

1

Introdução

“Os autores não escrevem livros: não, escrevem textos
que outros transformam em objetos impressos.”

Roger Chartier

Em 2007, a Associação de Designers Gráficos (ADG) promoveu durante a Bienal do Livro do Rio de Janeiro a mesa-redonda “O papel do design gráfico no projeto editorial”. Participaram da conversa Júlio Silveira, na época editor da Casa da Palavra, Ana Luisa Escorel, designer e editora da Ouro sobre Azul e Cristiano Menezes¹, designer do Escritório Retina 78. O evento foi mediado pela designer e professora Isabella Perrota e tratou de discutir a relação do designer com as outras personagens participantes do processo de produção de livros, a função do projeto gráfico editorial e sua relação com o processo de editoração. O encontro daquela tarde de sábado abordou temas e apresentou ideias que surgem naturalmente na relação entre o Design gráfico e a Editoração, porém um aspecto em particular chamou a atenção, o discurso de Escorel, fundamentado tanto em sua experiência como designer quanto em sua vivência como editora de livros.

O ponto de vista de Escorel com uma designer-editora mostrou-se diferenciado em comparação com os discursos dos outros dois participantes, um editor de uma grande casa editorial e um designer com o trabalho voltado unicamente para o projeto gráfico. O olhar de Escorel sobre o projeto editorial apresentou-se como um híbrido entre editores e designers e conseqüentemente mais amplo. No decorrer do encontro, percebeu-se que embora a relação entre designers e editores fosse de cumplicidade ela era limitada pelas barreiras próprias do processo de produção dos livros. Era consenso que ambos, designers e editores, primavam pela qualidade das obras produzidas, mas tal afirmação não se confirmavam na prática do mercado editorial onde o processo de produção é orientado pela relação entre eficácia e eficiência permitindo concessões que influem diretamente na qualidade das obras, sejam elas editoriais ou gráficas.

Em certo momento, Escorel foi questionada sobre seu posicionamento sobre a busca incessante do mercado editorial pela produção de *best-sellers* e respondeu afirmando que possuía um compromisso como designer, com uma editoração planejada a partir de uma metodologia projetual. Tal postura ampliaria a possibilidade de resultado favorável ao sucesso do projeto seja qual fosse a natureza de sua função. A resposta de Escorel apontou para uma aplicação do Design ao projeto editorial de forma ampla, que extrapolaria o projeto gráfico e traria diferencial para

¹ Em 2012, o designer Christiano Menezes criou a Darkside books e passou a acumular também a função de editor de livros.

si ao assumir a função de editora de livros. A partir da reflexão exposta por Escorel uma instigante inquietação tornou-se minha companheira. Como designer editorial e jornalista atuante como profissional do livro meus interesses se dão na relação entre Design e Editoração. A visão ampliada de Escorel sobre o mercado editorial, a partir de seu olhar como designer-editora, tornou-se o ponto de partida para esta pesquisa que analisou o trabalho de outros designers em semelhante papel e evidenciou o diferencial que estes profissionais trazem ao contexto atual da produção de livros e do Design no Brasil. É este o contexto que me levou à presente pesquisa e ao meu objeto, o designer-editor de livros.

Entendo que o designer-editor não seja apenas a soma de o profissional designer e a função de editor de livros, mas sim uma nova personagem que surge, a partir do contexto atual do mercado editorial, como resultante da relação entre os conhecimentos em Design e as necessidades e desafios do contemporâneo. Tive como premissa a natureza transdisciplinar do Design que possibilita o trabalho do designer e o capacita para o desenvolvimento de projetos em diversas áreas. Assim, o objetivo geral da pesquisa é o de identificar quais os conhecimentos e as habilidades o capacitam no exercício da sua função como editor de livros.

Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória em busca de outros exemplos de designers que, assim como Ana Luisa Escorel, possuem conhecimento na área do Design e atuam como editores. Foi utilizada uma abordagem qualitativa e por meio de entrevistas semi-estruturadas com designers-editores, coleta e análise de dados nos sites das editoras, da Biblioteca Nacional e da mídia especializada, foi possível examinar o trabalho destes profissionais, verificar suas motivações e delimitar quais as influências dos conhecimentos do Design o diferenciam como editor.

Para compreender as relações entre os conhecimentos do profissional designer e os conhecimentos que compõem a função de editor de livro, optei por facetar a pesquisa em três partes de modo a consolidar uma imagem clara do papel desempenhado por designers-editores. Dividi, então, meu objeto em três faces: livro (o contexto), editar (a função), design (o conhecimento). Início o trabalho de delimitação destas faces pela revisão da literatura sobre os assuntos. Como referência para o tema livro, Chartier foi de fundamental importância na compreensão das mudanças que ocorrem no livro hoje e os desafios que a tecnologia impõe à sua forma. Outros autores também contribuíram para o assunto como Andrew Hallowell e Paixão, sobretudo no que dizem a respeito do livro no Brasil. Sobre o editor, a tese do profes-

sor Aníbal Bragança foi essencial para a compreensão do papel do editor de livros. Outras fontes como a série *Editando o editor* também contribuíram para o assunto. Quanto ao designer, autores como Lucy Niemeyer, André Villas-Boas e Ana Luisa Escorel contribuíram como referências sobre a formação em design gráfico no Brasil. Steven Heller e Donald Schön acrescentaram informações sobre os desafios da profissão e da formação no contemporâneo.



Figura 1 Representação gráfica das faces da pesquisa.

Após a revisão de literatura foi realizada a coleta e análise de dados sobre os editores e editoras selecionados para o estudo de suas experiências editoriais. A coleta de informações sobre as linhas editoriais, catálogos, estratégias de mercado e canais de comunicação com o leitor constituíram parâmetros para o desenvolvimento e análise das entrevistas que foram realizadas com os editores. Foram selecionados três designers-editores para serem entrevistados e analisadas suas experiências. A metodologia empregada e técnicas escolhidas tiveram a função de satisfazer os objetivos propostos e verificar a hipótese de que a formação em Design contribui, capacita e carrega diferencial para a atuação de um designer na função de editor.

Estrutura da dissertação

A dissertação está organizada em oito capítulos. O primeiro capítulo, este aqui apresentado.

O segundo capítulo contextualiza o universo tratado na pesquisa, o mundo dos livros. Trata da coleta e análise de dados acerca do mercado editorial no con-

texto atual da produção de livros do Brasil. O capítulo tem como objetivo apontar as transformações, desafios e complexidade deste universo.

O capítulo 3 define o papel do editor. Apresenta o conjunto de conhecimentos necessários para o exercício profissional, delimitando a função e a abrangência de sua formação. As relações entre editores e o mercado editorial são analisadas a partir de revisão de literatura e material coletado em fontes especializadas.

O capítulo 4 é dedicado à formação e à especialização na área editorial do designer. O objetivo deste capítulo foi evidenciar os conhecimentos adquiridos pelo designer no conjunto de habilidade e capacidades que o capacitam para ser um profissional dessa área. Também trata do projeto gráfico, de responsabilidade do designer e o diferencial do projeto editorial, de responsabilidade do editor.

O capítulo 5 apresenta as experiências editoriais de três designers-editores em suas editoras, o histórico de formação das editoras, catálogos, linhas editoriais e linguagem visual utilizadas pelos designers entrevistados.

O capítulo 6 analisa as experiências editoriais colhidas nas entrevistas com os designers-editores. As entrevistas verificaram as motivações, identificaram capacidades e habilidades e apontam o diferencial desta personagem para o mercado editorial.

No sétimo capítulo delinea-se a personagem designer-editor como resultante da soma das personagens: editor × mercado editorial × designer, cumprindo, assim, os objetivos da pesquisa. E, por fim, identifica-se os conhecimentos adquiridos por designers são utilizados no exercício da função editorial.

O oitavo e último capítulo apresenta aspectos mais relevantes alcançados pela pesquisa e aponta possíveis desdobramentos.