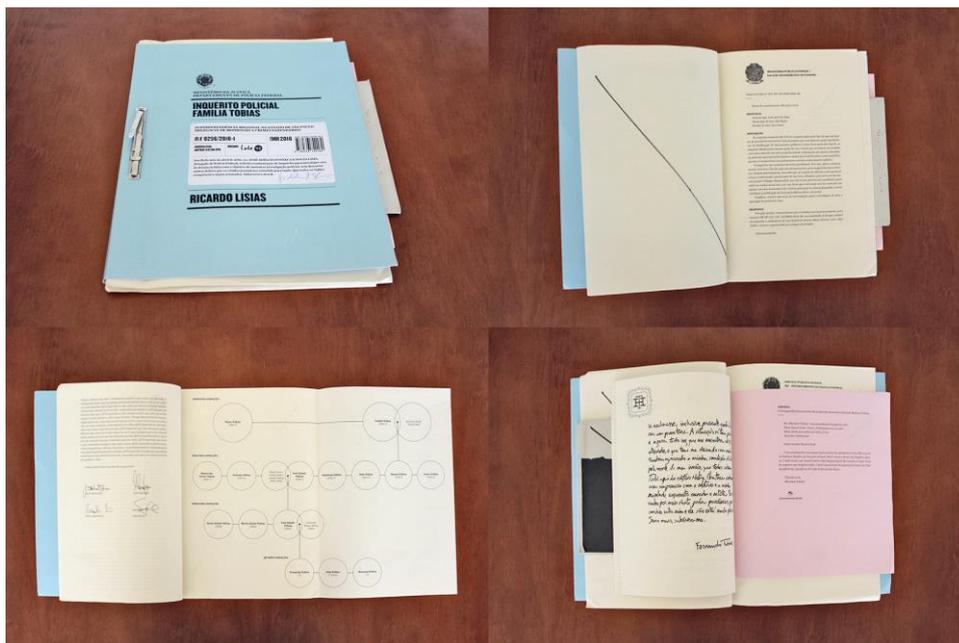
Se os mesmos textos fossem impressos na estrutura de um volume encadernado, com folhas viradas uma após a outra, apresentaria a mesma função narrativa? Tschichold defendia, no início de sua carreira<sup>4</sup>, uma abordagem de livro essencialmente funcional, com um design quase “invisível”, que organizasse e comunicasse claramente a mensagem ao leitor. A *Nova tipografia* (1928) prezava por um *layout* claro e objetivo, sem o designer colocar a sua personalidade nela. Mesmo posteriormente, após o referenciado designer ter abandonado a rigidez do manifesto moderno, sua publicação *A forma do livro* (1975) defendia que a função do designer era ‘criar um modelo de apresentação cuja forma não ofusque o conteúdo e nem seja indulgente com ele’ (Tschichold, 2007, p. 31). Em uma abordagem oposta, os envelopes de *Queria ter ficado mais* recebem um design gráfico esteticamente expressivo, “visível”<sup>5</sup>, autoral, tornando-se preponderante ou tão importante quanto o texto como elemento de expressividade da narrativa e/ou do próprio conteúdo do texto. Segundo Camargo (2016), em sua tese que analisou uma série de livros de literatura com esse tipo de abordagem visual, o projeto gráfico nesses casos apresenta funções tanto estéticas e semânticas, quanto funcionais, valorizando o livro como objeto por si só.

Se no caso anterior analisou-se um livro no formato de envelopes, a obra *Inquérito policial: família Tobias* se assemelha a uma pasta de repartição pública. O texto de Lísias expõe um curioso inquérito da vida real, em que o próprio autor foi indiciado por possível crime de falsificação de documento. A razão provém de um *e-book* de cinco volumes publicado anteriormente pelo autor, a narrativa ficcional *Delegado Tobias*, que continha simulacros de documentos públicos. Tais documentos geraram denúncias anônimas e investigação reais, mas esta última foi arquivada.

<sup>4</sup> Preceitos defendidos dentro no manifesto da *Nova tipografia*, de 1928. Posteriormente, Tschichold abandona a rigidez proposta pela vanguarda moderna e passou a valorizar padrões clássicos.

<sup>5</sup> Conceito abordado da tese de Camargo (2016), propõe que o design de livros pode ser estudado por duas categorias: “visível” e “invisível”. “Invisível” se refere ao projeto gráfico para livros de *layout* de páginas simples, sóbrio e funcional. Já a abordagem “visível” agruparia livros de projetos especiais, que vão além da simples ornamentação comum às obras antigas, criando um objeto que interage com o texto literário.

Figura 11: *Inquérito Policial: Família Tobias* da Lote 42. Fonte: Autores (2019).



Com esse mote, o livro da Lote 42 reúne textos, imagens e documentos impressos, fixados por uma pasta de papel e grampo trilho metálico. Há clara intenção de formalizar visualmente a investigação da Polícia Federal, a partir da escolha de um objeto familiar à rotina da administração pública brasileira. Desloca-se o uso original da pasta, experimentada agora como livro. O projeto gráfico é composto por seis formatos diferentes de páginas em papel pólen no miolo (figura 11), todos impressos com processo offset, e o uso de cores especiais Pantone, com acabamento de dobra, refil e perfuração para o futuro grampo. A pasta, ou a capa do livro, foi impressa também em offset na tinta azul, porém recebeu processos manuais, como a impressão do título da obra em serigrafia e, a fixação e a assinatura de etiquetas impressas com os dados do livro e da editora.

E o projeto gráfico, assinado por Gustavo Piqueira, da Casa Rex, toma como ponto de partida a estética e formato de um inquérito policial, sem limitar-se à simples tentativa de reprodução de um processo original, mas brincando em cima de suas possibilidade e limites formais<sup>6</sup>.

O projeto assinado por Piqueira, designer destacado pelo experimentalismo em produções editoriais, provoca estranhamento inicial pela apropriação semântica de um objeto familiar que não é usualmente visto em circulação pública. A inovação de seu formato invade a narrativa visual e comunica o texto por outro contexto.

O terceiro livro publicado na história da Quêlônio também apresenta ruptura no formato clássico de um livro. O “foto-livro” *Lençol para dois* reúne fotografias familiares e textos de cartões postais garimpados em antiquários pela artista Sponchiado. Com uma tiragem de 80 exemplares numerados<sup>7</sup>, o livro apresenta uma narrativa de imagens e textos, em um formato 10,5 por 10,5 cm sanfonado em papel, com capa dura revestida em linho e título bordado à mão pela artista. Montados manualmente, o suporte é trabalhado como uma superfície de potência poética, equivalente às definições de “livro de artista”. Segundo Paulo Silveira<sup>8</sup>, “livros de artistas” são objetos concebidos por artistas plásticos, como itens únicos ou múltiplos, incluindo publicações comerciais, geralmente em edições limitadas. Derdyk (2011) distingue o

<sup>6</sup> Em: <[www.lote42.com.br/inqueritopolicial/inquerito-policial-projeto-grafico](http://www.lote42.com.br/inqueritopolicial/inquerito-policial-projeto-grafico)>. Acesso em 10 fev. 2019.

<sup>7</sup> A numeração de exemplares é uma prática comum do editorial independente, semelhante à numeração e assinatura de gravuras e trabalhos do campo das artes, identificando o processo artesanal de reprodução de cada obra.

<sup>8</sup> ‘Livro de artista: livros, itens únicos como múltiplos, feitos ou concebidos por artistas, incluindo publicações comerciais (geralmente em edições limitadas), assim como itens exclusivos conformados ou arrançados pelo artista’. Definição de Paulo Silveira apresentada no *III Seminário de Informação e Documentação e Arte – Livro de Artistas: da criação ao acesso*, realizado em 23 de novembro de 2018, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

objeto entre “livro funcional” e “livro de artista”, em que o primeiro corresponde a um suporte apartidário destinado a conservar memórias e projetar imaginários, enquanto, no segundo, o ‘suporte é a temporalidade que se atualiza a cada instante em que o livro é lido, visto, tocado, manuseado’.

Figura 12: *Lençol para dois* da Quelônio (usado com a permissão de Zeni).



As quatro publicações incitam dúvidas sobre o reconhecimento desses objetos como livros, ao contrário do que afirmam seus criadores (figura 13). O livro moderno é descrito como ‘uma reunião de folhas dobradas, reunidas em cadernos colados e costurados uns aos outros, em branco, manuscritas ou impressas com um revestimento que poderia ser encadernado ou brochura’ (Ribeiro, 2018, p. 79). O objeto é entendido socialmente como um volume único, monolítico, uma coleção de folhas de papel reunidas e encadernadas, conforme dispõem alguns dicionários:

(1) Coleção de folhas de papel, impressas ou não, cortadas, dobradas e reunidas em cadernos cujos dorsos são reunidos por meio de cola, costura etc., formando um volume que se recobre com capa resistente. (Dicionário Houaiss *apud* Haslam, 2007, p. 8)

(1) Conjunto de folhas de papel, impressas ou manuscritas, coladas ou costuradas num dos lados, cobertas por uma capa.<sup>9</sup>

O documento de 19 de novembro de 1964, *Recommendation concerning the International Standardization of Statistics on the Production and Distribution of Books, News papers and Periodicals*, da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura (Unesco), define livro como ‘Publicação não-periódica impressa de no mínimo 49 páginas, além da capa, publicada no país e disponibilizada ao público’ (tradução nossa). Apesar de essa recomendação ter sofrido revisão posterior, o texto que define o objeto permanece inalterado. Mesmo que os dicionários ou a própria Unesco não reconheçam ou considerem tais publicações como livros, seus criadores e o público que as consome as reconhece. Ribeiro (2018, p. 82) destaca que ‘o livro é uma tecnologia sócio-historicamente situada’, ou seja, representações sociais são parte do reconhecimento do que é um livro. Para os independentes, não será o formato, a tecnologia ou periodicidade capaz de definir se aquele objeto é um livro, e sim a sua finalidade, a sua intenção.

<sup>9</sup> Michaelis: Dicionário Brasileiro de Língua Portuguesa, versão *on-line*. Disponível em: <[www.michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=livro](http://www.michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=livro)>. Acesso em: 10 fev. 2019.

Figura 13: Detalhe para a identificação de “livro” em *Quería ter ficado mais*. Fonte: Autores (2019).



Sendo ou não livros, constata-se que esses editores e sua produção gráfica estão mudando a maneira como a informação é trabalhada como linguagem editorial. O portfólio analisado renova a experiência narrativa de livros impressos, em que o design gráfico traz níveis de interpretações da obra. A escolha do formato, do material ou da técnica de reprodução está diretamente ligada ao conteúdo do livro, com o propósito de tecer relações e novas possibilidades de interpretação da mensagem transmitida. As rupturas de formato navegam nas fronteiras formais da configuração do objeto e colidem com as definições linguísticas do que é o livro. Zeni revela que Nastari, designer dos livros da Quelônio, desenvolve seus projetos a partir da leitura dos originais. A intenção é pensar visualmente uma linguagem que dialogue com o texto. Na mesma linha, Arbolave<sup>10</sup> defende o uso do projeto gráfico como elemento narrativo. Em um contexto marcado pela concorrência de outros suportes de leitura, como os eletrônicos, a exploração da materialidade do objeto, a experimentação de técnicas artesanais e/ou industriais e a integração entre projeto gráfico e texto, têm atraído um público leitor interessado em novidades e em um livro esteticamente agradável.

Eu acho que o futuro do livro, ele está nesse cruzamento entre digital, e uma recuperação, uma exploração, uma experimentação gráfica calcada na materialidade do livro. Esses dois polos vão transformar o que é o livro. O livro digital também permite uma experimentação, incluir coisas que o livro convencional não permite, circular de uma maneira muito mais rápida e ampla, então você atinge um público maior. E por outro lado, o livro artesanal, de tiragem limitada, permite explorar técnicas e formatos diferentes, se aproximar de um público amante do livro. Um movimento mais orgânico em torno do livro e menos de massa.<sup>11</sup>

### 3 Considerações finais

De todo o cenário apresentado, observou-se o adensamento de uma nova produção simbólica que criou locais próprios de trocas, disputas e colaborações. A nomenclatura “independente” é adotada para diferenciar suas atividades de outras vigentes e para identificar seus métodos próprios de produção de impresso no campo editorial. Suas publicações rompem barreiras

<sup>10</sup> Ideia expressa no *website* da editora, em: <[www.lote42.com.br/sobre/](http://www.lote42.com.br/sobre/)>. Acesso em: 10 fev. 2019.

<sup>11</sup> Bruno Zeni em “O futuro do livro – Entrevista com Sílvia Nastari e Bruno Zeni”, no canal do YouTube Escrita Criativa, em 28 nov. 2017. Disponível em: <[www.youtube.com/watch?v=Dnbf1\\_Pu-ug](http://www.youtube.com/watch?v=Dnbf1_Pu-ug)>. Acesso em: 10 fev. 2019.

sobre o que dicionários e a literatura específica dispõem do que é o objeto livro. Projetam-se os livros não como suportes “neutros”, e sim, como objetos que dialogam e amplificam o sentido do conteúdo. Nos quatro casos analisados, verifica-se uma preponderância do projeto gráfico para a narrativa, equiparando ou salientando seu grau de importância diante de seu conteúdo literário. Dos elementos formais que compõem o projeto gráfico de um livro, o formato recebeu maior grau de inovação. Além da multiplicidade de formas, também se destacaram a diversidade de materiais e tecnologias de impressão, muitos destes preteridos pela indústria massiva, como a linotipia. Criam-se objetos com novas funções, que valorizam e ampliam a função do design gráfico na comunicação das mensagens. Indicam-se novas possibilidades de atuação profissional. Dentro de um contexto de valorização digital e perda de consumidores de livros, designers podem ter se dado conta de que a resistência do mercado de impressos estaria na materialidade poética de seus projetos, como pontua Lommen (2012, p. 12):

Muitos designers e leitores, contudo, ainda se sentem tão fortemente ligados ao livro impresso: por suas qualidades táteis, pelas variedades de papel e seus efeitos sobre as ilustrações e pelas várias maneiras de finalizar um livro. O futuro do livro impresso repousa em suas qualidades como objeto físico.

## Agradecimento

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## Referências

- Bressane, R. (2018). Multiplicar e dividir. *Meca Journal*, p. 10-11, São Paulo, número 18, mar. 2018.
- Camargo, I. P. (2016). *O livro de literatura: entre o design visível e o invisível. Tese (Doutorado)*. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo.
- Derdyk, E. (org.). (2013). *Entre ser um e ser mil: o objeto livro e suas poéticas*. São Paulo: Editora Senac.
- Gabriel, R. S., & Scrivano, R. (2018). Como editoras e livrarias independentes buscam se reinventar em meio à crise mais dramática do mercado editorial. *Época*. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/como-editoras-livrarias-independentes-buscam-se-reinventar-em-meio-crise-mais-dramatica-do-mercado-editorial-22929251>>. Acesso em: 2 set. 2018.
- Haslam, A. (2007). *O livro e o designer II: como criar e produzir livros*. São Paulo: Edições Rosari.
- Hein, R. Editorial. In Arbolave, C. (org.). (2015). *Queria ter ficado mais*. São Paulo: Lote 42.
- Lommen, M. et al. (2012). *The book of the books: 500 years of graphic innovation*. Londres: Thames & Hudson.
- Lupton, E. (2011). *A produção de um livro independente Indie Publishing: um guia para autores, artistas e designers*. São Paulo: Edições Rosari.
- Muniz Jr., J. S. (2016). Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015). *Tese (Doutorado)*. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.
- Ribeiro, A. E. (2018). *Livro: edição e tecnologia no século XXI*. Belo Horizonte: Moinhos; Contafios.
- Samara, T. (2011). *Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações*. Porto Alegre: Bookman.

Mattar, L. M. & Braga, M. C. | *Editorial independente contemporâneo: o design de quatro livros paulistanos*

Tschichold, J. (2007). *A forma do livro*. São Paulo: Ateliê Editorial.

Unesco. Institute for Statistics. *Book*. Disponível em:  
<[http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5096\\_201&ID2=DO\\_TOPIC](http://www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5096_201&ID2=DO_TOPIC)>. Acesso em: 20 dez. 2018.

## **Entrevista**

Zeni, B. (2019). Entrevista concedida à Luciana Mattar, 18 jan. 2019, São Paulo – SP.

## **Sobre o(a/s) autor(a/es)**

Luciana Lischewski Mattar, Mestranda em Design, FAU-USP, Brasil <[luciana.mattar@usp.br](mailto:luciana.mattar@usp.br)>

Marcos da Costa Braga, PhD, FAU-USP, Brasil <[bragamcb@usp.br](mailto:bragamcb@usp.br)>