

7 Conclusões e considerações finais

O design do livro é uma arte invisível. Este é um enunciado que traduz muitos dos conceitos tradicionalmente empregados pelos designers, como neutralidade, legibilidade e clareza, entre outros que guiam esta prática profissional. Todavia, o que buscamos investigar através deste estudo vai precisamente de encontro a esta afirmação. Neste caso, entretanto, não devemos situar este enunciado como um ponto numa linha reta em que seja possível apenas o deslocamento contra ou a favor. Assim, consideremos este enunciado num espaço tridimensional, onde várias trajetórias possíveis cruzam este ponto, para não irmos contra, ou a favor, mas ao menos chegar tão perto (ou tão longe?) do design de livros que este objeto familiar nos pareça estranho e nos permita um outro olhar sobre ele. Diante desta perspectiva, não podemos considerar o design de livros uma “arte invisível” sem refletir que, muito além dos mecanismos que o tornam invisível, é preciso, primeiramente, um sujeito que, por algum motivo, não o possa ver. Neste sentido, para se tornar invisível deve haver um leitor mais ou menos habituado às práticas de leitura e escrita, e mais ou menos familiarizado com os livros e as formas do livro, para que o livro, enquanto objeto torne-se invisível. Portanto, é neste sentido que pedimos licença a Caetano Veloso para parafraseá-lo ao reformular o enunciado: “O design do livro é uma arte invisível. Ou não”.

O que isso quer dizer? Quer dizer que depende. Depende de quem vê e, especificamente neste caso, depende de quem lê. Antes de prosseguirmos, é preciso frisar que esta não é apenas uma mera relativização do enunciado, movido apenas pela inércia daqueles que se dispõem a duvidar de tudo sem nada afirmar. Esta relativização fundamenta-se numa perspectiva que contempla o leitor como sujeito que confere sentido ao livro. Neste sentido, concordamos com Fish (1996), ao afirmar que toda leitura é interpretada e logo, construída pelo leitor. Somamos à esta compreensão as noções de Chartier (1999), que fala explicitamente da influência dos suportes na leitura, e de Martín-Barbero (2001), que propõe, inclusive, a existência de leituras oralizadas em práticas coletivas. Neste sentido, colocamos o leitor sob nosso foco.

Diante deste quadro, observamos que a leitura, não só do texto, do suporte, como do próprio design do livro, são

percebidas, interpretadas e significadas por quem lê da maneira como lê e onde lê. Portanto, consideramos que a invisibilidade do design do livro está diretamente ligada à noção que o designer tem sobre o leitor, como também à noção que o leitor tem sobre o livro e sobre o Design. Ou seja: depende de quem lê.

Partindo desta perspectiva, atentamos para a responsabilidade do designer de livros enquanto mediador cultural, ao verificarmos que, pela maneira como trabalha, o designer acaba muitas vezes ocultando o público leitor, tornando-o implícito por meio de uma ótica que admite pré-conceitos e entendimentos precipitados acerca do leitor. Isto se deve ao fato de muitos designers não guiarem seus projetos a partir de um conhecimento sobre o público leitor, mas a partir de pressupostos teóricos fundamentados pela percepção da forma, segundo a Teoria da Gestalt. Especialmente no que tange ao design do livro, percebemos que o trabalho do designer é permeado pelos diálogos com o autor, o editor, e, supostamente, com o leitor. Contudo, verificamos que, enquanto o autor e o editor influenciam diretamente o trabalho do designer, algumas abordagens consideram um leitor implícito, idealizado pelo designer.

Diante do distanciamento entre o designer e o leitor, consideramos a importância de se pensar o papel do designer como agente cultural, tendo em vista que seu campo de atuação envolve a construção de significados. A partir da compreensão de que a cultura é uma teia de significados em que os indivíduos influenciam e são influenciados (Geertz: 1989), aliada à noção de que os indivíduos se constituem a partir do sentimento de pertencimento a um grupo (Elias:1994), é possível propor a reflexão sobre o impacto da ação do designer diante de públicos, culturas e etnias diferentes da sua própria.

Neste sentido, buscamos entender a participação do designer como agente cultural na formação das práticas de leitura e escrita a partir do estudo de um público Guarani constituído no Projeto de Escolarização dos Agentes de Saúde. Mediante a observação de um grupo de leitores formado por agentes de saúde e professores do povo Guarani, verificamos que estes leitores apresentam uma série de características que os distinguem de outros leitores. Entre as características observadas, destacamos por um lado a importância conferida à identidade étnica, a preocupação com as tradições culturais e religiosas, suas relações com o tempo e o espaço de aprendizagem. Por outro lado, notamos a paciência, a capacidade de conviver pacificamente com outras culturas, o respeito e o bom humor. Diante destas características notamos que o processo de apropriação da leitura e escrita, que vem da cultura não índia, ou seja, de

Juruá para os Guarani, é favorecido quando situado numa relação dialógica.

Pelo acompanhamento dos encontros presenciais do curso de escolarização, notamos a formação de um universo híbrido (Canclini. 2001), formado pela interação entre indivíduos e culturas, a partir do qual há o acesso aos conhecimentos Guarani e Juruá. Desta forma, as práticas sociais de leitura são constituídas considerando este universo. Assim, desconsideramos a possível aculturação deste grupo a partir da aquisição da escrita ao partilharmos da noção de apropriação de Chartier (1996), pela qual vemos a leitura como uma prática social adequada ao universo simbólico da cultura em que se insere. Acreditamos, acreditamos que, assim como na oralidade, as práticas sociais de leitura e escrita Guarani apresentam configurações específicas que participam de sua identidade cultural.

Portanto, considerando que a falta de diálogo entre as culturas pode causar o desconhecimento, a negação, a frustração, a desilusão e o retrocesso que inviabilizam a leitura, procuramos aproximar o designer do universo dos leitores. Desta forma, destacamos, através do exemplo do Álbum Seriado **Caminho das tradições, prevenção de DST/AIDS nas aldeias Guarani M'bya do Estado do Rio de Janeiro**, a produção em co-autoria como estratégia possível para dar voz a estes leitores. Diante da experiência de partir das ilustrações e do roteiro do vídeo elaborado pelos leitores, observamos um produto influenciado por várias vozes e identidades com um objetivo único: a prevenção de Aids e das DST. Pela mescla das vozes, surgiu um objeto que dialoga com a tradição de transmissão do conhecimento Guarani, ao estimular a oralidade, conduzindo a uma leitura oralizada (Martín-Barbero: 2001) manifesta por um grupo de leitores/autores a um grupo de leitores/ouvintes. Neste projeto, privilegiamos o processo através de um método estabelecido ao longo da produção, e não a priori, voltado para a constituição de um contexto híbrido, da mescla de vozes, e de um produto que seja fruto destas práticas sociais.

Outrossim, vislumbramos uma nova possibilidade de estudo em futuras pesquisas ou desdobramentos, a partir da hipótese de que a produção coletiva do livro favorece a identificação com os leitores. Esta identificação não se dá apenas pelo fato de colocarmos os leitores como autores, mas por favorecer a criação de vínculos simbólicos a partir do estabelecimento de uma prática social, ligada à leitura e à escrita, da qual emergem significados que participarão da mediação da leitura.

Por este viés, diferenciamos o design do livro do Design da Leitura (Farbiarz e Farbiarz:2005). No primeiro caso, encontramos conceitos como legibilidade, conforto e clareza (Hendel:2006), que primam apenas por uma forma de

leitura que já pressupõe o leitor que já se apropriou das práticas sociais de leitura e escrita. Neste sentido, entendemos que o design do livro busca resolver apenas questões ligadas ao reconhecimento dos caracteres e à percepção do texto enquanto forma gráfica, favorecendo apenas à alfabetização. Já o Design da Leitura distingue-se pelo caráter formador, que prima não apenas pela alfabetização, entendida como apropriação da tecnologia de leitura e escrita, como também pelo letramento (Soares:2000), entendido como apropriação das práticas sociais de cultura e escrita.

Com a proposta do Design da Leitura, vislumbramos as possibilidades de investigação das condições de recepção, do reconhecimento dos agentes da produção, mediação e recepção, assim como o entendimento das diversas esferas de mediação, desde a mediação da cultura às mediações do suportes, que conduzem a diversas possibilidades de linguagem. Portanto, vemos diante do Design da Leitura um amplo campo de pesquisas que consideram os leitores, os suportes e os contextos em que se inserem. O designer nesta perspectiva não é invisível, mas participante de um contexto e busca o diálogo com os conhecimentos presentes nele, a fim de traçar estratégias que contribuam com as práticas de leitura e escrita.