

4. O LIVRO

4.1. O LIVRO COMO OBJETO ESTÉTICO

Somente porque algo é legível, isso não quer dizer que comunica; pode ser que esteja comunicando a coisa errada. Alguns títulos tradicionais de livro, enciclopédias, ou muitos livros que os jovens jamais apanhariam numa prateleira, poder-se-ia torná-los mais atraentes. Enviar a mensagem errada ou não enviar uma mensagem suficientemente forte é, no mais das vezes, um problema das publicações. Você pode ser legível, mas que emoção está contida na mensagem? (David Carson)

Desde a invenção dos primeiros sistemas de comunicação não-oral, o homem sempre dedicou especial atenção às formas de apresentação estética e estrutural de seus suportes de leitura e escrita.

Para as civilizações antigas, na região da antiga Assíria e Babilônia, hoje Iraque, Síria e Irã, a escrita cuneiforme representou e registrou, por cerca de três mil anos, as batalhas épicas e descobertas no campo da astronomia, medicina, ciências e matemática, servindo como representação de formas de conhecimento restritas aos sábios e estudiosos, mantendo assim o caráter sagrado destes textos. A atenção com a divisão da informação em blocos e quadrantes uniformes era notável. Os gravadores preocupavam-se desde então com a legibilidade e sistematização da apresentação da informação, demarcando o conteúdo do texto em blocos que, juntos, produziam a percepção do conjunto, proporcionando a experiência da continuidade da leitura.

O mesmo acontecia no Egito antigo, onde as inscrições em forma de hieróglifos (de "*hiéros*" – sagrado – e "*glyphós*" – escrita) marcaram templos, túmulos e paredes de palacetes desde 3.000 A.C. até 394 D.C. A linguagem egípcia de comunicação retratava situações de aproximação e reverência aos deuses, muitas vezes descrevendo procedimentos e modelos de comportamento para a entrada no mundo do mortos, como no caso do *The Egyptian Book of the Dead*. O caráter sagrado destas formas de escrita demandava uma representação estética à altura

da glorificação aos deuses e por isso os antigos escribas egípcios podem ser considerados os primeiros mestres calígrafos e artistas visuais nas artes do livro, utilizando as ferramentas de comunicação num tênue limite entre a arte e a técnica.

A ornamentação artística dos suportes de leitura e escrita também era presente nas civilizações mesoamericanas, onde os Maias desenvolveram sistemas de inscrição em pedra ilustrados e tingidos documentando batalhas, ritos tradicionais das aldeias e cenas de adoração a divindades. No mundo ocidental, é na Idade Média que encontramos as formas mais elaboradas e sofisticadas de manifestação das artes do livro. Nas mãos dos iluminadores – *illustrators* (ilustradores, em inglês) – o livro, primeiramente sob a forma de códex e mais tarde sob a forma que conhecemos hoje, adquire status de obra de arte. Cercados pela atmosfera sagrada e silenciosa dos mosteiros beneditinos da Europa medieval, os livros são copiados e ornamentados, um a um, pelas mãos de monges, transformados em escribas calígrafos, devotados à arte das iluminuras. A leitura sempre foi parte fundamental da rotina dos religiosos enclausurados o que explica a demanda natural pela produção de manuscritos que pudessem ser disseminados e armazenados dentro dos mosteiros para futuras gerações de religiosos. Grande parte do que conhecemos hoje sobre a vida medieval deve-se a este trabalho de registro da literatura produzida dentro dos mosteiros, e não a descobertas escavações arqueológicas, como acontecia até então.

Em todas as civilizações que devotaram esforços para a representação gráfica da leitura, o estabelecimento de normas e padrões de cuidado estético com os suportes de leitura deve sua tradição, em parte, à força da devoção religiosa e ao respeito pela representação do sagrado e a perpetuação do conhecimento. É em torno de 1440, com a invenção dos tipos móveis de Gutenberg e dos prelos de impressão, que os métodos de manufatura do livro passam por uma transformação radical, dando início à história da produção gráfica em larga escala e modificando não só a concepção estrutural e estética do livro como criando também todo um círculo de profissionais ligados às artes gráficas – artistas, tipógrafos, gráficos – envolvidos na produção do mesmo. A invenção de Gutenberg é rapidamente assimilada e difundida pela Europa nos anos seguintes fazendo com que o livro se transforme em objeto acessível, dada a velocidade e simplificação de produção que reduziram enormemente seus custos. Esta invenção alteraria para

sempre a história do livro. O que antes era objeto único, exclusivo e restrito a determinados setores da sociedade passa a ser artefato produzido em série e adquire ampla circulação atingindo um número muito maior e diversificado de leitores e abrindo frentes de produção de títulos de interesses variados. O que poderia ser encarado como um marco definitivo para o fim da era das produções manuais, pelo contrário, suscitou e estimulou um apreço especial por estas artes, como relata Manguel a respeito desta evolução:

Talvez seja útil não esquecer que a imprensa, apesar das óbvias previsões de "fim do mundo", não erradicou o gosto pelo texto escrito à mão. Ao contrário, Gutenberg e seus seguidores tentaram imitar a arte dos escribas, e a maioria dos incunábula tem uma aparência de manuscrito. (...) É interessante observar como um avanço tecnológico – como o de Gutenberg – antes promove do que elimina aquilo que supostamente deve substituir, levando-nos a perceber virtudes fora de moda que de outra forma não teríamos notado ou que consideraríamos em importância. Em nosso tempo, a tecnologia dos computadores e a proliferação dos livros em CD-ROM não afetaram – até onde mostram as estatísticas – a produção e venda de livros na antiquada forma de códice. (MANGUEL, 2002, p. 159-160)

De fato a era dos computadores não só não significou o fim da era do livro impresso como trouxe benefícios e transformações fundamentais para o trabalho dos profissionais envolvidos em sua produção. Como já faziam os monges beneditinos e os artistas e tipógrafos do tempo de Gutenberg, passando pelos gravadores e ilustradores dos séculos XVIII e XIX, os designers gráficos seguem pelos séculos XX e XXI se esmerando na concepção estética e apuro gráfico da produção editorial.

4.2. A CONSTITUIÇÃO MATERIAL DO OBJETO LIVRO

Dentre as muitas especializações que um designer gráfico pode escolher, a do design editorial exige uma qualificação que nada tem a ver com a aptidão técnica ou plástica do profissional. É preciso, antes de mais nada, que o designer seja um leitor – que goste de ler, goste de livros e mantenha o hábito da leitura. Um bom trabalho de capas e miolos de livros está estritamente vinculado com o universo dos livros, em geral, e da literatura, em especial. O

designer de livros precisa conhecer e saber distinguir entre formas e estilos, épocas, linguagens e narrativas para que seu trabalho espelhe na linguagem visual a melhor representação estética e não-verbal da narrativa em questão. Neste sentido, o design de livros deve apresentar uma comunicação visual que abrace, sintetize e complemente a experiência da leitura do texto narrativo, tornando o contato com o livro um encontro do leitor com a expressão sensorial e textual de determinado universo de idéias proposto pelo autor.

A capa de um livro é a primeira responsável por estabelecer a ligação entre o mundo exterior, do leitor, e o mundo interior, da narrativa. Ela funciona como uma ponte visual que se vale de referências simbólicas para expressar, comunicar e convidar o leitor a adentrar o mundo da leitura e os caminhos daquele texto. Uma boa capa deve sugerir sem entregar, insinuar sem explicar. Sua função é expressar esteticamente algum ponto central da narrativa ou apenas sugerir uma ambientação que estimule a criatividade do leitor e desperte nele o desejo de partilhar e interagir com o universo de caminhos aberto pelo autor.

Existem muitas maneiras de se conceituar e desenhar uma capa de livro. O trabalho do capista começa com o trabalho da leitura. Seu primeiro contato com o livro se dá antes do texto, de fato, se transformar em livro. E por isso é uma relação ainda desvinculada da materialidade do objeto. Trata-se de uma relação com o texto escrito, em uma das muitas articulações da mediação literária. É preciso encontrar a expressão do autor naquela narrativa e, feito isso, selecionar e decidir que forma é mais apropriada para a transmissão daquela idéia. Neste momento, o designer gráfico nada mais é que um leitor oscilando entre primeiro e segundo planos – munido de seu próprio imaginário e referências visuais, ele deve ser capaz de selecionar os elementos que levará para a sua representação e conseqüentemente, para a materialização e concretização da idéia em forma de símbolo.

Assim como cada narrativa é única, também a capa deve ser capaz de traduzir e encontrar a expressão desta individualidade. Para isso, o designer gráfico deve ser, não só um excelente leitor, mas também carregar consigo um repertório de referências artísticas, históricas e culturais que, aliadas ao domínio das técnicas e requisitos gráficos, possibilitaram a criação de uma capa cuja linguagem visual adeque-se com perfeição à linguagem verbal do texto literário.

O universo da criação de capas é praticamente irrestrito e nele se pode explorar as mais variadas formas de manifestação estética, assim como técnicas e materiais dos mais diversos. Projetar visualmente um livro envolve uma série de procedimentos por parte do designer gráfico para se atender às expectativas tanto do autor e do editor como do mercado, do livreiro e, por fim, do leitor. É um momento de intensa troca de idéias entre todos estes agentes da mediação literária com o olhar voltado para a recepção final do público. O designer gráfico, após a leitura do texto, atua em conjunto com o editor na busca da linguagem visual mais adequada para representar visualmente o texto literário em questão, primeiramente através da capa e, em se tratando de livros ilustrados ou com diagramação diferenciada, também do projeto de miolo.

A partir da invenção da imprensa e do prelo, a produção de livros em larga escala ampliou também os universos temáticos e de distribuição do livro, o que aumentou a concorrência de títulos e acirrou a disputa pela melhor exposição do livro em pontos de venda. No Brasil, os primeiros relatos sobre o comércio de livros datam de 1792, e durante muitos anos, até a chegada da família Real portuguesa, os livros eram contrabandeados de Portugal já que a política colonial proibía a impressão no Brasil, como forma de manter a colônia dependente. O início das atividades de produção editorial e gráfica se dá somente em 1808, com a instauração oficial da Impressão Régia, responsável pela impressão de material legislativo, educacional e burocrático do governo português no Brasil. Durante este período, a composição dos livros se dá apenas com base em tipografia e gravura. Em grande parte, as capas e projetos de miolo são importados da Europa e copiados à risca, situação que persiste até o início do século XX, quando a cultura francesa dominava os gostos e tendências de tudo o que era produzido em solo brasileiro. (HALLEWELL, 2005)

É somente a partir do começo do século XX e, principalmente graças aos projetos modernistas que culminaram na Semana de 1922, à Primeira Guerra e à abertura ao mercado das primeiras livrarias e casas editoriais que começa a despontar uma identidade e estética verdadeiramente brasileiras na feitura gráfica do livro.

A concepção do livro como peça artística em uma era muito anterior à produção digital permitiu ao mercado brasileiro a produção de livros de altíssima qualidade plástica, com capas e gravuras de Di Cavalcanti, Carybê, Poty – que ilustrou a obra original de Guimarães Rosa, editada pela José Olympio –, Augusto Rodrigues e muitos outros. Em São Paulo, é figura importante no cenário editorial a Livraria Martins Editora, fundada em 1937, e considerada pioneira em seu tratamento gráfico do livro, dedicando especial atenção a aspectos como diagramação, qualidade do papel, tipografia e apresentação gráfica de um modo geral. No catálogo da Livraria Martins está a Biblioteca de Literatura Brasileira, coleção que unia textos clássicos de autores como Manuel Antônio de Almeida e José de Alencar apresentados em belos volumes ilustrados por artistas como Anita Malfatti, Di Cavalcanti, Tarsila do Amaral, Guignard, Carybê e Iberê Camargo. (HALLEWELL, 2005, p.500-503)

As artes gráficas do livro estão, até então, muito vinculadas a um momento histórico de representação da nacionalidade artística e cultural brasileiras, devido em grande parte às propostas estéticas do movimento modernista. A produção literária estava ligada ao movimento da vida literária e artística como um todo e as inovações técnicas e visuais dos livros da época refletem as parcerias artísticas entre as belas artes e a literatura, como a relação de amizade entre autores como Oswald e Mario de Andrade com pintores e gravadores como Di Cavalcanti, Victor Brecheret, Goeldi, Tarsila do Amaral e Ismael Nery. Estas parcerias foram presentes não só na concepção de livros, como também de revistas literárias gráficas, livros de poesia, manifestos e catálogos de arte .

A importância dos espaços de intensa atividade intelectual criados por livrarias e editoras tradicionais também foi fundamental para o desenvolvimento do livro no Brasil. A livraria sempre funcionou como arena principal da vida literária brasileira, sendo ponto de encontro de intelectuais, acadêmicos, e figuras da vida cultural e social das cidades. A Livraria José Olympio Editora representou o ápice desta situação, desde sua fundação, na década de 1930, no Rio de Janeiro, até seu fechamento, nos anos de 1970. A "Casa", como era chamada pelos amigos, tinha uma sala nos fundos da loja, onde se encontravam escritores, poetas, editores e amigos dos livreiros para conversas e debates sobre a vida cultural e política, sendo um rico berço para a produção de idéias, trocas intelectuais e propostas inovadoras da cultura e da vida literária

brasileira. Na "Casa" eram comuns os encontros entre Graciliano Ramos, Guimarães Rosa, Cyro dos Anjos, Sérgio Buarque de Hollanda, Carlos Drummond de Andrade, Gilberto Freyre, Rachel de Queiróz, Jorge Amado, Portinari e José Lins do Rego, como conta Laurence Hallowell, em *O Livro no Brasil*. (HALLEWELL, 2005, p.441-452)

Além de seu papel fundamental como núcleo cultural da vida literária, a José Olympio também inovou no quesito gráfico, sendo uma das primeiras editoras a dedicar atenção especial à apresentação estética e ao cuidados de impressão do livro. A editora dava grande liberdade criativa aos artistas que diagramavam e ilustravam seus livros, e assim produziu um catálogo primoroso não só em títulos mas também de altíssimo nível técnico e artístico. À frente desta revolução estética, está o responsável pelos grandes projetos gráficos da José Olympio, Tomás Santa Rosa, atuante não só no terreno editorial mas também em diversos outros ramos das artes visuais, como cenografia, pintura, ilustração, crítica e ensino de artes gráficas. Santa Rosa trabalhou também para o governo, modernizando material burocrático e papéis de caráter oficial, documentação de institutos e serviços de ministério.

Merece destaque também a obra de Poty Lazzaroto, um dos mais importantes ilustradores da editora nos anos 40. Poty foi o responsável pela ilustração da obra de Guimarães Rosa, editada em forma de coleção, imprimindo a ela características únicas que, com seu traço que remete à cultura popular e às tradições das cidades do interior, deu vida à narrativa profundamente brasileira de Rosa. Na obra de Guimarães, também atuou o escritor e ilustrador Luís Jardim que, além de produzir capas desenhadas para seus próprios livros, também ilustrou a seqüências de imagens que contam resumidamente a história de cada conto das *Primeiras Estórias*, de Rosa. (ANEXO A)

A partir do final da Segunda Guerra Mundial, dos anos de 1950 em diante, o mercado editorial brasileiro começa a ser tomado por artistas gráficos voltados para a produção de arte em mídias impressas – revistas, jornais, cartazes, capas de disco – e não mais artistas plásticos vindos do universo das belas artes. É consequência não só de uma vida literária cujo centro se aproxima cada vez menos das artes plásticas e mais do mercado, como também do início das escolas de ensino voltadas exclusivamente para o design, notadamente Bauhaus e Ulm, na

Alemanha, esta última referência para a criação da ESDI, no Rio de Janeiro, a primeira Escola Superior de Desenho Industrial do Brasil, fundada em 1964.

As renovações no aspecto gráfico dos livros brasileiros continuam nas décadas seguintes e, nos anos 60, a Civilização Brasileira, sob direção do grande editor Ênio Silveira, contrata o que se tornaria um dos maiores nomes do design gráfico editorial brasileiro, Eugênio Hirsch. Os projetos gráficos da Civilização Brasileira inovam ao apresentar para o mercado capas que utilizam fotos coloridas em toda a sua extensão e tipografia aplicada sobre imagem, fundos de chapada impressa e diagramação de miolo com texto mais fluido e separação de capítulos, índices e anexos demarcados graficamente.

A importância da atuação e a influência de Hirsch para toda uma geração de designers gráficos que o sucederam foi significativa. Com eles, o livro brasileiro passa a ter identidade estética própria e a desenvolver formas de linguagem voltadas especialmente para aquela mídia, levando-se em conta a circulação do objeto no mercado, com capas mais coloridas e chamativas, a exposição em vitrines de livrarias e a disposição em conjunto com outros livros. Tudo isso aponta para o amadurecimento das artes gráficas do livro e uma gradual modificação da aproximação do livro, como objeto mais acessível, com o leitor.

O momento em que Hirsch assume a parte gráfica da Civilização Brasileira, corresponde também ao momento em que a editora começa a publicar literatura moderna e contemporânea traduzida da Europa e dos Estados Unidos. O catálogo da editora passa a contar com nomes importantes do cenário internacional das letras e a demanda por livros manufaturados com qualidade à altura das edições originais e de outros países aumentou, assim como a variedade de estilos, linhas editoriais e, conseqüentemente, projetos gráficos diferenciados para atender a um catálogo heterogêneo.

Para o público, a diversidade de ofertas de títulos disponíveis no mercado aumenta consideravelmente ao longo das décadas seguintes, com a abertura de novas editoras, como por exemplo a Editora Sabiá, Editora do Autor, Record, Ática e Nova Fronteira e da crescente profissionalização do mercado. Isso se reflete diretamente no aumento de profissionais dedicados

a trabalhar o aspecto estético do livro. As grandes universidades implementam cursos de design gráfico e a demanda das editoras colabora para o surgimento de novos profissionais, na maior parte das vezes vindos de áreas correlatas, como a arquitetura, as artes plásticas e a comunicação.

Durante a predominância das belas artes na concepção visual do livro brasileiro, os projetos de capa envolviam em geral gravuras, pinturas, formas abstratas ou apenas trabalhos em tipografia e cores chapadas. A evolução dos métodos de impressão, a variedade de títulos e um mercado consumidor cada vez mais exigente fez com que o design dos livros brasileiros buscasse sua própria linguagem visual.

Aos poucos, o design de livros feito por profissionais voltados exclusivamente para este tipo de trabalho começa a crescer. Com o surgimento da mídia digital nos últimos anos do século XX, as possibilidades de manipulação de imagem, diagramação e produção gráfica abrem as portas para uma verdadeira revolução nas possibilidades de representação do texto literário através da apresentação estética dos livros. O trabalho de design gráfico de livros passa a dispor de um enorme rol de elementos gráficos e métodos de impressão diferentes que servem à representação simbólica de títulos com características narrativas, públicos e linhas editoriais os mais diversos.

Em 1986, o surgimento da Companhia das Letras no mercado editorial aponta os rumos também de uma nova revolução gráfica e de direcionamento editorial no setor. Vindo da Brasileira, Luiz Schwarcz inaugura sua editora com uma visão que considera o livro como produto cultural de entretenimento e lazer, como relatado na coletânea *Momentos do livro no Brasil*, a respeito da abordagem de mercado da editora:

Alternando títulos comerciais com textos mais complexos, pouco a pouco o novo editor descobriu o filão que faria de sua empresa uma das líderes de mercado. Cuidadoso na programação dos lançamentos, Schwarcz parte do princípio de que o livro é sobretudo uma alternativa de lazer e, como tal, uma opção entre outras à disposição do público consumidor de produtos culturais. (VÁRIOS, 1996, p.188)

Uma postura criteriosa e de excelência em relação ao aspecto estético e gráfico do livro fizeram da Companhia das Letras um marco na história editorial brasileira. O alto padrão de impressão de seus livros, aliado a projetos de design inovadores, como por exemplo a coleção de capas para os livros de Rubem Fonseca, transformaram a editora em referência tanto no quesito editorial, com um catálogo seletivo e diverso, como no quesito estético, com livros de alta qualidade técnica e de acabamento bem cuidado.

O leitor brasileiro, acostumado a livros com lombadas que se descolavam deixando as folhas caírem, perturbando assim a experiência da leitura, passa a contar com livros com lombada também costurada, e novos processos de colagem dos cadernos, tornando o livro um objeto verdadeiramente prazeroso no manuseio e no tato. A preocupação com o conforto da leitura faz com que muitos livros passem a ser impressos em papel perolado e levemente texturizado. A oferta de tipos para o texto corrido também se amplia com o uso de famílias de fontes desenvolvidas especialmente para a diagramação de textos. As manchas de texto passam a ocupar menos espaço, deixando as margens das páginas mais livres, o que favorece a concentração e foco no texto, durante a leitura e areja visualmente a página. No plano das capas, se torna ampla a utilização de fotos coloridas, assim como recursos gráficos como facas especiais, jaquetas de papéis variados, acetato, laminação fosca, brilhosa, texturizada e vernizes aplicados.

Designers como Moema Cavalcanti, João Baptista da Costa Aguiar, Ettore Bottini, Victor Burton e Hélio de Almeida foram alguns dos nomes mais importantes no desenvolvimento da capa de livro no Brasil, nos anos 80 e 90. São deles os projetos da maior parte dos livros em circulação no mercado de então e todos ainda estão atuantes no mercado atual. Sua atuação e criatividade foram extremamente importantes para a consolidação do mercado editorial no final do século XX, quando as importações começam a chegar com força e o público passa a conviver com mídia impressa e visual produzida no mundo todo. O impacto destas mudanças no público leitor é tão grande que, a partir de então, novos referenciais de qualidade passam a ser adotados por todas as editoras, em busca de excelência estética, gráfica e técnica.

Dez anos depois do aparecimento da Companhia das Letras e com o mercado editorial já seguindo novos padrões de qualidade gráfica, uma nova editora entra em cena. A Cosac & Naify, fundada em 1996, inicia suas atividades com uma linha editorial voltada para publicação de livros de teoria e história da arte, arquitetura, design, fotografia, cinema, dança e moda. Em 2001, abre seu leque de atuação para literatura clássica e contemporânea. Com o *know-how* de quem vinha publicando livros sofisticados há alguns anos e seguindo uma proposta do editor Charles Cosac de produzir livros de padrão estético equivalente ao das grandes editoras inglesas de arte, a Cosac & Naify traz para o mercado um novo conceito de livros de literatura com nível de luxo. Desenhada por Raul Loureiro, designer gráfico responsável pela identidade visual da editora, a coleção Prosa do Mundo abre com uma série de livros clássicos de nomes importantes da literatura mundial, como Brecht, Pirandello, Beckett, Flaubert, Stendhal, Tchecov, Poe, Tolstói e outros. O projeto gráfico dos livros segue um padrão clássico, com papel perolado, leve e acetinado e folhas de rosto que remetem a livros antigos, com gravuras ou pinturas de artistas consagrados e impressão em duas cores – preto e avermelhado –, como nos tempos das antigas tipografias.(ANEXO B)

Os projetos de capa seguem o mesmo padrão, com utilização de tipologia clássica e fotografias ou pinturas de artistas como Cartier-Bresson, Bischof e Delaroche nas jaquetas, sobre capa dura com impressão em baixo relevo. A utilização de capa dura, muito comum nos Estados Unidos e Europa como forma de diferenciar a edição de luxo das edições populares é fato raro no cenário editorial brasileiro. O custo alto impede que as editoras coloquem em circulação livros deste tipo e, curiosamente, a própria falta de convívio do leitor com a materialidade mais firme e imponente da capa dura, produz resistência e distanciamento por parte do leitor, como se se tratasse de objeto inacessível.

Portanto, o sucesso dos livros da coleção Prosa do Mundo, publicada pela Cosac & Naify, sempre com novos títulos, é algo a ser comemorado no mercado como exemplo de projeto editorial e estético que oferece ao leitor livros de qualidade gráfica muito acima da média, com belíssima embalagem a encapar títulos importantes da literatura mundial. São livros agradáveis ao toque, que dão prazer ao leitor no manuseio, ampliando as sensações visuais e táteis proporcionando experiências sensoriais extremamente intensas. Tamanha é a aura de objeto de

arte atribuída a estes livros que a jornalista Cora Rónai certa vez os descreveu como os "cosacnaifys", conferindo ao nome da editora o valor de uma etiqueta de grife, um selo de distinção e qualidade que incita a cobiça por parte dos amantes dos livros.

A transformação do mercado consumidor, agora aberto para todo o tipo de publicações estrangeiras, o acesso fácil à compra de livros pela internet e a presença maciça da mídia e da propaganda são alguns dos fatores fundamentais para se entender a nova abordagem do design editorial nesta última década. Em busca de um público leitor cujo perfil é cada vez mais influenciado pela mídia globalizada, as editoras se esmeram em produzir livros capazes de competir em termos de entretenimento com a grande variedade de oferta cultural disponível, especialmente nas grandes cidades.

A mudança de perfil das livrarias é prova disto. As grandes redes de venda de livros, como Saraiva e Siciliano se transformam em verdadeiros pólos de consumo de lazer e entretenimento. Os espaços destas livrarias passam a oferecer ao público um misto de sala de estar com sala de jogos e degustação. O leitor passa a frequentar a livraria em busca do ambiente proporcionado por ela, uma arena social de convívio, onde é comum co-existirem atividades para crianças no setor de livros infantis, palestras de temas variados com personalidades populares na mídia, além de facilidades como cybercafé, vendas de revistas e artigos de papelaria.

As livrarias tradicionais, que não pertencem a redes de varejo também seguem modelos similares, mesmo que em busca de um público leitor mais sofisticado. No Rio de Janeiro, a Livraria da Travessa oferece o melhor exemplo deste perfil. Em ambientes desenhados como misto de biblioteca e sala de estar, a Travessa se transformou em referência para o leitor que não apenas quer comprar um livro, mas se sentir parte do universo da literatura e da cultura. A Travessa funciona como verdadeiro espaço cultural e acolhe o leitor com poltronas de couro onde se pode sentar e folhear o livro que quiser por horas a fio sem ser incomodado. O espaço infantil oferece mesinhas com cadeiras coloridas para os futuros leitores, brinquedos muitas vezes derivados de personagens de livros do universo da literatura infantil e atendentes que são, também eles, conhecedores da literatura produzida para esta faixa etária. Nas prateleiras e móveis de madeira encontramos, em meio aos livros à venda, objetos como máquinas de

escrever antigas, miniaturas de figuras da cultura popular e enfeites que adornam vitrines temáticas dedicadas a livros de determinado país ou com assuntos em voga na vida social da época.

Todo esse cuidado em transformar as livrarias em ambientes acolhedores tem um efeito importante sobre o leitor, cuja relação com o livro deixa de ser de distância respeitosa passando a ser uma reunião de amigos, com uma boa história para contar, que convivem nestes novos espaços de circulação e mediação. A mudança de perfil das livrarias modernas também é representativa do ponto de vista das articulações do sistema literário. Elas se modificam à medida em que o livro, enquanto objeto, e conseqüentemente, a sua relação com o leitor, também se altera.

Se antes a vida literária girava em torno de encontros entre agentes da produção e mediação dentro do ambiente da livraria, agora este espaço é ampliado com a presença de um público participativo, em eventos como palestras, noites de autógrafos transformadas em festas, mesas redondas, debates e encontros entre autor e leitor. O livro, deste modo, fica mais perto do leitor. A sua presença ativa nos espaços de circulação da vida literária e sua aproximação dos demais elos do sistema são também reflexo de um movimento do mercado para envolver o leitor e trazê-lo para perto do autor, tornando a experiência da leitura, de certo modo, mais pessoal, simulando uma relação de amizade. Com uma profusão de títulos cada vez mais variada à disposição do consumidor e diante da concorrência não só entre as editoras como também entre as diversas e crescentes mídias de entretenimento, os agentes da mediação literária precisam atrair ainda mais a atenção do leitor-consumidor, despertando seu interesse e fazendo do livro uma de suas opções de lazer. O fascínio exercido pelos espaços de crescente conforto e beleza, acompanhados pela oferta de atividades oferecidas pelas livrarias é um fator importante nesta aproximação. Da mesma maneira, o esmero em produzir livros cada vez mais belos e atraentes estimula os sentidos e desejos do leitor.

Diante da amplitude deste universo, um dos desafios das editoras atuais é transformar o livro, apesar de ser um objeto produzido em série, com tiragens elevadas, em um objeto de experiência única, estimulando um contato direto e personalizado que provoque no leitor a

sensação de vivenciar uma experiência diferenciada, valorizando, desta forma, o objeto livro nos meios de circulação e no mercado.

Com esta proposta, e com a crescente oferta de recursos de impressão e inovações técnicas, as editoras passam a oferecer ao leitor exemplares com concepção e acabamento estéticos diferenciados e propostas de design gráfico absolutamente originais e criativas, alguns recebendo inclusive tratamento artesanal, sendo manufaturados individualmente.

É o que faz a auto-intitulada "mini micra" Editora Finaflor. Voltada para a publicação de literatura de ficção de autores contemporâneos, a editora tem como objetivo produzir livros que são pequeninas obras de arte, com intervenções feitas pelos próprios artistas e escritores, tiragem limitada e numerada e utilização de materiais não-convencionais na fabricação de livros, como tecido, linhas de costura vinil, espelho e madeira. O resultado é um produto final que, embora tenha as páginas de texto impressas em gráfica, pelo método convencional, produz um efeito de objeto único, personalizado, feito especialmente para cada leitor. (ANEXO C)

Mas a idéia de oferecer ao leitor um objeto que estabeleça com ele uma relação mais próxima e que desperte sensações além daquelas provocadas pela leitura do texto está presente em todas as ações dos agentes da mediação do mundo de hoje. Da mesma maneira, este movimento busca concretizar no objeto livro as expressões e inovações dos movimentos literários apresentando, assim, novas formas de se experimentar a leitura que refletem, no objeto, as articulações e expressões da narrativa e do sistema literário.