

# 5

## Experiências editoriais

Hoje, existem duas maneiras de se trabalhar e estas duas maneiras definem os tipos de editores: uma maneira é aquela a favor do mercado, aquilo que se supõe que seja o mercado. E existe aquilo que se supõe a maneira de trabalhar “do contra”. O editor trabalha “na contramão” por várias razões: ou porque acha que existe um canto, uma fissura onde pode penetrar, isto é, existe um campo, embora pequeno, inexplorado, onde pode marcar presença, satisfazer uma necessidade de alguma ordem, ou porque tem um projeto contracultura, contraideológico etc.; as possibilidades de êxito, neste tipo de coisa, são às vezes tão grandes quanto as do ‘a favor’.

*Jacó Guinsburg*

Este capítulo se dedica a estudar editores que possuem conhecimentos e experiência na área do Design, as editoras em que trabalham e o serviço que desempenham no mercado editorial brasileiro como editores de livros. São casos representativos da relação entre os conhecimentos do Design, o exercício da função do editor e a prática profissional no mercado de livros. São apresentados três editores:

- André Villas-Boas designer e editor da 2AB editora entre 1997-2007.
- Vitor Barreto designer e editor da 2AB editora desde 2007, da editora Novas ideias e do selo editorial Lúcida Letra.
- Christiano Menezes designer e editor da DarkSide books desde 2012.

O capítulo inicia-se pela biografia do editor analisado, apresenta-se o histórico de formação da editora, a linha editorial proposta, o **catálogo constituído e analisa-se** obras representativas editadas. O capítulo examina o trabalho de editoração dos designers frente a suas editoras e evidencia o diferencial que os profissionais de Design trazem ao contexto atual da editoração. Verifica-se as motivações que levam designer a editar livros, analisa-se o contexto de atuação de cada editor e aponta-se posturas editoriais, estratégias, dificuldades e objetivos.

Para tal, foi realizada a coleta de dados das biografias, listas de publicações, linhas editoriais e material de divulgação, no sites das editoras, no site da Biblioteca Nacional e em todo o material institucional coletado. Foram realizadas entrevistas de forma semiestruturada, pessoalmente, entre os meses de agosto de 2016 e fevereiro de 2017. Foram estipuladas questões centrais e foi dada total liberdade para os entrevistados falassem a respeito. O objetivo foi o de deixar a entrevista o mais próximo possível de uma conversa e deixar que os entrevistados respondessem espontaneamente. O conteúdo foi inicialmente transcrito e o discurso analisado.

Para a escolha dos editores analisados foram estabelecidos critérios que visam a obtenção de casos estruturalmente similares, a fim de criar um contexto de atuação editorial sob a possibilidade de comparação.

- Editores com conhecimentos na área do Design, por formação acadêmica e/ou como profissionais de mercado que se apresentem como designer;
- Editores que atuam na função de editor de livros, seja em editora própria ou como contratado;

- Editores independentes, responsáveis pela linha editorial, composição de catálogo e planejamento editorial das obras que editam.

Cabe ressaltar que foram ouvidos editores com o perfil específico definido anteriormente, não sendo contemplados editores com diferentes percursos de formação, pois já existe ampla literatura documentando esta personagem.

## 5.1 André Villas-Boas e a 2AB editora

### 5.1.1 O editor

Designer gráfico, professor e editor na 2AB editora entre os anos de 1997 e 2007. Villas-Boas é bacharel em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e cursou Design na mesma instituição não tendo concluído o curso. É mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ e doutor em Comunicação, pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ). Foi professor da PUC-Rio e atualmente leciona na Escola de Comunicação da UFRJ. É autor de livros de Design: *O que é [e o que nunca foi] design gráfico* (2AB, 1997), *Utopia e disciplina* (2AB, 1998), *O que é [e o que nunca foi]: The dub remix* (2AB, 1999) e *Identidade e cultura* (2AB, 2003).

Em entrevista concedida em agosto de 2016 em sua casa em Paquetá, Villas-Boas conta que considera seu primeiro contato com o Design, mesmo que inconsciente, foi ainda criança, quando aos 10 anos de idade fazia um jornal na rua em que morava. O jornal era impresso em um mimeógrafo a álcool, que tinha acesso por sua mãe ser professora, era distribuído na rua e a parte visual era de sua criação. E assim começava seu interesse e envolvimento entre o jornalismo e o design editorial. Anos depois, conseguiu um estágio no jornal *Tribuna da Imprensa* e iniciou profissionalmente a carreira de repórter, no semestre seguinte, aos 19 anos, iniciou o curso de Comunicação Social na PUC-Rio. Foram 9 anos trabalhando como jornalista até resolver sair da área aos 26 anos. Na época como redator de *O Globo* percebeu que entre a insatisfação com a profissão e as questões políticas que envolvem o meio era melhor deixar o jornalismo.

O interesse pelo design gráfico permaneceu latente ao longo dos anos em que atuou como jornalista. Pouco antes do fim da carreira de repórter, Villas-Boas começou a buscar cursos livres na área do Design, como produção gráfica e *layout* cursados na Universidade Santa Úrsula e na Universidade Candido Mendes. Rapidamente começou a fazer pequenos trabalhos na área de forma autônoma até que

decidiu retornar à faculdade. Reingressou na PUC-Rio para cursar Design e logo começou a criar vínculos com os professores da instituição e de outras universidades. Destaca a relação construída com a professora Ana Maria de Moraes que lhe convidou para revisar a tese que estava escrevendo. Cursou três semestres do curso e resolveu interrompê-lo para iniciar o mestrado. Sob o incentivo da professora Ana Maria, iniciou a pós-graduação em Comunicação na ECO/UFRJ com uma pesquisa voltada para o Design. Posteriormente a dissertação foi adaptada e publicada pela 2AB editora, em 1998, no livro *Utopia e disciplina*.

Foi durante a pesquisa do mestrado que Villas-Boas observou a falta de bibliografia sobre Design no Brasil. Ele conta em particular sobre a dissertação da professora Lucy Niemeyer, que foi de grande importância no trabalho.

*Enquanto eu fazia a dissertação eu me perguntava: como é que as pessoas podem pesquisar sobre Design se não tem bibliografia? E a pouca bibliografia que tem não é publicada. Eu tinha arranjado a dissertação da Lucy porque a Ana Maria era amiga da Lucy e tinha a dissertação em casa, então eu fui e tirei xerox. Se não eu não saberia da existência, era da Educação na UFF. Como eu ia saber que na Educação da UFF tinha uma dissertação falando sobre a ESDI? [...] E aí minha dissertação, que me deu trabalho, que eu acho que está muito boa, a banca também achou muito boa vai para a gaveta.*

Esta foi a constatação que Villas-Boas posteriormente transformaria em uma oportunidade de negócio. Inicialmente, criou uma empresa, a 2AB, que por questões administrativas e contábeis foi constituída como uma editora. A intenção era trabalhar com projetos editoriais, serviços de design e com a possibilidade também de editar. O negócio funcionou por algum tempo até que em 1997 sofreu uma reformulação, houve reestruturação empresarial e Villas-Boas resolveu se dedicar ao plano de editar. O escritório já havia feito algumas obras sob encomenda para clientes e o que a 2AB passaria a fazer deste momento em diante seria atuar comercialmente no mercado com suas obras.

### **5.1.2 A editora**

A editora 2AB editou a primeira obra em dezembro de 1997. A ideia de Villas-Boas era lançar uma série de livros sobre Design, e a primeira obra escolhida para ser editada foi a dissertação de mestrado da professora Lucy Niemeyer. O convite à autora havia sido feito durante o P&D 96 e com a decisão de iniciar o trabalho editorial foi naturalmente a primeira obra a ser trabalhada. Em paralelo, Villas-Boas resolveu lançar um dos capítulos da sua própria monografia, que havia sido apresentada no P&D e havia gerado uma grande discussão, o livro *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. Villas-Boas descreve como foi o contato:

*Eu liguei para Lucy e falei com ela: aquele papo de publicar o livro, aquilo é sério, você topa? Eu tenho formação como jornalista, eu posso fazer a revisão, transformar a dissertação, adaptar ela para livro, é uma coisa tranquila... e aí ela topou. Resolvemos fazer o livro. Tinha a vantagem que a Lucy era uma pessoa muito conhecida, então lançar um primeiro livro de uma pessoa tão conhecida como ela abria caminhos.*

O lançamento do livro *Design no Brasil: origens e instalação*, da professora Lucy Niemeyer, foi realizado em dezembro de 1997 na Casa França-Brasil, em um evento de repercussão no meio e de grande sucesso. O segundo livro da editora foi *O que é [e o que nunca foi] design gráfico* editado em paralelo a primeira obra e impresso em uma pequena tiragem para ser vendida no evento de lançamento. O livro da professora Lucy teve uma boa vendagem o que empolgou Villas-Boas.

*E aí qual foi a receita da 2AB, eu era um cara que pertencia aquela área, então eu ia aos congressos. Foi um momento muito fervilhante, da criação das pós-graduações todas, a ADG estava muito atuante, enfim, por uma série de razões, você tinha muitos ambientes em que as pessoas se encontravam. [...] Quando a gente foi fazer o livro da Lucy, eu criei um selo que era Série Design, porque dentro desses livros que estavam saindo, estava saindo o livro da Lucy e eu estava na cabeça de fazer uma série de livros sobre Design, inclusive a minha dissertação um dia. Como o lançamento do livro da Lucy, o lançamento em si foi um sucesso e como quando a gente começou a distribuir houve uma certa receptividade das livrarias, não muito grande mas houve, eu falei, opa, então perai, tem um mercado aí, tem um segmento [...] Vamos publicar dissertações adaptadas para livro, que na minha cabeça eram quatro ou cinco, então era uma série em que saíam cinco ou seis títulos ao longo de um ano ou dois e vamos ver no que que dá. Não investir e tornar a editora uma editora especializada em design, a princípio não foi isso.*



**Figura 6** Capas das obras *Design no Brasil: origens e instalação* de Lucy Niemeyer, primeiro livro lançado pela 2AB editora em 1997, e *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*, de André Villas-Boas.

Villas-Boas conta que a ideia inicial era editar livros sobre design, mas não somente sobre isso, para tanto, lançou a primeira obra sob o selo Série Design, mas só depois do sucesso no lançamento e na receptividade do primeiro livro, ele começou a amadurecer a identidade da editora. Após perceber que havia um espaço significativo no mercado para atuar começou a consolidar uma linha editorial específica para ser seguida e a pensar o que mais, em conteúdos, poderia editar.

*Então agora sim, tem que ter um projeto editorial, o quê que vai ser isso, o quê que eu pensei? Se eu vou trabalhar só com design, não vai ser publicando dissertação que essa editora vai se sustentar, porque não vai ter venda suficiente para ela se sustentar. O livro da Lucy tem Niemeyer no nome, ela é muito conhecida, o trabalho é muito bom etc. [...] Mas com outros títulos não vai ser necessariamente assim, então se eu só publicar esse padrão de livro a editora não vai se sustentar. Então aí a gente criou duas linhas depois eu criei uma terceira e depois uma quarta.*

A primeira linha editorial definida foi a, então já criada, **série Design**, que deveria contar com textos teóricos e históricos sobre design seguindo o perfil do livro *Design no Brasil* da Lucy Niemeyer. Segundo a definição encontrada nas orelhas dos livros editados pela série “se propõe a ser um fórum para discussão acadêmica sobre design, em abordagens interdisciplinares que o enfoquem como manifestação da cultura contemporânea”. Outras obras editadas da série foram: *Notas para uma história do design* de Pedro Luiz Pereira de Souza, *Utopia e disciplina* de André Villas-Boas e *Ergonomia: conceitos e aplicações* de Ana Maria de Moraes e Cláudia Mont’Alvão.



**Figura 7** Capa das obras de *Notas para uma história do design* e *Ergonomia: conceitos e aplicações*, primeiras obras da série Design.

A segunda linha criada foi a **base Design**, uma série de livros inspirada na clássica coleção *Primeiros Passos*<sup>18</sup> e com o objetivo de editar “livros que abordam questões recorrentes e contemporâneas do design, em enfoques introdutórios e didáticos, para auxiliar a atividade docente e fornecer ao profissional e ao estudante informações para o exercício contextualizado de sua profissão.”<sup>19</sup> Outras obras editadas pela série foram: *Tipografia pós-moderna* de João Pedro Jacques e *Mobiliário urbano* de Claudia Mourthé.



**Figura 8** Capa das obras de *Tipografia pós-moderna* e *Mobiliário urbano*, da série baseDesign.

A seguir surgiu a **sérieOficina**, “que reunia abordagens extensivas do design contemporâneo no que se refere a métodos, sistemas de produção, análise e uso de materiais e práticas profissionais no Brasil e nos países periféricos”<sup>20</sup>. As primeiras obras da série foram *Viver de design*<sup>21</sup> de Gilberto Strunck e *Produção gráfica para designers* de Marina Oliveira<sup>22</sup>. A última linha descrita por Villas-Boas foi **sérieProjeto** “dedicada a projetos de design gráfico em busca de linguagens que expressem a lógica contemporânea e que levem à reflexão sobre os caminhos de nossa atividade”.

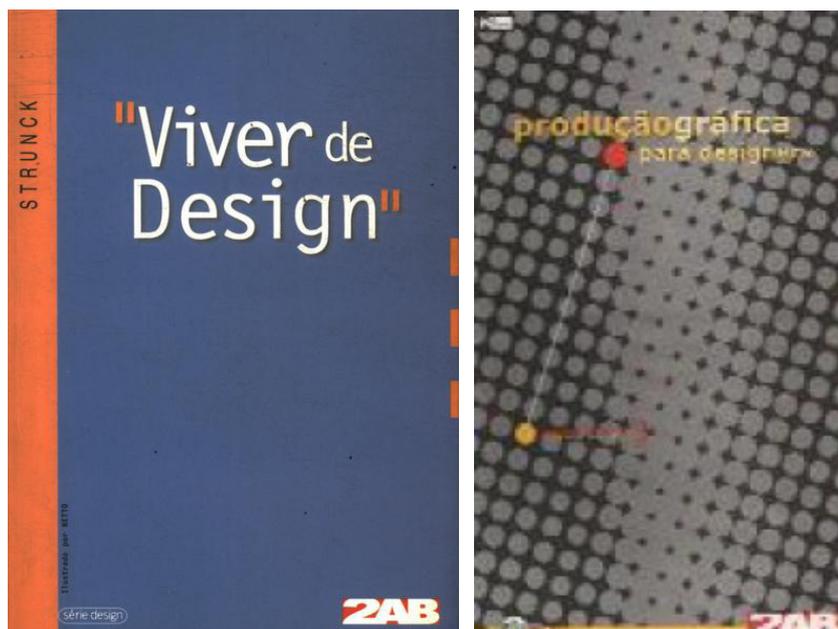
<sup>18</sup> A coleção *Primeiros Passos* é uma série de pequenos livros caracterizados por textos leves e introdutórios sobre diversas áreas do conhecimento e escritos por especialistas. Foi editada pela primeira vez pela editora Brasiliense no ano de 1980, teve como volume 1 “O que é Socialismo?” de Arnaldo Spindel e conta com mais de 300 volumes editados.

<sup>19</sup> Texto de apresentação da série presente na orelha dos livros editados.

<sup>20</sup> Texto de apresentação da série presente na orelha dos livros editados.

<sup>21</sup> A primeira edição de *Viver de Design* de 1999 foi editada sob o selo sérieDesign e as edições posteriores foram reorganizadas para a sérieOficina.

<sup>22</sup> O livro *Produção gráfica para designers* é de autoria de André Villas-Boas e foi publicado inicialmente sob o pseudônimo de Marina Oliveira por sua vontade. Há alguns anos o pseudônimo foi revelado e o livro foi reeditado já com a autoria corrigida.



**Figura 9** Capa da obras de *Viver de design* (1999) e *Produção gráfica para designers* (2000), da série Oficina.

Villas-Boas conta que seu convívio com o meio acadêmico o ajudou a conhecer autores, a encontrar novos títulos a serem editados; e a compreender os conteúdos e orientar as linhas editoriais segundo a necessidade de mercado e/ou dos leitores, inicialmente alunos. Os primeiros problemas a surgir se deram no âmbito da distribuição e dos pontos de venda como descreve:

*...a primeira coisa é que só tinha distribuição no Rio de Janeiro e em São Paulo, em poucas livrarias [...] e distribuição própria. A gente tentou o distribuidor, mas qual era o problema? A gente tinha muito pouco títulos então os distribuidores não se interessavam. As tiragem eram de mil, depois a gente passou a fazer 2 mil e chegamos a fazer 3 mil, mas era fundamentalmente mil. A tiragem primeira tiragem do O que é [e nunca foi]... foram 500, acho que nem foi offset, foi impressão digital.*

Segundo Villas-Boas a produção dos primeiros livros era feita com o menor custo possível, pois o capital inicial era pequeno, cerca de 700 dólares, suficiente apenas para editar dois ou três títulos. Então os livros eram simples, não havia revestimento nas capas elas eram impressa diretamente sobre o cartão duplex, o que diminuía a durabilidade do livro, mas permitia que se mantivesse o custo baixo e o preço acessível ao público-alvo, prioritariamente alunos. As tiragens também eram modestas e o número pequeno de títulos e exemplares dificultava a contratação de distribuidores, obrigando-o a fazer a distribuição por conta própria.

Outro problema surgiu no ponto de venda, se André Villas-Boas resolveu editar livros de design pela falta de bibliografia na área, na livraria, a consequência era a inexistência do espaço físico destinado a esse livro, pois ele não existia.

*[...] mas tinha esse problema, os livros da gente quando chegavam as livrarias, onde é que ficavam? Ficavam ao lado dos livros bonitões estrangeiros, dos livros de figurinhas todos bonitos, então os livros da gente sumiam. Eram os livros de design importados. [...] E qual era, então, o problema, não tinha uma prateleira de livros de design em português, livro de texto, então temos que criar prateleira. E não vai ser com a gente editando livro, a gente não tem dinheiro para isso, então a gente começou, na verdade eu, graças aos contatos [...] comecei a ficar muito conhecido e aí você conhecendo as pessoas, você sabe quem tá fazendo o que. Aí, eu descobri que um fulano no Espírito Santo tinha feito por conta própria edição da dissertação dele em formato de livro, que num sei onde, a editora da universidade federal tinha publicado o livro de um outro, o Senai lá no Rio Grande do Sul tinha uma apostila... Então a gente começou a entrar em contato com essas pessoas para fazer a distribuição, para poder fazer um volume e criar a prateleira de livro de design e não passar vergonha. E conseguimos, não tô brincando não, conseguimos uns 50 títulos, ao longo de um ano, de um tempo.*

A solução encontrada por André para o problema contribuiu efetivamente para consolidação de uma bibliografia de design no Brasil e para a bibliodiversidade<sup>23</sup>. Ele destaca outra ação como de grande relevância, a presença da banca de venda de livros em congressos. Segundo Villas-Boas, a banca da 2AB em congressos é importante para a marca, é responsável por concentrar pessoas, apresentar novos autores e trocar ideias. Como os autores acabavam sendo pagos em livros, pelo baixo capital recorrente, a banca também funcionava como momento de acerto dos direitos autorais. Alguns autores retiravam suas comissões em exemplares diversos na banca. Para André, a banca era essencial para a editora, já que era responsável por divulgar os livros entre os professores que efetivamente poderiam aplicá-los em sala de aula e fazê-los chegar aos alunos. Funcionava também como um ponto de encontro entre as pessoas que pensavam design naquele momento e para Villas-Boas a banca no P&D 98 representa o momento em que percebeu que a ideia de uma editora exclusiva sobre Design daria certo, como descreve:

*Foi muito rápido. Ao mesmo tempo que muito rapidamente sabia que em determinados rincões eu ia enfrentar muita resistência, e efetivamente enfrentei. Ao mesmo tempo eu percebi que a receptividade com a editora era gigantesca, porque não*

<sup>23</sup> Segundo a Aliança internacional dos editores independentes, bibliodiversidade é um termo que descreve diversidade cultural aplicada ao mundo editorial, tal como biodiversidade, e se refere à necessidade de diversidade na produção editorial e nos acervos disponibilizados aos leitores em bibliotecas, livrarias e outros ambientes.

*tinha outra. Não tinha outra e os livros da gente iam ao encontro com o que as pessoas estavam precisando. Isso foi no P&D 98, veja bem a 2AB foi criada em 97, dezembro de 97, o P&D 98 foi em outubro do ano seguinte menos de um ano. No P&D 98 a banca da 2AB foi o grande ponto do encontro do congresso. Todo Mundo ia pra banca da 2AB, a gente já tinha a tal prateleira, já fazia a distribuição, e foi assim, ali ficou bastante claro, entendeu. E a partir daí os livros passaram a ser mais adotados.*

Outra estratégia criada para ganhar mercado foi a criação do que chamou de PAE (Programa de apoio ao estudante), um programa de venda direta das obras para os alunos com bons descontos. Uma vez que o professor indicasse o livro para uma turma, um aluno representante era escolhido para fazer o contato e a compra de um volume de livros diretamente da editora para todos os alunos.

*Normalmente não era a professora que fazia, quer dizer por trás, os professores não faziam na frente por que podia parecer que eles estavam ganhando alguma coisa com isso. Mas o quê que era, uma turma se reúne, quantos vão comprar? 30 vão comprar? Então ele compram direto na editora com um belo desconto e a gente manda tudo junto para uma pessoa e essa pessoa uma pessoa distribuía com os seus 30 colegas. Isso deu super certo, nunca tivemos problema nenhum, era bom pra gente e na verdade esse puta desconto que agente dava não chegava aos 50% que a livraria levava. Mesmo assim pra gente era bom e pro aluno melhor ainda que ao invés dele pagar 20 reais ele pagava 12, né, era bom pra ele e era bom pra nós.*

A editora rapidamente abriu uma loja virtual e passou a vender também pela internet. A livraria virtual mantinha a venda tanto de livros próprios quanto de livros de outras editoras na área do Design, seguindo o princípio inicial de contribuir para a circulação de livros. Posteriormente, também foi criada uma livraria física que já não está mais em funcionamento.

Foram 10 anos de atividade com Villas-Boas à frente como editor e poderiam ter sido muito mais já que segundo o editor a editora ao fim de 2007 quando foi vendida se mostrava saudável financeiramente. Ao longo desse tempo, o catálogo da editora cresceu e o volume de trabalho e dedicação de André também, porém como dividia a atividade com sua carreira acadêmica começou a ficar cada vez mais difícil conciliar:

*Eu comecei a 2AB com um entusiasmo danado tudo maravilha, os três últimos anos da 2AB eu tava louco para me livrar da editora porque ela foi virando empresa. A parte administrativa começou a puxar muito e a parte editorial ia ficando de lado, só que ela continuou pequena, entendeu, não queria que ela crescesse.*

Impossibilitado de atender as necessidades que o negócio exigia, Villas-Boas decidiu vender a editora com o objetivo de que outra pessoa pudesse seguir adiante.

A editora foi vendida em 2007, 10 anos após sua criação, para outro designer, Vitor Barreto, que havia sido estagiário na editora, conhecia o negócio e continuou o compromisso de uma editora exclusivamente de Design.

### 5.1.3 Catálogo

A 2AB editora, com André Villas-Boas à frente, editou cerca de 40 obras, entre primeiras edições e reedições, durante os anos de 1997 e 2007. A seguir observa-se a relação<sup>24</sup> de títulos editados organizados a partir do número do ISBN:

**Tabela 3** Relação de obra editadas pela 2AB editora entre 1997 e 2007.

ANO	ISBN	Título	Ed.	Autores
	85-86695-00-9	###DESATIVADO###		
1997	85-86695-01-7	AURA	1	REZENDE, RENATO ( Autor)
1997	85-86695-02-5	DESIGN NO BRASIL: ORIGENS E INSTALACAO	1	NIEMEYER, LUCY ( Autor)
1997	85-86695-03-3	O QUE E E O QUE NUNCA FOI	1	VILLAS-BOAS, ANDRE ( Autor)
1998	85-86695-04-1	TIPOGRAFIA POS- MODERNA	1	JACQUES, JOAO PEDRO ( Autor)
1998	85-86695-05-X	ERGONOMIA: CONCEITOS E APLICACOES	1	MONT'ALVAO, CLAUDIA ( Autor) MORAES, ANAMARIA DE ( Autor)
1998	85-86695-06-8	MOBILIARIO URBANO (COLECAO BASE DESIGN)	1	MOURTHE, CLAUDIA ( Autor)
1998	85-86695-07-6	NOTAS PARA UMA HISTORIA DO DESIGN	1	SOUZA, PEDRO LUIZ PEREIRA DE ( Autor)
1998	85-86695-08-4	UTOPIA E DISCIPLINA	1	VILLAS-BOAS, ANDRE ( Autor)
1998	85-86695-09-2	TIPOGRAFIA DIGITAL: O IMPACTO DAS NOVAS TECNOLOGIAS	1	FARIAS, PRISCILA LENA ( Autor)
1998	85-86695-10-6	MARKETING NO DESIGN GRAFICO	1	NIEMEYER, CARLA ( Autor)
2000	85-86695-11-4	VIVER DE DESIGN	1	STRUNCK, GILBERTO ( Autor)
1999	85-86695-12-2	O QUE E O QUE NUNCA FOI : THE DUB REMIX	1	VILLAS-BOAS, ANDRE ( Autor)

<sup>24</sup> A tabela foi criada a partir de dados coletados no site do setor de ISBN da Biblioteca Nacional, os campos em branco indicam que a informação não está presente nos registros.

**Tabela 3** Relação de obra editadas pela 2AB editora entre 1997 e 2007.

ANO	ISBN	Título	Ed.	Autores
1999	85-86695-13-0	FORMAS DO DESIGN: POR UMA METODOLOGIA INTERDISCIPLINAR	1	COUTO, RITA MARIA DE SOUZA ( Autor) OLIVEIRA, ALFREDO JEFFERSON DE ( Autor)
	85-86695-14-9	OUTRA MUSICA		OLIVEIRA, SYLVIO DE ( Autor)
	85-86695-15-7	SISTEMAS DE IDENTIDADE VISUAL		VILLAS-BOAS, ANDRE FABIO ( Autor)
	85-86695-16-5	PRODUCAO GRAFICA PARA DESIGNERS		VILLAS-BOAS, ANDRE FABIO ( Autor)
	85-86695-17-3	PRINCIPIOS DE ORGANIZACAO VISUAL		VILLAS-BOAS, ANDRE FABIO ( Autor)
	85-86695-18-1	TIPOGRAFIA: UMA APRESENTACAO		FARIAS, LUCY CARLINDA NIEMEYER DE ( Autor)
	85-86695-19-X	ERGODESIGN PARA TRABALHO EM TERMINAIS INFORMATIZADOS		MORAES, ANAMARIA DE ( Autor) PEQUINI, SUZI MARINO ( Autor)
	85-86695-20-3	DESIGN DE ADVERTENCIA		RODRIGUES, CLAUDIA R. MONT'ALVAO BASTOS ( Autor)
	85-86695-21-1	DESIGN GRAFICO: DO INVISIVEL AO ILEGIVEL		
	85-86695-22-X	IDENTIDADE E CULTURA		VILLAS-BOAS, ANDRE ( Autor)
	85-86695-23-8	ERGODESIGN: PRODUTOS E PROCESSOS		FRISONI, BIANKA CAPPUCCI ( Autor) MORAES, ANAMARIA DE ( Autor)
	85-86695-24-6	CIDADANIA E ORIENTACAO SEXUAL : A TRAJETORIA DO GRUPO TRIANGULO ROSA		SILVA, CRISTINA LUCY CAMARA DA ( Autor)
	85-86695-25-4	GUIA DESIGN 2003		OLIVEIRA, SYLVIO DE ( Autor)
	85-86695-26-2	A SAGA DO SAMBA		BOAS NETTO, JULIO VILLAS ( Autor)
	85-86695-27-0	PLANEJAMENTO DE EMBALAGENS DE PAPEL		PEREIRA, JOSE LUIS ( Autor)
	85-86695-28-9	DESIGN DE AUTOMOVEIS - ARTE EM FUNCAO DA MOBILIDADE		LARICA, NEVILLE JORDAN ( Autor)

**Tabela 3** Relação de obra editadas pela 2AB editora entre 1997 e 2007.

ANO	ISBN	Título	Ed.	Autores
	85-86695-29-7	COMPUTACAO GRAFICA PARA DESIGNERS (DIALOGANDO COM AS CAIXINHAS DE DIALOGO)		GAMBA JUNIOR, NEWTON ( Autor)
	85-86695-30-0	MEMORIAS TIPOGRAFICAS		PORTO, BRUNO DE ALMEIDA ( Autor)
2003	85-86695-31-9	ELEMENTOS DE SEMIOTICA APLICADA AO DESIGN	1	FARIAS, LUCY CARLINDA NIEMEYER DE ( Autor)
	85-86695-32-7	DIARIO DE BORDO		NOGUEIRA FILHO, JOSE BESSA ( Autor)
	85-86695-33-5	DESIGN DE JORNAIS: TEORIA E PRATICA		MARCELI, TATHIANA ( Autor)
2006	85-86695-34-3	TIPOGRAFIA: UMA APRESENTAÇÃO	4	LUCY NIEMEYER ( Autor)
	85-86695-35-1	O QUE É E O QUE NUNCA FOI DESIGN GRÁFICO	6	ANDRÉ VILLAS-BOAS ( Autor)
2007	978-85-86695-36-0	ANOS FATAIS	1	JORGE CAÊ RODRIGUES ( Autor)
2007	978-85-86695-37-7	PRODUÇÃO GRÁFICA PARA DESIGNERS	3	ANDRÉ VILLAS BOAS ( Autor)
2007	978-85-86695-38-4	UTOPIA E DISCIPLINA	2	ANDRÉ VILLAS BOAS ( Autor)
2007	978-85-86695-39-1	IDENTIDADE E CULTURA	2	ANDRÉ VILLAS BOAS ( Autor)
2007	978-85-86695-40-7	SISTEMAS DE IDENTIDADE VISUAL	4	ANDRÉ VILLAS-BOAS ( Autor)

O catálogo formado por Villas-Boas prioriza o autor nacional, são em sua maioria livros escritos por professores universitários ou profissionais com ampla experiência na área. Partindo do princípio da falta de uma bibliografia em Design no país, é evidente o esforço do editor para lançar títulos que contemplem a maior variedade possível de assuntos necessários para auxiliar na formação de alunos. O conjunto de livros editados compreende, a partir das séries propostas, livros de iniciação aos conteúdos mais básicos do Design e livros mais elaborados que propõem discussões e apontam caminhos para a consolidação dos saberes do campo.

Muitos dos livros se tornaram, ao longo dos anos, bibliografia básica dos cursos de Design por todo o Brasil e contribuirão para formação de muitos profissionais. Os livros da série baseDesign, pequenos, baratos e de grande circulação, segundo André, eram responsáveis financeiramente pelo capital de giro da editora.

O que possibilitava o lançamento de livros das outras séries que tinham um retorno mais demorado.

Embora os livros sejam essencialmente voltados para o ensino, o que traz a necessidade de periódica atualização, pois novas necessidades surgem pelo desenvolvimento tecnológico, metodológico e de mercado, foi possível a criação de um fundo de catálogo capaz de gerar lucros. Livros como *Viver de Design* de Gilberto Strunck, lançado em 2000, chegou a 2007 em sua 6ª edição e *Sistemas de Identidade Visual e Tipografia: uma apresentação* à 4ª edição.

#### 5.1.4 Obra representativa: *Utopia e disciplina*

Segundo Villas-Boas, a editora 2AB foi criada a partir de uma de ponto de vista muito provocador e pretendia publicar títulos que também trouxessem a discussão e o questionamento em seus conteúdos. O livro *Utopia e disciplina* foi editado com esse objetivo, ele é constituído pela dissertação de mestrado do próprio André que adaptou o texto e criou um projeto gráfico seguindo o mesmo sentido, como descreve:

*[...] Enfim, Utopia foi todo publicado em caixa alta, não é caixa alta e baixa, todo o texto é em caixa alta. Ele foi publicado assim propositadamente porque eu queria que fosse um livro provocador [...] eu queria que o utopia fosse lido por quem se dispusesse a ler, entendeu, porque eu sabia que os coroaos, hoje eu sou coroa na época não, isso tem 15 anos, né, na época eu tinha 35/38, eu não queria que os coroaos lessem. Porque eu sabia que os coroaos lendo eles iam ler para criticar porque o que eu dizia ali ninguém dizia ainda. Na mesma época que eu publiquei o utopia, no mesmo ano a Elen Luptom publicou o livro dela que fazia mais ou menos a mesma coisa que eu fazia, que era associar o que a gente tinha de escolas de design com o modernismo, que era um discurso muito novo para a época. E aí eu fiz propositadamente o livro todo em caixa-alta. Estou dando esse exemplo para você pelo seguinte, as regras do design, fazer um livro bem feito etc e tal era uma coisa que naquele momento não era o fundamental.*

A obra *Utopia e disciplina* tem em seu conteúdo a ideia central de que o Design tem suas origens na esfera da arte, nos movimentos vanguardistas do século XX. De que os conceitos elaborados pelo design foram construído sob o pensamento moderno. Villas-Boas analisa historicamente a formação do pensamento em design no século XX e detalha um processo que chama de canonização do design, ou seja, uma noção do que se entende como a maneira correta de se fazer design ou que o design deve ser. Um conceito de caráter dogmático, restritivo e formal. Villas-Boas amplia esse conceito apresentado o que chama de design não-canônico,

uma reflexão sobre a produção contemporânea resultado da própria condição pós-moderna.

O conteúdo do livro discute uma ideia relativamente nova, conforme afirma Villas-Boas, e se propõe a mudar paradigmas já estabelecidos sobre as teorias do design na época em que foi lançado. O editor tinha em mente dois perfis específicos de leitores para o livro, um público que gostaria de atingir e outro que gostaria de evitar. O primeiro, alunos dos cursos de graduação em design, possivelmente jovens e dispostos a aceitar a provocação do tema e do projeto gráfico, o segundo, pessoas experientes da área provavelmente com mais idade, menos receptíveis ao o tema e ao projeto.

O projeto gráfico do livro, também de Villas-Boas, foi concebido para dificultar a leitura, foi usado como recurso a caixa-alta em todo o texto, o que dificulta a legibilidade da obra. O livro foi composto com tipos em versais e versaletes. O editor planejou que a leitura não fosse confortável, que o leitor deveria se esforçar para ler o texto, o objetivo era causar a desistência daqueles que não estavam realmente dispostos a ler. O restante do projeto gráfico seguia o mesmo princípio, o do esforço. As regras de como fazer um bom livro foram subvertidas e legibilidade e leiturabilidade trabalhadas de modo contrário. A começar pela capa que tem seu título impresso em braile, sem nenhuma outra identificação em sua primeira capa, o alfabeto latino é utilizado somente na lombada e na 4ª capa. Essa é a primeira provação do livro.

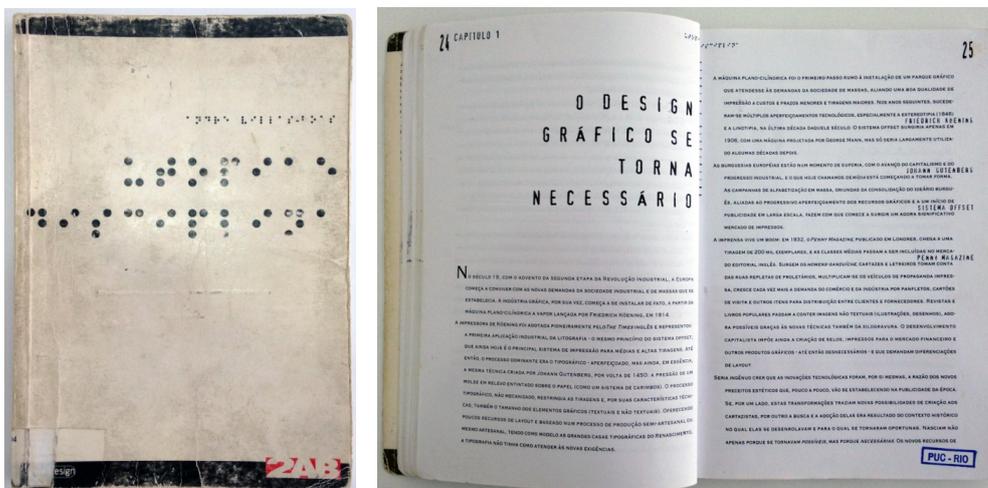


Figura 10 Capa e abertura de capítulo da obra *Utopia e Disciplina*, 1ª edição de 1998.



Figura 11 Páginas internas da obra *Utopia e Disciplina*, 1ª edição de 1998.

Ao iniciar-se a leitura observa-se que títulos de capítulo, títulos secundários e legendas acompanham a caixa-alta do corpo do texto, todos em versais. A retranca de página manteve-se em braile. O posicionamento das legendas das figuras nas páginas também não é convencional, as legendas são distribuídas entre as linhas do bloco de texto principal, distantes da figura que identifica, forçando o leitor a buscar a conexão entre a legenda e a imagem. Detalhes que podem ser observados nas figuras 11 e 12.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512226/CA

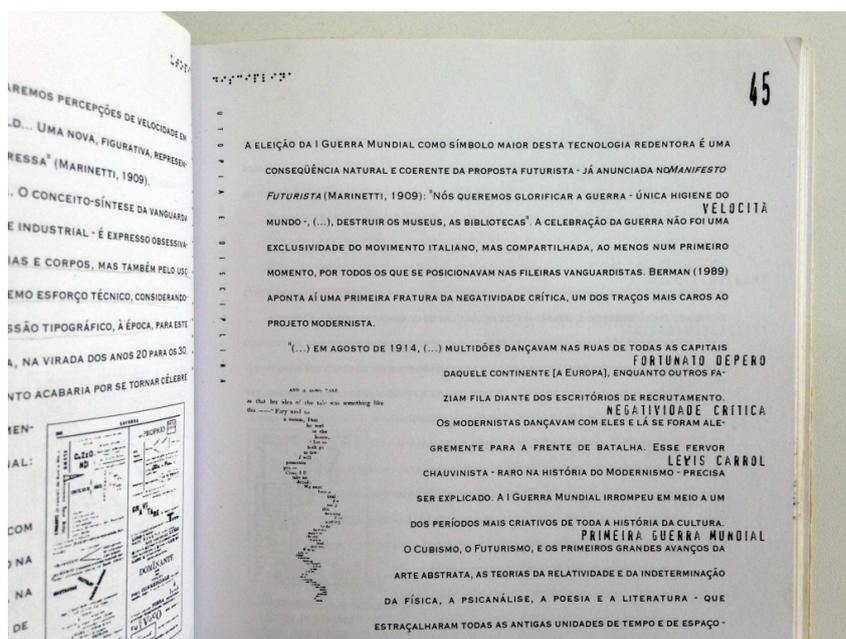


Figura 12 Detalhe de páginas interna da obra *Utopia e Disciplina*, 1ª edição de 1998.

A obra aqui analisada exemplifica a intenção do editor materializada de acordo com a sua concepção. Cada detalhe do projeto gráfico segue em favor de consolidar a proposta editorial, gerando um resultado estético provocador como o conteúdo. O livro enquanto objeto, completa graficamente a intenção do autor e reforça a vocação do texto.

## 5.1 Vitor Barreto e a 2AB editora

### 5.2.1 O editor

Vitor Barreto é designer gráfico formado pela PUC-Rio e editor da 2AB editora, da Novas Ideias e do selo editorial Lucida Letra. Ele iniciou o curso de Design, tendo como objetivo a habilitação em projeto de produto porém no segundo período, conhecendo melhor os currículos, optou pela transferência para design gráfico. Vitor conta que sempre foi grande admirador de livros, sempre os consumiu muito e sempre os observou muito. Começou a estagiar em um escritório de design mas ficou apenas de 2 a 3 meses e logo depois procurou um novo estágio na 2AB. Vitor era assíduo frequentador da livraria da 2AB durante o curso de formação e pouco tempo depois foi contratado. Embora tenha sido contratado como estagiário de Design, no trabalho diário começou a se envolver com toda a rotina da editora. O estágio foi encerrado e Vitor foi trabalhar na editora Record, uma das maiores editoras brasileiras, onde pode vivenciar uma realidade editorial completamente diferente da 2AB. Ainda durante a formação em Design, Vitor cursou uma especialização em mercado editorial na Fundação Getúlio Vargas, o curso *Publishing Management*.

Ao se formar, resolveu retornar para Teresópolis, sua cidade natal, e lá fundou a editora Novas ideias, como descreve:

*Quando eu me formei eu queria voltar para Teresópolis [...] e montei minha própria editora, a Novas ideias, isso em 2005. Lancei alguns livros e era tudo mais difícil que eu pensava. [...] Quando eu fui trabalhar na 2AB ficou muito claro que eu gostava muito mais do negócio do que da parte do design da coisa. E aí, eu fui trabalhar na Record, fiz uma especialização na Getúlio Vargas tudo para mercado editorial, o design mesmo não estava me atraindo tanto mais. Eu ficava mais excitado em ser o cliente do designer do que ser o designer. Eu sabia que queria trabalhar com livro. Eu tinha quase uma arroganciazinha por ser muito novo [...] de que eu ia conseguir fazer as coisa que o André não fazia porque ele pensava diferente. E aí, montei a Novas Ideias e fui fazer no meu jeito.*

No ano de 2007, André Villas-Boas, decidido a vender a 2AB ofereceu a Vitor o negócio. Segundo Villas-Boas era uma oferta coerente, ele conhecia a proposta

editorial, já havia trabalhado na estrutura da editora e estava com a Novas Ideia desempenhando a função de editor. Vitor demorou para aceitar. O negócio só foi fechado no final de 2007, quando ele assumiu a editora com o compromisso de manter a editora editando livros de Design e disposto a pôr em prática uma série de mudanças que julgava necessário.

Com o passar do tempo Vitor percebeu que seu trabalho com a editora Novas Ideias não estava bem estruturado e resolveu deixá-la sem publicar. Em 2011, Vitor resolveu criar o selo Lúcida Letra e nesse momento buscou sanar uma série de problemas que havia diagnosticado na lida com as outras duas editoras. E, assim, construiu um linha editorial sólida, voltada para livros de budismo, uma motivação pessoal. Hoje, dedica-se prioritariamente ao selo Lúcida Letra e em menor tempo a 2AB editora.

### 5.2.2 As editoras

A editora Novas ideias foi criada em 2005 e Vitor conta que no início as dificuldades eram muitas, que houve muita afobação de sua parte durante o processo de criação da editora e faltou experiência. A principal dificuldade que se apresentou com o tempo foi a falta da definição de uma linha editorial desde o início, como descreve:

*[...] foi uma falha de design, de não ter definido, de não ter uma linha editorial bem clara para a Novas Ideias, publicava meio que qualquer coisa. O primeiro livro foi um livro de propriedade intelectual, uma reedição. Depois, lancei o livro de propaganda e marketing de um amigo, depois lancei o livro das meninas da Daspu, porque o Silvio era o estilista da Daspu. Depois, um livro sobre whisky... enfim.. eu fui publicando varias coisas diferentes. É impossível chegar numa livraria com um catálogo que não tem uma linha, uma editora pequena, muito difícil. Ai, de um olhar macro é uma falha grave de projeto, eu não olhei isso antes.*

Para Vitor, a experiência com a editora Novas Ideias apontou para importantes problemas que mais tarde diante das outra editoras ele buscou consertar. Faltou competência administrativa, faltou uma estratégia editorial e também, o que ele definiu como “traquejo social”. Havia uma dificuldade por parte dele de conhecer e manter relações com pessoas, aqui no caso autores. A Novas Ideias editou entre os anos de 2006 e 2013<sup>25</sup> e hoje não está mais ativa.

<sup>25</sup> O catálogo da editora Novas Ideias está detalhado e pode ser consultado no tópico 5.2.3 deste documento.

Em 2007, Vitor Barreto comprou de André Villas-Boas a 2AB e passou a editar e a gerenciar a estrutura da editora. Na época, a 2AB era composta pela editora e distribuidora, uma livraria, um *site* especializado em vendas online de livros sobre Design, o *site* vendia livros da 2AB e de outras editoras, e um catálogo que contava com cerca de 40 obras, entre primeiras edições e reedições. Quando assumiu, Vitor tinha a intenção de seguir com a proposta editorial delimitada ao longo dos 10 anos já existentes de editora e continuar contribuindo para o fortalecimento da bibliografia em Design no Brasil. Suas principais aspirações era de aplicar uma nova abordagem a esse projeto já existente:

*Quando eu peguei a minha intenção era seguir, continuar editando obras relevantes, que fossem necessárias na bibliografia nacional mas eu achava que a 2AB precisava se conectar mais com o mercado, com o que os estudantes queriam comprar. [...] fui pensar assim, o quê que os estudantes estão querendo comprar? Então, tem um livro sobre identidade visual, que é um livro do André, que ele publicou com pseudônimo, mas não tem um livro que fale de manual. Na época não tinha essa coisa de pegar manual na internet era um suplício para saber como era um manual de identidade não se sabia. Os professores falavam num livro ou outro você via uma foto de uma página mas você não tinha um exemplo. Por que que não tem um livro que explica como fazer um manual de identidade visual? [...] Nesse sentido eu acho que eu quis dar essa cara mais alinhada com as demandas dos estudantes mais do que com a academia, que eu acho que era uma coisa que o André fazia.*

Vitor manteve a estrutura original da editora por pouco tempo, um ano depois da compra fechou a livraria, segundo ele porque ela não gerava lucro suficiente, com isso despediu funcionários e levou todo o estoque para Teresópolis. Passou a trabalhar com somente um funcionário para auxiliá-lo nas vendas do site, que eram muito boas, segundo ele.

No ano de 2010 a editora investiu em um redesign da marca. Um novo posicionamento foi desenvolvido com o objetivo de impulsionar o crescimento da editora. Foram reformulados o logotipo, o site, foi criado um blog e a editora passou a estar presente nas principais redes sociais. Segundo Vitor,

*Já nos dois primeiros anos, a fusão<sup>26</sup> rendeu um crescimento de 62% em relação ao ano anterior. Agora, meu objetivo é aproximar ainda mais o leitor dos autores brasileiros de design e permitir a todos maior acesso aos livros [...] A essência continua a mesma, mas a nova marca demonstra mais criatividade, versatilidade e organização, assim como este momento da 2AB.<sup>27</sup>*

<sup>26</sup> Vitor Barreto chama de fusão a compra da 2AB pela editora Novas Ideias.

<sup>27</sup> Comentário feito por Vitor Barreto na época da reformulação da marca e publicado no artigo “Nova marca: 2AB Editora” no site Guia sobre Design por Eduardo Vieira. Disponível em: < <http://www.guiasobre redesign.com.br/?p=637>>.



**Figura 13** (1) Marca da 2AB editora lançada em 1997. (2) Marca reformulada da 2AB editora para uso editorial. (3) Nova versão da marca para uso em mídias eletrônicas.

Em 2013 uma nova reformulação foi necessária. Vitor percebeu que não poderia manter os negócios organizados da maneira como estavam. Contratou um consultor financeiro que avaliou as planilhas da editora e ajudou nos cortes necessários:

*[...] em 2013 eu vi que não ia conseguir tocar a editora por muito tempo, eu precisei enxugar. Eu trabalho sozinho agora, precisei fechar a livraria, a 2AB foi trabalhar só com o próprio catálogo. Então isso diminuiu o número de pedidos, diminuiu o estoque, diminuiu os custos fixos e aí eu consegui trabalhar sozinho. Isso foi muito bom para eu ter mais clareza dos processos todos.*

Segundo ele, as vendas diminuíram muito nos últimos anos e com isso os investimentos ficaram cada vez mais difíceis.

*“O público de design está mudando muito, como ele consome conteúdo de uns anos para cá e aí se inclui os livros. Eles estão comprando menos livros estão consumindo de outro jeito, hoje tem podcast, tutoriais em youtube, tem muitos blogueiros produzindo muito material, muita coisa boa com regularidade, os profissionais de mercado estão produzindo conteúdo e antes não tinha muito isso, tinham os professores e só. Agora todo mundo produz conteúdo e produz conteúdo bom e aí o livro vai ficando”.*

Hoje editora publica pouco e o editor se concentra em manter o catálogo disponível. Uma saída é a impressão sob demanda, o que possibilita as pequenas tiragens, porém nem todos os livros da 2AB podem ser impressos desta forma, os projetos precisam ser reformulados. O desafio que Vitor enfrenta hoje é o de adaptar os projetos sem que eles percam a qualidade, é o de manter os livros acessíveis. O editor também investe no formato digital mas o retorno é muito pequeno, os clientes da 2AB tem preferência pelo livro em papel.

Em 2012, Victor conta que, após as experiências vividas à frente da Novas Ideias e da 2AB, sentiu-se mais seguro para criar uma nova editora onde pudesse corrigir os erros cometidos e construir uma estrutura editorial sólida. Escolheu para

editar um tema que particularmente lhe interessava, o budismo. Foi neste momento que começou a aplicar melhor o design no desenvolvimento do novo planejamento editorial. Ele buscou cursos na área da administração no Sebrae, alinhou a proposta editorial com uma estratégia de vendas clara, planejou os investimentos e conseguiu os resultados esperados.

*Mas hoje na Lúcida Letra, por exemplo, é mais por oportunidade. Eu vejo que tem um, no caso de livros budistas né, que tem mestres que vão vir ao Brasil para dar retiro, palestras e tal ano que vem. O pessoal teria que ter um livro para apoiar os praticantes, os alunos dele aqui, aí eu conversei com esse grupo: Quais são os livros que ele já escreveu? Qual o livro que você acha que seria bom para a comunidade brasileira começar a conhecer os ensinamentos dele? Por aí eu começo, aí tenho que traçar o cronograma para que na vinda dele o livro esteja pronto.*

A Lúcida Letra trabalha desenvolvendo projetos para vender em eventos específicos, com conteúdo já afinado com as necessidades de um grupo pré-definido e com isso são diminuídas as perdas com encalhes. Todos os livros são traduções, os temas e títulos são escolhidos a partir de conversas com o grupo que posteriormente será consumidor do livro, o que auxilia o editor na decisão pela edição de cada obra específica. Todo o processo de edição é controlado por Victor, que é responsável por cada fase na produção dos livros, como descreve:

*No caso da Lúcida Letra eu escolho o título, eu contrato, eu negócio o adiantamento, eu escolho o tradutor e leio a tradução. Eu escolho um revisor, mando para a revisão, leio a revisão, escolho um outro revisor e cuido do projeto gráfico. Cada obra tem um projeto gráfico de capa e de miolo.*

Os livros são utilizados por praticantes da doutrina budista para estudos individuais ou em grupo, para leituras coletivas e podem passar até um ano sendo usados pelos leitores nos encontros. Com essa finalidade, os conteúdos são organizados de forma didática e os projetos gráficos são construídos para facilitar o uso e o acesso às informações. É comum que o editor durante o processo de edição avalie quais aspectos do conteúdo são mais relevantes e defina quais destaques devem conter o projeto gráfico. Vitor coordena o desenvolvimento do projeto gráfico do miolo com designers contratados, e acredita que por ser designer consegue um melhor resultado na comunicação com os profissionais.

Para Vitor, a editora segue um bom trajeto e deve continuar a desenvolver a proposta atual, sempre com objetivo de criar livros que contribuam para o desenvolvimento dos leitores e na difusão dos conhecimentos budistas. Quanto aos as-

pectos ligados ao design Victor acredita que com a Lúcida Letra chegou mais perto de uma aplicação do Design ao projeto editorial de forma efetiva, pois, conseguiu estruturar equilibradamente o desejo dos leitores, os aspectos comerciais da empresa e criar objetos, livros, capazes de atender a ambas as necessidades.

### 5.2.3 Catálogos

#### *Novas Ideias*

A editora Novas ideias editou 27 obras entre os anos 2006 e 2013. Sem uma linha editorial definida, o editor Vitor Barreto iniciou as atividades editando livros sobre Design, um assunto de seu interesse e ainda influenciado por sua vivência como estagiário na 2AB. Porém, sem uma proposta concisa de editoração e sem um posicionamento claro no mercado, acabou por editar obras por motivos diversos sem muita preocupação de como seriam vendidas. Victor conta que cometeu inúmeros erros nas escolhas editoriais, como editar livros de amigos, editar livros de assuntos muito variados e principalmente não ter pensado nas estratégias de venda das obras no momento da decisão de editar. Segue a lista de livros editados organizados pelo números do ISBN:

**Tabela 4** Relação de obra editadas pela editora Novas Ideias entre 2006 e 2016.

Ano	Número	Título Obra
2006	85-60284-00-1	CURSO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA DESIGNERS
2006	85-60284-01-X	CONCEITOS-CHAVE EM DESIGN
2006	85-60284-02-8	DESIGN MÉTODO
2006	85-60284-03-6	PROPAGANDA E MARKETING PARA VESTIBULANDOS, CALOUROS, CURIOSOS E SIMPATIZANTES
2007	978-85-60284-04-7	A IMAGEM DA PALAVRA
2007	978-85-60284-05-4	AS MENINAS DA DASPU
2007	978-85-60284-06-1	O MUNDO DO WHISKY - NA DOSE CERTA
2007	978-85-60284-07-8	VIDEOGAME ARTE
2007	978-85-60284-08-5	CONCEITOS-CHAVE EM DESIGN
2007	978-85-60284-09-2	A ARTE DA NEGOCIAÇÃO: A CAPOEIRA COMO NAVEGAÇÃO SOCIAL
2007	978-85-60284-10-8	A CAPOEIRA NO RIO DE JANEIRO - 1890-1950
2008	978-85-60284-11-5	DO TEXTUAL AO VISUAL: UM GUIA COMPLETO PARA FAZER SEU TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**Tabela 4** Relação de obra editadas pela editora Novas Ideias entre 2006 e 2016.

Ano	Número	Título Obra
2008	978-85-60284-12-2	DESVENDANDO O ROLE PLAYING GAME: HISTÓRIA, DEFINIÇÃO E PRÁTICA
2008	978-85-60284-13-9	OS LUGARES DO DESIGN NA LEITURA
2009	978-85-60284-14-6	O QUE OS JOGOS DE ENTRETENIMENTO TEM QUE OS EDUCATIVOS NÃO TEM: 7 PRINCÍPIOS PARA PROJETAR JOGOS EDUCATIVOS EFICIENTES
2009	978-85-60284-15-3	A CONDIÇÃO ELETROLÚDICA: CULTURA VISUAL NOS JOGOS ELETRÔNICOS
2010	978-85-60284-16-0	Design: olhares sobre o livro
2010	978-85-60284-17-7	Todas as estrelas do céu
2010	978-85-60284-18-4	Jogos eletrônicos: 50 anos de interação e diversão
2010	978-85-60284-19-1	Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pós-graduação
2010	978-85-60284-20-7	A montanha, o mar, a cidade
2011	978-85-60284-21-4	Selected readings on information design: theories, methods and applications
2011	978-85-60284-22-1	Teimosia de um analfabeto
2012	978-85-60284-23-8	Histórias da noite
2013	978-85-60284-24-5	Jogador de mil fases – e-book
2013	978-85-60284-25-2	Jogador de mil fases
2013	978-85-60284-26-9	Café Paris: os precursores

Fica evidente ao analisar-se o catálogo da editora o interesse do editor pelo tema Design, mas que se perde ao dividir espaço com temas como capoeira ou romances. Como afirma Vitor, tornou-se muito difícil para a editora realizar contatos comerciais com livrarias e distribuidores. Sem perspectivas de reestruturação para a editora, uma vez que Vitor passou a editar o tema Design pela 2AB adquirida em 2007, o editor resolveu parar de publicar pela Novas Ideias para se dedicar as outras editoras que também gerenciava.

### *2AB editora*

Vitor Barreto assumiu as atividades da 2AB em 2007 e manteve o compromisso de editar livros sobre Design direcionados para alunos e profissionais em formação. Ele manteve a divisão das obras nas séries propostas por Villas-Boas e suas mudanças foram no direcionamento dos conteúdos, que tinham um apelo mais comercial. Ao longo dos anos como ele afirma, as vendas diminuíram e foram necessárias adaptações e o reestruturamento da editora para atender as mudanças de mercado.

Segue a lista de livros editados organizados pelo números do ISBN:

**Tabela 5** Relação de obra editadas pela 2AB editora entre 2008 e 2016.

Ano	Número	Título Obra		Autores
2008	978-85-86695-41-4	MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL: GUIA PARA CONSTRUÇÃO	1	DANIELLA ROSITO MICHELENA MUNHOZ ( Autor)
2008	978-85-86695-42-1	MÍDIA IMPRESSA	1	NEWTON CEZAR OLIVEIRA ( Autor)
	978-85-86695-43-8	LETRA	1	SYLVIO DE OLIVEIRA ( Autor)
	978-85-86695-44-5	NOTAS PARA UMA HISTÓRIA DO DESIGN	4	PEDRO LUIZ PEREIRA DE SOUZA ( Autor)
2008	978-85-86695-45-2	MÍDIA ELETRÔNICA	1	NEWTON CEZAR OLIVEIRA ( Autor)
2008	978-85-86695-46-9	AVALIAÇÃO E PROJETO NO DESIGN DE INTERFACES	1	ANAMARIA DE MORAES ( Autor) JOSÉ GUILHERME SANTA ROSA ( Autor)
2008	978-85-86695-47-6	ILUSTRADORES SIB: LITERATURA INFANTIL E JUVENIL	1	DANIEL BUENO (Organizador) MARCELO MARTINEZ (Organizador) MAURICIO NEGRO (Organizador)
2009	978-85-86695-48-3	ANIMAÇÃO 3D, GAMES E HQ: CONEXÕES E MERCADO	1	RODRIGO MIGUEL ( Autor)
2009	978-85-86695-49-0	ERGONOMIA: CONCEITOS E APLICAÇÕES	1	ANAMARIA DE MORAES ( Autor) CLÁUDIA MONT'ALVÃO ( Autor)
2010	978-85-86695-50-6	Produção gráfica para designers	4	André Villas-Boas ( Autor)
2010	978-85-86695-51-3	Quanta custa meu design	1	Daniella Rosito Michelena Munhoz ( Autor)
2010	978-85-86695-52-0	Viver de design	6	Gilberto Strunck ( Autor)
	978-85-86695-53-7	Design, comunicação e semiótica		Vera Nojima (Organizador) Lícínio Junior (Organizador)
2011	978-85-86695-54-4	Naming: o nome da marca	1	Delano Rodrigues ( Autor)
2011	978-85-86695-55-1	Vende-se design: autopromoção e portfolio para designers	1	Bruno Porto ( Autor) André Beltrão (Organizador)
2011	978-85-86695-56-8	Um novo olhar para o projeto: a ergonomia no ambiente construído	1	Claudia Mont'Alvão (Organizador) Vilma Villarouco (Organizador)
2011	978-85-86695-57-5	Compras por impulso: trade marketing, merchandising e o poder da comunicação e do design no varejo	1	Gilberto Strunck ( Autor)

**Tabela 5** Relação de obra editadas pela 2AB editora entre 2008 e 2016.

Ano	Número	Título Obra		Autores
2012	978-85-86695-58-2	Design mundo cão	1	André Beltrão ( Autor)
2012	978-85-86695-59-9	Logotipo versus Logomarca	1	Bruno Porto et al. ( Autor) Renato Faccini (Ilustrador)
2012	978-85-86695-60-5	Design de mascotes: personagens para identidades visuais, propaganda e HQ	1	Rodrigodraw Miguel ( Autor)
2012	978-85-86695-61-2	Design desmodrômico: para curiosos	1	Lígia Fascioni ( Autor) André Beltrão (Ilustrador)
2012	978-85-86695-62-9	Design desmodrômico: para curiosos	1	Lígia Fascioni ( Autor) André Beltrão (Ilustrador)
2013	978-85-86695-63-6	Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias	4	Priscila L. Farias ( Autor)
2013	978-85-86695-64-3	Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias	4	Priscila L. Farias ( Autor)
2012	978-85-86695-65-0	Design de mascotes: personagens para identidades visuais, propaganda e HQ	1	Rodrigodraw Miguel ( Autor) Rodrigo Miguel (Ilustrador)
2013	978-85-86695-66-7	Logos cariocas da gema	1	Beto Lima ( Autor)
2013	978-85-86695-67-4	Logos cariocas da gema		Beto Lima ( Autor)
2012	978-85-86695-68-1	Existe design? Indagações filosóficas em três vozes		Daniel B. Portugal ( Autor) Ivan Mizanzuk ( Autor) Marcos Beccari ( Autor)
2012	978-85-86695-69-8	Existe design? Indagações filosóficas em três vozes	1	Daniel B. Portugal ( Autor) Ivan Mizanzuk ( Autor) Marcos Beccari ( Autor)
2013	978-85-86695-70-4	Elementos de semiótica aplicados ao design	1	Lucy Niemeyer ( Autor)
2013	978-85-86695-71-1	Todas as estrelas do céu	2	Enderson Rafael ( Autor)
2013	978-85-86695-72-8	Sistemas de identidade visual	4	Maria Luísa Peón ( Autor)
2013	978-85-86695-73-5	Manual de identidade visual: guia para construção de manuais	2	Daniella Michelena Munhoz ( Autor)
2013	978-85-86695-74-2	Manual de identidade visual: guia para construção de manuais	2	Daniella Michelena Munhoz ( Autor)
2013	978-85-86695-75-9	Guia prático de design editorial: criando livros completos	1	Aline Haluch ( Autor)
2013	978-85-86695-76-6	Guia prático de design editorial: criando livros completos	1	Aline Haluch ( Autor)
2013	978-85-86695-77-3	Tipografia para livros infanto-juvenis: guia para projetos editoriais	1	Daniel Lourenço ( Autor) Daniel Lourenço (Ilustrador)
2013	978-85-86695-78-0	Tipografia para livros infanto-juvenis: guia para projetos editoriais	1	Daniel Lourenço ( Autor) Daniel Lourenço (Ilustrador)

**Tabela 5** Relação de obra editadas pela 2AB editora entre 2008 e 2016.

Ano	Número	Título Obra		Autores
2013	978-85-86695-79-7	Quanto custa meu design: gestão financeira para freelancers	2	André Beltrão ( Autor)
2013	978-85-86695-80-3	Quanto custa meu design: gestão financeira para freelancers	2	André Beltrão ( Autor)
2013	978-85-86695-81-0	Nós do ensino: práticas multidisciplinares de leituras do design	1	Jackeline Lima Farbiarz (Organizador) Alexandre Farbiarz (Organizador)
2013	978-85-86695-82-7	Nós do ensino: práticas multidisciplinares de leituras do design	1	Jackeline Lima Farbiarz (Organizador) Alexandre Farbiarz (Organizador)
2014	978-85-86695-83-4	Anais do V Seminário de Pesquisas em Mídia e Cotidiano: mídia & cidade, diálogos multidisciplinares e comunicacionais	1	Ana Costa et al. (Organizador)
2015	978-85-86695-84-1	Guia rápido: Storyboard	1	Rodrigodraw Miguel ( Autor) Giselle Couto ( Autor)
2015	978-85-86695-85-8	Guia rápido: Storyboard	1	Rodrigodraw Miguel ( Autor) Giselle Couto ( Autor)
2015	978-85-86695-86-5	Relatos selvagens: Tensões, disputas e desvios	1	Maurício Bragança (Organizador) Denise Tavares (Organizador) Marina Tedesco (Organizador)
2015	978-85-86695-87-2	Pequeno manual de finanças para psicólogos	1	Eduardo Amuri ( Autor)
2016	978-85-86695-88-9	Articulações simbólicas: Uma nova filosofia do design	1	Marcos Beccari ( Autor)
2016	978-85-86695-89-6	Articulações simbólicas: Uma nova filosofia do design	1	Marcos Beccari ( Autor)
2016	978-85-86695-90-2	30 anos de coleta seletiva	1	Emílio Maciel Eigenheer ( Autor) Maria José da Silva Fernandes ( Autor)
2016	978-85-86695-91-9	Mídia e democracia: linguagens, políticas e tecnologias em contexto de convergência	1	João Baptista de Abreu (Organizador) Andrea Meyer Landulpho Medrado (Organizador) Ana Paula Bragaglia (Organizador)

A 2AB editora editou 51 livros no período após a venda para Vitor, o catálogo manteve-se exclusivamente tratando de temas sobre Design e áreas afins. Observa-se que os novos títulos editados buscam suprir novas necessidades que surgiram

em função de novas tecnologias e novas abordagens. Destacam-se temas que falam sobre as metodologias do Design aplicadas às áreas de atuação do designer e obras com o objetivo de auxiliar profissionais nas questões da gestão e do gerenciamento de seus negócios. Percebe-se que obras como *Viver de Design* de Gilberto Strunck está em sua 6ª edição. Segundo Vitor é o *best-seller* da editora, foi lançado em 1999 e já vendeu mais de 10 mil exemplares. A atual edição teve 3 reimpressões. Outros livros que tem boa aceitação no mercado são *O sistema de Identidade Visual*, de André Villas-Boas publicado sob pseudônimo, e *O quanto custa meu design?* de André Beltrão. Este último, segundo o editor, vendeu a primeira tiragem de mil exemplares no mês de lançamento.

Outra observação a ser feita é a edição de versões em formato digital das obras em paralelo as obras impressas desde 2012, quando a editora resolveu investir no formato. O editor busca ainda reeditar digitalmente obras antigas, porém ainda não conseguiu disponibilizar todo o catálogo como é seu objetivo. Há também a edição de obras somente no digital quando o editor julga que é o necessário em função do conteúdo e do público que deseja atingir.

#### *Lúcida letra*

O projeto editorial da editora Lúcida Letra tem como objetivo a edição de livros sobre a doutrina do budismo. O catálogo é composto por 38 obras editadas desde o ano de 2013, quando a editora foi fundada. De acordo com o editor Vitor Barreto, as obras seguem a função de contribuir para a difusão dos ensinamentos e também possuem a função de instrução das práticas. Para tanto, os projetos são estruturados de forma didática e os conteúdos são escolhidos de modo a atender a eventos pré-definidos. As tiragens também são pensadas em função desta necessidade e há cuidado por parte do editor em manter todas as obras disponíveis em versões impressas e versões digitais.

Todas as obras editadas são de autoria estrangeira e foram traduzidas para a língua portuguesa sob o acompanhamento de Victor. Segue a lista de livros editados organizados pelo números do ISBN:

**Tabela 6** Relação de obra editadas pela Lúcida Letra editora entre 2013 e 2017.

Ano	Número	Título Obra
2013	978-85-66864-00-7	O caminho do homem autêntico

**Tabela 6** Relação de obra editadas pela Lúcida Letra editora entre 2013 e 2017.

Ano	Número	Título Obra
2013	978-85-66864-01-4	O caminho do homem autêntico
2013	978-85-66864-02-1	A gata do Dalai Lama
2013	978-85-66864-03-8	A gata do Dalai Lama
2013	978-85-66864-04-5	A lua no espelho: uma visão incomum da Prajna Paramita
2013	978-85-66864-05-2	A lua no espelho: uma visão incomum da Prajna Paramita
2013	978-85-66864-06-9	Buda rebelde: na rota da liberdade
2013	978-85-66864-07-6	Buda rebelde: na rota da liberdade
2014	978-85-66864-08-3	Lótus branco: uma explicação da prece de sete linhas a Guru Padmasambhava
2014	978-85-66864-09-0	Lótus branco: uma explicação da prece de sete linhas a Guru Padmasambhava
2014	978-85-66864-10-6	No coração da vida: sabedoria e compaixão para o cotidiano
2014	978-85-66864-11-3	No coração da vida: sabedoria e compaixão para o cotidiano
2014	978-85-66864-12-0	Aquietando a mente: ensinamentos sobre shamatha, segundo a Essência Vajra de Dūdjom Lingpa
2014	978-85-66864-13-7	Aquietando a mente: ensinamentos sobre shamatha, segundo a Essência Vajra de Dūdjom Lingpa
2014	978-85-66864-14-4	Felicidade genuína: meditação como o caminho para a realização
2014	978-85-66864-15-1	Felicidade genuína: meditação como o caminho para a realização
2015	978-85-66864-16-8	A mente serena: Uma nova forma de pensar, uma nova forma de viver
2015	978-85-66864-17-5	A mente serena: Uma nova forma de pensar, uma nova forma de viver
2015	978-85-66864-18-2	Tesouros do Pico do Junípero: as profundas instruções de tesouros de Padmasambava à Dakini Yeshe Tsogyal
2015	978-85-66864-19-9	Tesouros do Pico do Junípero: as profundas instruções de tesouros de Padmasambava à Dakini Yeshe Tsogyal
2015	978-85-66864-20-5	Louca sabedoria
2015	978-85-66864-21-2	Louca sabedoria
2015	978-85-66864-22-9	A gata do Dalai Lama e a arte de ronronar
2015	978-85-66864-23-6	A gata do Dalai Lama e a arte de ronronar
2016	978-85-66864-24-3	Além do materialismo espiritual
2016	978-85-66864-25-0	Além do materialismo espiritual
2016	978-85-66864-26-7	Além de religião: Uma ética por um mundo sem fronteiras
2016	978-85-66864-27-4	Além de religião: Uma ética por um mundo sem fronteiras
2016	978-85-66864-28-1	Alegre sabedoria: abraçando mudanças e encontrando liberdade

**Tabela 6** Relação de obra editadas pela Lúcida Letra editora entre 2013 e 2017.

Ano	Número	Título Obra
2016	978-85-66864-29-8	Alegre sabedoria: abraçando mudanças e encontrando liberdade
2016	978-85-66864-30-4	A caverna na neve: a jornada de Tenzin Palmo rumo à iluminação
2016	978-85-66864-31-1	A caverna na neve: a jornada de Tenzin Palmo rumo à iluminação
2016	978-85-66864-32-8	Educação valente: um guia de inspiração budista para formar crianças com resiliência emocional
2016	978-85-66864-33-5	Educação valente: um guia de inspiração budista para formar crianças com resiliência emocional
2016	978-85-66864-34-2	Meditação em ação para crianças: como ajudar seu filho a lidar com o estresse e a ser mais feliz, gentil e compassivo
2016	978-85-66864-35-9	Meditação em ação para crianças: como ajudar seu filho a lidar com o estresse e a ser mais feliz, gentil e compassivo
2017	978-85-66864-36-6	Não é para a felicidade: um guia para as chamadas práticas preliminares
2017	978-85-66864-37-3	Não é para a felicidade: um guia para as chamadas práticas preliminares

#### 5.2.4 Obra representativa

O editor Vitor Barreto, quando assumiu a editora 2AB tinha a intenção de editar livros que se conectassem com as necessidades do mercado, que tornassem a editora mais atrativa ao leitores. O livro *Quanto custa meu design?*, lançado em 2010, foi editado para ajudar profissionais freelancers e estudantes a organizar financeiramente seus projetos e negócios, como descreve a sinopse de apresentação da obra:

*Nesse livro, André Beltrão mostra de maneira divertida, concisa e didática os segredos para cuidar da sua vida financeira como freelancer. São muitas dicas: como organizar os diversos custos fixos e também os variáveis de cada projeto; quando dar descontos; qual a hora ideal de abrir uma empresa; dicas para se relacionar com os clientes (inclusive com os difíceis) e como valorizar o seu trabalho e administrar trabalho/vida pessoal, sem dramas. Escrito por um designer e com exemplos de casos do dia a dia do profissional da área, o livro será um ótima ferramenta também para outros profissionais de prestação de serviços. O desafio da gestão financeira é uma realidade de áreas diversas, como arquitetura, engenharia etc. O livro certamente será muito útil!*



Figura 14 Capa da obra *Quanto custa meu design?* publicado em 2010 pela 2AB editora na série-Oficina.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 15122226/CA

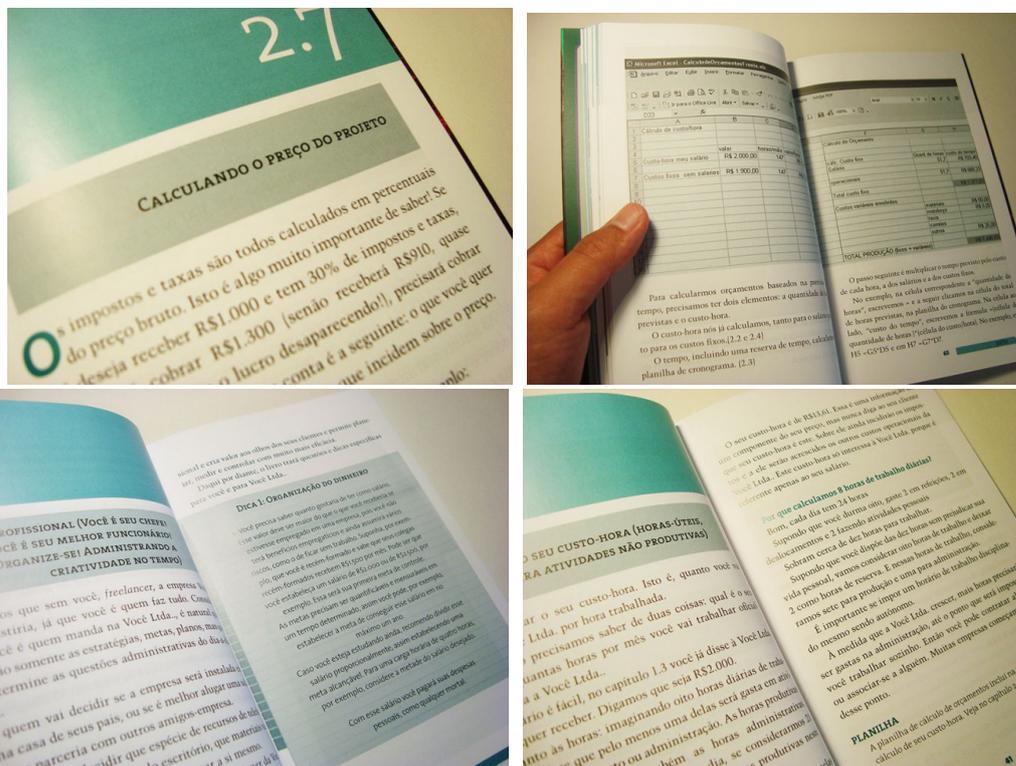


Figura 15 Páginas do miolo da obra *Quanto custa meu design?* apresentando detalhes do projeto gráfico desenvolvido.<sup>28</sup>

Segundo Vitor “a ideia é que este seja o primeiro de muitos manuais, sempre com uma linguagem simples e direta, visando ajudar o freelancer a estruturar bem sua carreira para crescer profissionalmente”. O livro tem o formato 14x21, 144

<sup>28</sup> Imagens publicadas no artigo *Review – Quanto custa meu design? – Gestão financeira para designers*, de Rafael Costa. Disponível em: <<http://chocolatedesign.com/review-quanto-custa-meu-design-gestao-financeira-para-freelancers>>.

páginas, impressão em duas cores e está na 4ª reimpressão. O projeto gráfico é rico em boxes que apresentam dicas e casos exemplares. O uso da segunda cor na impressão realça a marcação dos capítulos e subtítulos facilitando a localização de informações.

### 5.3 Christiano Menezes – DarkSide Books

#### 5.3.1 O editor

Christiano Menezes é designer e editor de livros, não possui formação acadêmica, porém, trabalha profissionalmente como designer gráfico há 15 anos à frente do escritório de design Retina78. Começou sua carreira como ilustrador trabalhando para jornais e revistas. Sua vivência no mundo da música o levou a desenvolver projetos de criação de capas de álbuns para diversos artistas brasileiros nas últimas décadas. Christiano conta que sempre foi um ávido leitor e que seu interesse pelos livros o acompanhou por toda a sua vida, ter uma editora sempre foi um sonho.

Com o passar do tempo começou a projetar capas de livros e assim a trabalhar para o mercado editorial. Em 2004, em parceria com o sócio Chico de Assis criou a Retina78, um escritório de design responsável por capas de livros como os de Stieg Larsson, Murakami, Nabokov e Saramago. Seus conhecimentos na área do Design foram adquiridos a partir da prática no dia a dia da profissão. Como afirma:

*[...] eu ia muito em gráfica para poder conhecer corte de papel, processo de impressão, simplesmente pelo gosto mesmo do ofício [...] eu acabei esbarrando em profissionais que foram incríveis no decorrer da minha carreira, que sempre auxiliaram e trocaram muito, mas eu acho que faltou muita informação. Até você se entender como uma pessoa, tipo assim terceirizar, oferecendo trabalho, né.*

Segundo Christiano, a intenção de ter uma editora já existia e a criação da Retina78 para trabalhar com design gráfico e atender o mercado editorial foi a forma que encontrou para estar mais próximo do sonho. Em 2009, Christiano firmou uma parceria com a editora Leya para a criação um selo editorial, o Barba Negra. A convite do editor Sandro Lobo, Christiano e o sócio Chico de Assis desenvolveram o selo que tinha o foco de lançar quadrinhos. O objetivo era de explorar novos caminhos no mercado brasileiro lançando autores nacionais e trabalhando em traduções de qualidade, vindas principalmente do mercado europeu e do cenário alternativo

norte-americano. A editora ganhou o troféu HQMix<sup>29</sup> de melhor editora da área no ano de 2012. A parceria durou 3 anos e em 2012 o selo foi encerrado por parte da Leya, como conta Christiano:

*Na verdade foi uma parceria com a Leya, para gente tentar abrir novas frentes e tal, foi incrível, assim, a gente lançou muita gente bacana mas era um projeto preso a essa parceria com a Leya. A gente fazia exatamente toda a seleção, a escolha editorial, o Lobo era meu parceiro, também era roteirista e ele que me convidou no início para esse projeto. A gente fazia absolutamente tudo, sem a Leya participar absolutamente de nada. Eles não tinham o menor conhecimento de nada do que a gente tava fazendo, mas a parceria num durou. O pessoal queria aquele livro que vende, que tem que vender sei lá 30, 50 mil cópias essa não é a verdade do mundo dos quadrinhos, hoje em dia a coisa já mudou bastante.*

A partir desta experiência, Christiano se sentiu mais confiante e decidiu juntamente com Chico de Assis a investir na DarkSide. No mesmo ano de 2012, as primeiras obras foram editadas e o lançamento da editora aconteceu no Dia das Bruxas. Hoje, Christiano atua como editor na DarkSide e permanece com a Retina78 oferecendo serviços em Design para outras editoras do mercado, porém segundo ele o crescimento da editora o fez priorizar os serviços editoriais apenas para empresas parcerias que julga mais proveitosa:

*[...] como a demanda da DarkSide ficou grande eu trabalho com quem a gente tem uma parceria maior, e afinidade também, né. Então, eu trabalho muito com a Sextante, com o Luiz Schwarcz dentro da Companhia das Letras e com a Alfaguara que tem o Marcelo Ferroni que também é um editor incrível, então são poucos mas são os que eu gosto mais de trabalhar.*

Para Christiano, as dificuldades que possui para trabalhar no mercado editorial como designer passam pela incompreensão por parte dos editores das contribuições que o design carrega ao livro com o projeto gráfico:

*[...] primeiro que a galera não tem essa bagagem, né, a bagagem estética. A estética até então era considerada nociva, até no mercado editorial o pessoal acha que simplesmente era uma intenção ou marqueteira ou boba, não que aquilo ampliasse a leitura, não que aquilo levasse a um outro patamar aquela proposta. Hoje em dia a galera começou a enxergar isso mas ainda acho que a galera não tem, a galera acha que funciona mas ainda não entende por quê.*

Parte da vontade de editar de maneira independente, segundo Christiano, surgiu desta insatisfação que influencia na baixa qualidade dos projetos resultados nos processos de edição das editoras de grande porte existentes no mercado. Ele afirma

<sup>29</sup> O troféu HQMix é uma premiação organizada pela Associação dos Cartunistas do Brasil (ACB) e pelo Instituto do Memorial de Artes Gráficas do Brasil, ocorre desde 1988.

que os problemas passam pelo despreparo do profissional que contrata o designer dentro das editoras:

*A questão é que ela é desencorajada a errar, se ela pudesse saber que simplesmente se ela errar ok, ou que se ela fizesse isso com um ou com outro (livro) pelo menos para ela ir se encorajando. E se tivesse essa bagagem do universo do design, do universo das artes plásticas e ela entendesse o design como uma ferramenta muito poderosa talvez fosse legal, mas eu vejo a galera sendo muito podada, e eu vejo também as empresas não dando essa bagagem, essa informação.*

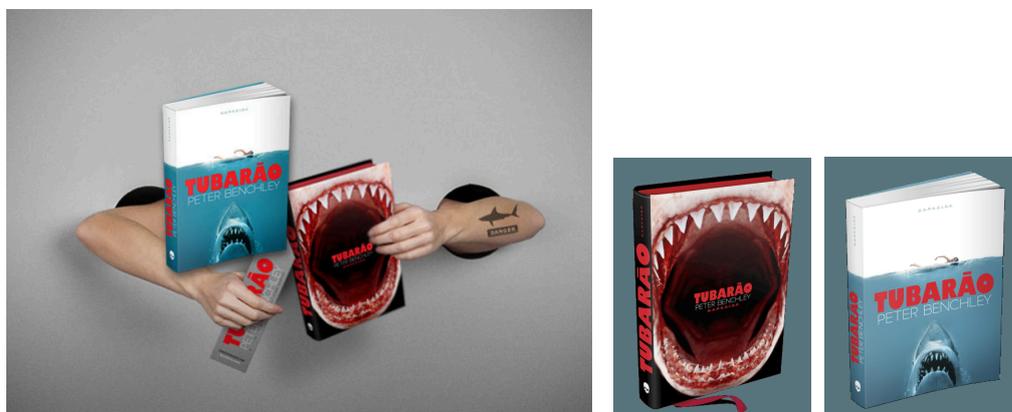
Porém, para o editor há um movimento de editora independentes se formando, um grupo de editoras novas no mercado, de editores dispostos a experimentar e trilhar caminhos que as grandes não conseguem e ele faz parte deste grupo. Mesmo com a pouca abertura que o mercado dá às mudanças, os resultados alcançados pelo seu trabalho como editor demonstram para ele que está em um caminho com boas perspectivas e em crescimento.

### 5.3.2 A editora

A DarkSide books foi fundada em 2012, pelos designers Christiano Menezes e Chico de Assis, e é a primeira editora brasileira inteiramente dedicada aos temas terror e fantasia. A editora busca o público jovem e tem em seu catálogo obras que misturam sucessos do cinema, ícones da cultura pop e clássicos da literatura mundial. Possui linhas editoriais que conseguem reunir *Edgar Allan Poe* e o *Massacre da Serra Elétrica* cativando um público seletivo. Explorando a estética do terror e do grotesco os livros da editora são projetados para atender ao gosto exigente do fã. São livros que pretendem ser atemporais e a se tornarem tão clássicos quanto a temática que abordam, como a editora define: de fã para fã. Assim, construiu uma identidade forte e sombria que pode ser observada em todas as peças que produz.

As escolhas editoriais são feitas exclusivamente por Christiano Menezes que conta com a ajuda de Bruno Dorigatti na avaliação das obras. A qualidade gráfica é o diferencial das obras que, mesmo com projeto e acabamento gráfico que fogem aos modelos tradicionais, conseguem preço comercial compatível com o mercado. A editora busca a formação de fundo de catálogo forte e tem como padrão o lançamento de duas versões para cada título, uma edição de luxo chamada *Limited edition*, em capa dura e com maiores recursos de gráfica e maior preço, e outra versão

*Classic edition* em brochura e com preço final menor que segundo o editor visa contribuir para o acesso ao livro (Figura 16).



**Figura 16** Postagens da Darkside Books em uma rede social apresentando as duas versões para a obra *Tubarão* de Peter Benchley, a azul na versão *classic edition* e a outra na versão *limited edition*.

Christiano conta que o objetivo inicial era o de criar linhas editoriais que fossem coerentes às demandas que observava estarem sendo formadas no mercado. O desafio era atender estas necessidades com uma proposta que fosse ao encontro às suas próprias perspectivas, que de alguma forma tivessem afinidade com seus interesses e conhecimentos. A primeira escolha foi o público jovem, como descreve:

*O mais legal do trabalho do editor é esse, acho, de acompanhar a evolução do leitor. Então, assim você trabalhar com livros mais juvenis e ir caminhando com ele e ir entregando a ele de pouquinho em pouquinho outras coisas, ele sobe degrau com você fácil sabe, você leva aquela pessoa pela mão facilmente, ele confia, ele sabe que você não vai decepcionar, esse trabalho é muito legal.*

O caminho percebido então, foi de buscar uma verdade interna, como leitor Christiano observou que os livros que gostaria de ler não estavam disponíveis, ou por que não havia a tradução para o português ou por que estavam presos nos catálogos das grandes editoras sem reedições. As primeiras escolhas para editar passaram por este processo, sob o critério da identificação com o editor. Christiano conta como é seu processo editorial:

*A maioria dos projetos, normalmente, não todos, mas eu quando termino de ler o livro lá fora e ele me toca muito eu normalmente falo, pô esse livro tem tudo a ver com a gente, manda a proposta, consegue e tal. Normalmente, é nesse momento que eu faço os projetos, que assim aquele livro fica muito vivo pra mim eu não gosto de deixar distanciar pra depois voltar porque aquela primeira energia pra mim é muito, muito poderosa sabe, não que eu não volte. Então de não perder essa energia.*

Christiano conta que o conteúdo dos livros que edita por si só tem uma força estética muito grande, é um texto carregado de um imaginário que serve de matéria-prima para criação do projeto gráfico. A partir deste conjunto estético que cria durante as primeiras leituras do texto ele estabelece os alicerces para criação de toda a identidade das obras, que vão figurar no livro, no material promocional e compor a linha editorial da editora.

### 5.3.3 Catálogo

A editora DarkSide em seus 5 anos de existência editou 129 obras<sup>30</sup>, entre publicações impressas e digitais, traduções e obras nacionais. Segue a lista de livros editados organizados pelo número do ISBN:

**Tabela 7** Relação de obra editadas pela DarkSide editora entre 2012 e 2017.

Número	Título Obra
978-85-66636-00-0	Darksiders: a cúpula da destruição
978-85-66636-01-7	Evil Dead: a morte do demônio [arquivos mortos]
978-85-66636-02-4	Evil Dead: a morte do demônio [arquivos mortos]
978-85-66636-03-1	O massacre da serra elétrica [arquivos sangrentos]
978-85-66636-04-8	O massacre da serra elétrica [arquivos sangrentos]
978-85-66636-05-5	J.R.R. Tolkien: o senhor da fantasia
978-85-66636-06-2	J.R.R. Tolkien, o senhor da fantasia
978-85-66636-07-9	O goonies
978-85-66636-08-6	O goonies
978-85-66636-09-3	O goonies
978-85-66636-10-9	Psicose
978-85-66636-11-6	Prince of thorn, a queda do império
978-85-66636-12-3	Serial killers, a anatomia do mal
978-85-66636-13-0	John morre no final
978-85-66636-14-7	Stephen King, a biografia
978-85-66636-15-4	Psicose
978-85-66636-16-1	O circo mecânico tresaulti
978-85-66636-17-8	Black Sabbath, a biografia
978-85-66636-18-5	Senhores de Salem: o julgamento das bruxas
978-85-66636-19-2	Prince of thorns: a queda do império
978-85-66636-20-8	A noite dos mortos-vivos
978-85-66636-21-5	A noite dos mortos-vivos
978-85-66636-22-2	Drácula, a origem
978-85-66636-23-9	Drácula, a origem

<sup>30</sup> Números contabilizados em Janeiro de 2017 a partir de pesquisa realizada no site do cadastro nacional do ISBN. Disponível em: <www.isbn.bn.br>.

**Tabela 7** Relação de obra editadas pela DarkSide editora entre 2012 e 2017.

<b>Número</b>	<b>Título Obra</b>
978-85-66636-24-6	King of Thorns
978-85-66636-25-3	A menina submersa: memórias
978-85-66636-26-0	Star wars, a trilogia: IV – Uma nova esperança; V – O império contra-ataca; VI – O retorno de jedi
978-85-66636-27-7	A noiva fantasma
978-85-66636-28-4	Serial killers: louco ou cruel?
978-85-66636-29-1	Serial killers: made in Brasil
978-85-66636-30-7	Arquivos Serial Killer Ilana Casoy
978-85-66636-31-4	Manson, a biografia
978-85-66636-32-1	O grande fora da lei: a origem do GTA
978-85-66636-33-8	Terror VHS
978-85-66636-34-5	Cine book club: filmes para ler
978-85-66636-35-2	Emperor of thorns
978-85-66636-36-9	Tubarão
978-85-66636-37-6	Tubarão
978-85-66636-38-3	Sexta-feira 13: arquivos de Crystal Lake
978-85-66636-39-0	Sexta-feira 13: arquivos de Crystal Lake
978-85-66636-40-6	O demonologista
978-85-66636-41-3	O exterminador do futuro
978-85-66636-42-0	O exterminador do futuro
978-85-66636-43-7	Os pássaros
978-85-66636-44-4	Os pássaros
978-85-66636-45-1	Social killers: amigos virtuais, assassinos reais
978-85-66636-46-8	The Warriors
978-85-66636-47-5	The Warriors
978-85-66636-48-2	Golem e o gênio
978-85-66636-49-9	O protegido
978-85-66636-50-5	O protegido
978-85-66636-51-2	Trilogia The Game: O jogo
978-85-66636-52-9	Onde cantam os pássaros
978-85-66636-53-6	A menina submersa: memórias
978-85-66636-54-3	Twin Peaks: arquivos e memórias
978-85-66636-55-0	Twin Peaks: arquivos e memórias
978-85-66636-56-7	Os Goonies
978-85-66636-57-4	Psicose
978-85-66636-58-1	Prince of Thorns
978-85-66636-59-8	King of Thorns
978-85-66636-60-4	Emperor of Thorns
978-85-66636-61-1	Stephen King, a biografia: coração assombrado
978-85-66636-62-8	Trilogia The Game: Ruído
978-85-66636-63-5	Trilogia The Game: A bolha
978-85-66636-64-2	J.R.R. Tolkien, o senhor da fantasia
978-85-66636-65-9	O grande fora da lei: a origem do GTA
978-85-66636-66-6	O hóspede de Drácula
978-85-66636-67-3	O corvo

**Tabela 7** Relação de obra editadas pela DarkSide editora entre 2012 e 2017.

<b>Número</b>	<b>Título Obra</b>
978-85-66636-68-0	Partes do Eu
978-85-66636-69-7	Hellraiser: renascido do inferno
978-85-66636-70-3	O demonologista
978-85-66636-71-0	Trilogia The Game: O jogo
978-85-66636-72-7	Trilogia The Game: Ruído
978-85-66636-73-4	Trilogia The Game: A bolha
978-85-66636-74-1	Os senhores dos dinossauros
978-85-66636-75-8	A lança do deserto
978-85-66636-76-5	De volta para o futuro: We don't need roads – Os bastidores da trilogia
978-85-66636-77-2	A guerra da rainha vermelha: Prince of fools
978-85-66636-78-9	Zé do Caixão: Maldito – a biografia
978-85-66636-79-6	Abominação
978-85-66636-80-2	O circo mecânico Tresaulti
978-85-66636-81-9	Menina má
978-85-66636-82-6	Batman: Arkham Knight
978-85-66636-83-3	Em algum lugar nas estrelas
978-85-66636-84-0	American crime story: o povo contra O. J. Simpson
978-85-66636-85-7	Evangelho de sangue
978-85-66636-86-4	The kiss of deception
978-85-66636-87-1	A menina submersa: memórias
978-85-66636-88-8	Tubarão
978-85-66636-89-5	O exterminador do futuro
978-85-66636-90-1	A noiva fantasma
978-85-66636-91-8	Golem e o gênio
978-85-66636-92-5	A noite dos mortos-vivos
978-85-66636-93-2	O protegido
978-85-66636-94-9	O circo mecânico Tresaulti
978-85-66636-95-6	Social killers: amigos virtuais, assassinos reais
978-85-66636-96-3	Manson, a biografia
978-85-66636-97-0	The warriors
978-85-66636-98-7	Exorcismo
978-85-66636-99-4	Donnie Darko
978-85-9454-000-3	Confissões do crematório: lições para toda a vida
978-85-9454-001-0	O menino que desenhava monstros
978-85-9454-002-7	O último adeus
978-85-9454-003-4	Os condenados
978-85-9454-004-1	Touch
978-85-9454-005-8	O homem que caiu na Terra
978-85-9454-006-5	Fábrica de vespas
978-85-9454-007-2	Coração satânico
978-85-9454-008-9	Bem-vindo à casa dos espíritos
978-85-9454-009-6	Labirinto
978-85-9454-010-2	Onde nascem os gênios
978-85-9454-011-9	The heart of betrayal

**Tabela 7** Relação de obra editadas pela DarkSide editora entre 2012 e 2017.

Número	Título Obra
978-85-9454-012-6	Amityville
978-85-9454-013-3	Casos de família: arquivos Richthofen e arquivos Nardoni
978-85-9454-014-0	João Gordo: viva la vida tosca
978-85-9454-015-7	Ultra Carnem: muito além da carne
978-85-9454-016-4	Ed & Lorraine Warren: demonologistas – arquivos sobrenaturais
978-85-9454-017-1	Bom dia, Verônica
978-85-9454-018-8	Frankenstein
978-85-9454-019-5	Diário de uma escrava
978-85-9454-020-1	J.R.R. Tolkien, o senhor da fantasia: edição comemorativa
978-85-9454-021-8	Especial exorcismos: Ed e Lorraine Warren, demonologistas; exorcismo; Amityville
978-85-9454-022-5	Especial David Bowie: Labirinto; o homem que caiu na Terra
978-85-9454-023-2	The kiss of deception: vol. 1/ The heart of betrayal: vol. 2
978-85-9454-024-9	Edgar Allan Poe: medo clássico
978-85-9454-025-6	Trilogia dos espinhos: medieval edition
978-85-9454-026-3	A guerra que salvou a minha vida
978-85-9454-027-0	The beauty of darkness
978-85-9454-028-7	O mundo invisível entre nós

Segundo o site na editora o catálogo pode ser dividido em quatro linhas:

- **Cinebook: filmes para ler.** São livros relacionados a filmes, como anotações do diretor, texto que deu origem ao filme ou análises das produções. Normalmente, são traduções feitas a partir de obras já editadas em outros países. Exemplos de obras editadas: *O exterminador do Futuro*, *Tubarão*, *Sexta-feira 13*, *Star wars – a trilogia*, *Os Goonies*, *A noite dos mortos vivos*, *Psicose*, *A morte do demônio* e *O massacre da serra elétrica*.
- **Crime scene.** Livros relacionados a biografias de serial killers. São textos baseados em pesquisas extensivas e detalhadas sobre casos policiais envolvendo crimes. São obras traduzidas ou nacionais. Exemplos de obras editadas: *Social killers – amigos virtuais, assassinos reais*, *Manson – a biografia definitiva*, *Serial killers – made in Brazil*, *Serial killers – louco ou cruel* e *Anatomia do mal*.
- **Dark Love: morrer de amor.** Livros que aliam romance, fantasia e terror. Obras: *A menina submersa*, *Golem e o gênio*, *Onde cantam os pássaros*, *A noiva fantasma* e *O circo mecânico*.

- **Freebook.** Livros em formato *e-book* para download. Uma experimentação proposta pela editora, são publicações digitais produzidas a partir de conteúdos em domínio público e distribuída gratuitamente, sob a licença creative commons<sup>31</sup>. Obras: *Augusto dos anjos – partes do EU*<sup>32</sup>, *Edgar Allan Poe – O corvo*<sup>33</sup> e *Bram Stoker – O hóspede de Drácula*<sup>34</sup>.

Analisando-se o catálogo da Darkside verifica-se uma diversificação de linhas editoriais o que amplia o público-alvo ao editar livros a partir de filmes clássicos da cultura pop, sucessos de bilheteria e que já possuem um número elevado de fãs e colecionistas. As obras da linha cinebook são derivadas de outras obras já conhecidas, carregam um imaginário simbólico que serve de base para criação do projeto gráfico dos livros e do material de divulgação. As postagens nas redes sociais feitas pela editora para divulgar as obras utilizam as personagens das obras em situações criativas interagindo com o livro e convidando o leitor para entrar no universo da obra. A apropriação dos ícones pop aproximam o livro da linguagem gráfica já presente na memória do público trazendo a sensação de proximidade com a obra e a produção de significação.



**Figura 17** Postagens de divulgação em redes sociais dos livros *Star wars* – a trilogia.

<sup>31</sup> Creative commons é organização sem fins lucrativos que estabelece um sistema de licenças para divulgação e distribuição de conteúdos sob direitos autorais. Se propõe a ser uma alternativa às leis de *copyright*. Disponível em: <<https://br.creativecommons.org/sobre/>>.

<sup>32</sup> Disponível em: <<http://www.darksidebooks.com.br/augusto-dos-anjos/>>.

<sup>33</sup> Disponível em: <<http://www.darksidebooks.com.br/edgar-allan-poe/>>.

<sup>34</sup> Disponível em: <<http://www.darksidebooks.com.br/freebooks/>>.



**Figura 18** Postagens de divulgação em redes sociais dos livros *O exterminador do Futuro*, *Tubarão* e *Sexta-feira 13*. Fonte: <<https://www.facebook.com/darksidebooks?fref=ts>>.

Ao observar-se as imagens anteriores criadas para apresentar o livros ao leitor percebe-se a formulação de linguagem gráfica que integra as obras, as peças de divulgação e conectam a editora Darkside com os leitores. O projeto editorial integrado ao projeto gráfico e as ações de publicidade por meio de uma única linguagem tornam a comunicação com leitor mais efetiva e direta. O objetivo da editora de aliar apuro editorial ao gráfico são o diferencial da editora.

Em 2016, a editora lançou a revista *Dark*, uma publicação que apresenta o catálogo da editora por meio de matérias, entrevistas com autores, produtores e análises das obras editadas. Teve como tema principal *Frankenstein* de Mary Shelley, que figura a capa e a primeira matéria que descreve a obra, e apresenta informações da autora do processo de escrita e da sobrevivência do texto ao longo dos anos. A publicação apresenta os livros editados pela editora em meio a matérias que ampliam para o leitor as informações sobre as obras e trazem informações que acrescentam e convidam para a leitura. A revista descreve o processo de criação da editora, a formação das linhas editoriais e apresenta as propostas da editora e dos autores.



Figura 19 Capa da revista Dark publicada pela editora DarkSide em 2016.

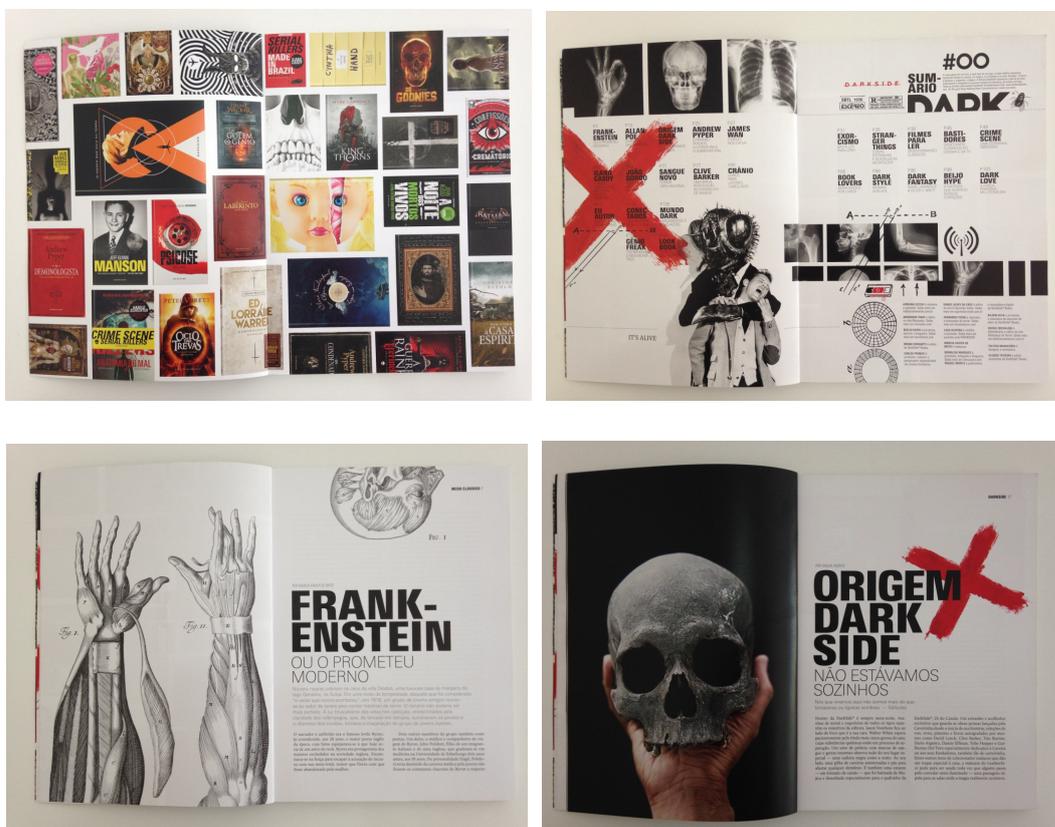


Figura 20 Páginas internas da revista Dark publicada pela editora DarkSide.



Figura 21 Páginas internas da revista Dark publicada pela editora DarkSide.