

O LIVRO
IMPRESSO
RESISTE!

DUINI MAGALHÃES

O LIVRO IMPRESSO COMO MANIFESTO E RESISTÊNCIA NA ERA DIGITAL

UM ESTUDO DE
CASO DO CLUBE DO
LIVRO DO DESIGN

O LIVRO IMPRESSO COMO MANIFESTO E RESISTÊNCIA NA ERA DIGITAL

UM ESTUDO DE
CASO DO CLUBE DO
LIVRO DO DESIGN

DUINI MAGALHÃES

Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Design Gráfico e Projetos Editoriais, apresentada à Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto e elaborada sob a orientação da Profa. Dra. Cristina Maria da Silva Pinto Ferreira Fonseca, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

“Meu ativismo é minha prática. [...] Para mim o trabalho está na micropolítica do cotidiano laboral. E é um trabalho em andamento; nunca será concluído. Trata-se de pensar sobre a realidade de cada um e cultivar relacionamentos significativos com os outros.”

BETTINARDI, 2022

Agradecimentos

A realização desta dissertação não teria sido possível sem o apoio, a orientação e o incentivo de diversas pessoas ao longo desta jornada acadêmica. Gostaria de expressar minha profunda gratidão a todas elas.

Em primeiro lugar, quero agradecer a minha orientadora, Profa. Dra. Cristina Maria da Silva Pinto Ferreira Fonseca, pela sua orientação excepcional, paciência e dedicação ao longo deste trabalho. Suas insights, sugestões e apoio constante foram fundamentais para o sucesso deste trabalho.

À minha família, que sempre esteve ao meu lado, oferecendo amor, encorajamento e apoio inabalável, quero expressar minha gratidão sincera. Vocês foram minha fonte de inspiração e força durante todo esse processo.

Aos meus amigos, que me apoiaram e incentivaram de forma incondicional, compartilhando ideias, debatendo questões e proporcionando um ambiente seguro e acolhedor de constante aprendizado enriquecedor, quero agradecer por suas contribuições valiosas.

Também gostaria de agradecer em especial a Tereza Bettinardi, este ser humano incrível e inspirador, que tive a honra de conhecer no Brasil e cuja participação foi essencial para este estudo. Sua colaboração e disposição em compartilhar suas experiências foram fundamentais para enriquecer ainda mais este trabalho.

Este trabalho é uma celebração do esforço de um brasileiro imigrante em Portugal, que diante todos os desafios encontrados ao longo deste percurso, conclui esta etapa profundamente grato por todas as contribuições que tornaram possível sua realização.

Resumo

A Era Digital impulsionou uma transformação significativa nas práticas de concepção, distribuição e consumo de produtos editoriais. Em um contexto em que a sociedade se encontra cada vez mais imersa nas plataformas digitais e na internet, emergiram novas modalidades de acesso aos abundantes conteúdos editoriais, superando as limitações inerentes ao meio físico, representado pelo papel e pela impressão. No entanto, essa reconfiguração paradigmática suscitou indagações relativas à persistência do livro impresso em sua forma convencional. Adicionalmente, destaca-se uma discussão concernente à crescente comoditização dos produtos editoriais e à crescente precarização do ofício do designer gráfico ao longo do decurso temporal.

Utilizando pesquisa bibliográfica e um estudo de caso centrado no “Clube do Livro do Design”, uma iniciativa que evoluiu para uma editora independente, o ensaio explora as razões pelas quais o livro impresso continua a ser relevante, mesmo na era digital.

A estrutura da dissertação aborda, em seu primeiro capítulo, o contexto do livro na era digital, discutindo suas características e funções como objeto impresso. O segundo capítulo examina as discussões sobre o livro impresso na era digital, considerando avanços tecnológicos e a relação dos designers e leitores com o livro. Também aborda a comoditização e possíveis desafios para a sobrevivência do livro impresso. Já o terceiro capítulo oferece um estudo do mercado editorial no Brasil, incluindo suas características, crises, surgimento de editoras independentes e novas formas de financiamento coletivo. Enquanto o quarto capítulo se concentra na relação do designer gráfico na produção de livros impressos, analisando seu papel essencial e os desafios decorrentes da precarização da profissão. O quinto e último capítulo apresenta um estudo de caso do “Clube do Livro do Design”, examinando a trajetória da designer Tereza Bettinardi e como suas experiências contribuíram para o sucesso do Clube no mercado brasileiro. A dissertação conclui com considerações finais sobre as descobertas da pesquisa e sugere direções futuras para o tema abordado.

Palavras-chave: livro impresso, comoditização, precarização do trabalho.

Abstract

The Digital Age has driven a significant transformation in the conception, distribution, and consumption practices of editorial products. In a society increasingly immersed in digital platforms and the internet, new modes of access to abundant editorial content have emerged, surpassing the inherent limitations of the physical medium represented by paper and print. However, this paradigmatic reconfiguration has raised questions about the persistence of the printed book in its conventional form. Additionally, there is a noteworthy discussion concerning the growing commoditization of editorial products and the increasing precariousness of the graphic designer's profession over time.

This essay, utilizing bibliographic research and a case study centered on the “Clube do Livro do Design” (Design Book Club), an initiative that evolved into an independent publisher, explores the reasons why the printed book remains relevant even in the digital era.

The dissertation structure, in its first chapter, delves into the context of the book in the digital era, discussing its characteristics and functions as a printed object. The second chapter examines discussions about the printed book in the digital era, considering technological advances and the relationship between designers and readers with the book. It also addresses commoditization and potential challenges for the survival of the printed book. The third chapter provides a study of the publishing market in Brazil, including its characteristics, crises, the emergence of independent publishers, and new forms of crowdfunding. Meanwhile, the fourth chapter focuses on the relationship of graphic designers in the production of printed books, analyzing their essential role and the challenges stemming from the precarity of the profession. The fifth and final chapter presents a case study of the “Clube do Livro do Design,” examining the journey of designer Tereza Bettinardi and how her experiences contributed to the success of the club in the Brazilian market. The dissertation concludes with final considerations on the research findings and suggests future directions for the discussed theme.

Keywords: printed book, commoditization, precariousness of work.

Sumário

9 NOTA AO LEITOR

10 LISTA DE ACRÓNIMOS

12 INTRODUÇÃO

19 1. O LIVRO IMPRESSO

- 19 1.1. O livro e suas diferentes funções
- 20 1.2. O livro como artigo colecionável
- 22 1.3. O livro como manifesto e resistência

26 2. O LIVRO IMPRESSO NA ERA DIGITAL

- 26 2.1. O livro impresso e o livro digital
- 29 2.2. A comoditização do livro impresso
- 33 2.3. O livro impresso vai acabar?

39 3. O LIVRO IMPRESSO NO BRASIL

- 39 3.1. Breve histórico do livro impresso no Brasil
- 40 3.2. Contexto do mercado editorial no Brasil
- 41 3.3. Editoras independentes e financiamento coletivo

45 4. O DESIGNER QUE FAZ LIVROS

- 45 4.1. O papel do designer
- 46 4.2. O designer precarizado
- 52 4.3. Alta performance e plataformas digitais
- 55 4.4. Redes de apoio

59 5. O CLUBE DO LIVRO DO DESIGN

- 59 5.1. A fundadora
- 71 5.2. O clube de leitura virtual
- 81 5.3. O clube que virou editora
- 97 5.4. O que vem a seguir

100 CONSIDERAÇÕES FINAIS

104 REFERÊNCIAS

109 ENTREVISTA

121 REGISTROS

O LIVRO
IMPRESSO
RESISTE!

Nota ao leitor

As citações presentes nesta dissertação foram traduzidas livremente pelo autor, da sua língua original para português, razão pela qual se encontra em nota de rodapé o excerto de texto na sua versão original. Qualquer palavra ou expressão cuja tradução foi considerada inadequada está identificada em *itálico* de modo a evidenciar o estranhismo à língua portuguesa.

Os créditos das imagens estão identificados nas legendas de cada figura, exceto quando as imagens são da autoria do autor. A sua utilização pretendeu garantir elucidação em relação ao conteúdo teórico como forma de o acompanhar e ilustrar.

Lista de Acrónimos

UPorto – Universidade do Porto
MDGPE – Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais
UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas
CLD – Clube do Livro do Design
OG - Obras Gerais
LD - Livros Didáticos
CTP - Publicações Científicas, Técnicas e Profissionais
CBL - Câmara Brasileira do Livro
SNEL - Sindicato Nacional dos Editores de Livros
PDF - Portable Document Format
HTML - HyperText Markup Language
UX/UI – User Experience/User Interface
TCC – Trabalho de Conclusão de Curso
CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CLT - Consolidação das Leis Trabalhistas

INTRODUÇÃO

Introdução

Objeto de estudo

A partir de um estudo de caso do Clube do Livro do Design, Clube de livro virtual e editora independente, idealizado e fundado pela designer brasileira Tereza Bettinardi, busca-se, além analisar o seu processo de criação, relevância e pertinência no mercado brasileiro, aprofundar o estudo acerca das pertinências do livro impresso na era digital e a sua relação com o designer gráfico. Compreender a importância do trabalho destes profissionais, que lutam contra um mercado cada vez mais precarizado, para garantir a permanência do livro impresso na atualidade.

Objetivos da investigação

O principal objetivo desta investigação é analisar a relevância do livro impresso na era digital como objeto de resistência no cenário atual, marcado pela precarização do trabalho dos profissionais da área e a cultura da comoditização. Este ensaio explora as razões pelas quais o livro impresso continua a ser relevante, mesmo na era digital.

Outros objetivos pontuais desta investigação são:

- Compreender quais são as funções do livro impresso na era digital, reconhecendo todo o seu potencial como objeto intelectual, de experiência, manifesto e resistência;
- Analisar o mercado editorial brasileiro nos tempos atuais, as mudanças que ocorreram nos últimos anos, a crise do mercado e o surgimento das editoras independentes;
- Compreender a relação do designer com o livro impresso a partir do estudo de caso do Clube do Livro do Design, observando o quanto a precarização do trabalho destes profissionais e a cultura da comoditização interferem na produção de livros impressos atualmente.

Questão da investigação

Este trabalho traz como principal questão a discussão sobre o papel do designer gráfico em tornar o livro impresso relevante nos tempos atuais, utilizando-o como objeto de resistência à cultura da comoditização e da precarização do trabalho. Portanto a questão que pauta o presente ensaio é:

Qual a relevância do designer gráfico na concepção de livros impressos como objetos de resistência a cultura da comoditização e precarização do trabalho na era digital?

Pertinência

Sabemos que atualmente a tecnologia tem desempenhado um papel fundamental em nossas vidas, e é natural questionar a relevância do livro impresso. Com o advento dos dispositivos eletrônicos e o acesso instantâneo a informações na ponta dos dedos, muitos podem argumentar que o livro físico está se tornando obsoleto. No entanto, é essencial reconhecer que o livro impresso mantém uma importância única e duradoura em nossa sociedade. Este trabalho explora as razões pelas quais o livro impresso se mantém como objeto de resistência na era digital.

A presente investigação busca contribuir para que o mercado editorial compreenda as capacidades que o livro impresso mantém nos tempos atuais e que a discussão não deve estar pautada no fim deste suporte e sim nas novas maneiras de se relacionar com ele, pensando em novas formas produção e distribuição. Busca, ainda, reafirmar a relevância do trabalho do designer gráfico, que diante de um mercado cada vez mais precarizado, utiliza do livro como objeto de resistência e expressão de suas inquietações.

Motivação

O que motiva o autor desta investigação é sua paixão pelos livros e a relação com o objeto desde a infância. Para o autor o livro sempre foi um objeto colecionável, além de ser um artefato de construção histórica, cultural e social. Durante seus estudos na especialização em Design Gráfico no Brasil em 2016, compreendeu a importância do papel do designer gráfico na concepção deste objeto, desde a criação e composição, narrativa visual, interação física e sensorial e a sua usabilidade.

O contato com a designer Tereza Bettinardi durante a especialização, possibilitou conhecer o trabalho da profissional a fundo e estabeleceu contatos para o desenvolvimento do presente trabalho, tomando como ponto de partida o estudo de caso do Clube do Livro do Design, projeto idealizado pela designer brasileira.

A nível profissional, o presente trabalho tem como objetivo informar e gerar espaço de discussão da relação dos designers com o livro impresso, que vai além da sua relação usuário-objeto, mas sim de grandes responsáveis pela concepção, produção e distribuição deste material e que, para garantir sua sobrevivência, é fundamental compreen-

der a importância do que se produz e como o processo de atribuição de significado ocorre por parte de seus usuários.

Metodologia

Para o desenvolvimento do presente trabalho, foram utilizadas as metodologias de pesquisa Estudo de Caso e Teoria Fundamentada (Grounded Theory), empregadas de forma conjunta. Uma escolha baseada na complementaridade intrínseca dessas duas metodologias.

A Teoria Fundamentada foi adotada para desenvolver teorias a partir de uma análise aprofundada do estudo de caso do Clube do Livro do Design. A aplicação conjunta enriqueceu a análise ao possibilitar a identificação de padrões emergentes, relações e conceitos que poderiam não ter sido inicialmente considerados, contribuindo, assim, para uma compreensão mais profunda do fenômeno. Adicionalmente, a teoria formulada a partir da análise fundamentada nos dados do estudo de caso foi elucidada e ampliada por meio de exemplos concretos e detalhados, conferindo-lhe maior robustez e ancoramento na realidade observada. Em síntese, a combinação dessas metodologias de pesquisa revelou-se particularmente útil para a consecução dos objetivos da pesquisa.

O estudo de caso é uma metodologia de pesquisa que se destaca por sua abordagem detalhada e aprofundada de um fenômeno específico, neste caso o Clube do Livro do Design. Essa metodologia é particularmente útil quando se busca uma compreensão holística e contextualizada do objeto de estudo e é especialmente valiosa quando se quer explorar fenômenos complexos em contextos do mundo real, como o papel do livro impresso na era digital.

O estudo de caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biomédicas e sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados. (GIL, 2002, p.54)

Já a metodologia de pesquisa *bottom-up*, mais conhecida como *Grounded Theory* (Teoria Fundamentada). Ela é uma abordagem que se baseia em observações específicas ou dados brutos para desenvolver conclusões ou construir teo-

rias mais amplas. Ela se diferencia da abordagem *top-down*, que parte de teorias ou hipóteses gerais para orientar a coleta e análise de dados.

Grounded theory is a form of qualitative research developed by Glaser and Strauss (1967) for the purpose of constructing theory grounded in data. Though the methodology was developed by two sociologists, its use is not limited to the social sciences. It has applicability to many disciplines for the following reason. It allows for identification of general concepts, the development of theoretical explanations that reach beyond the known, and offers new insights into a variety of experiences and phenomena. (CORBIN, STRAUSS, 2015, p.33)

A estrutura da metodologia de pesquisa *Grounded Theory* envolve observação e coleta de dados, codificação e categorização dos dados, identificação de padrões e tendências, desenvolvimento de teorias ou conclusões, revisão e refinamento contínuo, além de generalização e aplicação dos resultados. Essa abordagem permite que os pesquisadores construam conhecimento a partir de dados concretos, possibilitando uma compreensão mais profunda dos fenômenos estudados além de ter novos insights e teorias a partir dos dados, fornecendo uma abordagem robusta para a pesquisa qualitativa.

Strauss em seu livro *Basics of Qualitative Research* explica que na Teoria Fundamentada, o pesquisador não inicia a pesquisa com uma lista pré-identificada de conceitos. Todos os conceitos são derivados de dados obtidos durante análise. A análise começa com a coleta dos primeiros dados. Em seguida, conceitos derivados da análise inicial orientam a coleta de dados subsequentes e a cada coleta de dados é seguida de uma nova análise. Para o autor da metodologia de pesquisa, o processo de coleta de dados é seguido pela análise continua até que o pesquisador construa uma teoria bem integrada e densa.

É importante destacar que a *Grounded Theory* não segue uma sequência rígida e linear. Em vez disso, é um processo iterativo e flexível, em que as etapas podem se sobrepor e ocorrer em paralelo.

Grounded theory is a qualitative methodology that aims at constructing a theory from data. Though there

Tradução livre: A teoria fundamentada é uma forma de pesquisa qualitativa desenvolvida por Glaser e Strauss (1967) com o propósito de construir teoria fundamentada em dados. Embora a metodologia tenha sido desenvolvida por dois sociólogos, a sua utilização não se limita às ciências sociais. Tem aplicabilidade a muitas disciplinas pelo seguinte motivo. Permite a identificação de conceitos gerais, o desenvolvimento de explicações teóricas que vão além do conhecido e oferece novos insights sobre uma variedade de experiências e fenômenos.

Tradução livre: A teoria fundamentada nos dados é uma metodologia qualitativa que visa construir uma teoria a partir de dados. Embora existam semelhanças entre descrição e teoria, a teoria difere da descrição porque as suas categorias e conceitos são integrados em torno de uma categoria central para formar uma estrutura que oferece uma explicação teórica sobre o porquê e como algo acontece.

are similarities between description and theory, theory differs from description in that its categories and concepts are integrated around a core category to form a structure that offers a theoretical explanation about the why and how something happens.(...) (CORBIN, STRAUSS, 2015, p.55)

Observação e coleta de dados: nesta etapa do projeto, foram realizadas algumas entrevistas virtuais com a professora Tereza Bettinardi, além de participação de alguns eventos promovidos pela designer, como as aulas abertas que decorreram na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa em 2022, aula aberta realizada na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto em 2023 e o lançamento oficial do livro “Emprecariado” em Lisboa em junho de 2023. Além disso foram realizadas amplas pesquisas bibliográficas a cerca das funções do livro impresso, o livro impresso na era digital, a relação do designer com o livro, precarização do trabalho, comoditização dos livros e o mercado editorial brasileiro.

Codificação e categorização: Uma vez coletados os dados, eles foram analisados e codificados de forma sistemática. Esta etapa de codificação envolveu trechos de entrevistas e falas realizadas pela designer brasileira. Estes trechos serviram como ponto de partida para discussão dos temas abordados em cada um dos capítulos deste trabalho, detalhados nos capítulos a seguir.

Identificação de padrões e tendências: Com nas entrevistas, eventos e pesquisas bibliográficas, foram identificadas conexões entre as falas da designer e as relações e associações entre os diferentes autores que estudam o tema.

Desenvolvimento de teorias: Após a identificação de padrões e tendências entre o objeto de estudo e os autores pesquisados, foram desenvolvidas teorias mais amplas.

Revisão e refinamento: Durante todo o desenvolvimento do ensaio, houve uma importante etapa de revisão e refinamento dos dados coletados, com ajustes na estrutura do trabalho e inserção de novos temas para abordagem, com base em novas observações e análises.

Generalização e aplicação: Por fim, as teorias desenvolvidas foram generalizadas e aplicadas a um contexto mais

amplo. Esta etapa envolveu a comparação de teorias existentes e análise das implicações.

Estrutura

No que diz respeito a estrutura do presente trabalho, o primeiro capítulo traz um breve contexto do livro na era digital, discutindo as principais características do livro como objeto impresso e suas funções.

O segundo capítulo aborda as discussões acerca do livro impresso na era digital, observando os avanços tecnológicos dos últimos anos e como eles tem afetado a forma como os designers e leitores se relacionam com o livro e suas novas formas de leitura. Aborda também a comoditização do livro impresso e seu possível fim.

No terceiro capítulo apresenta um breve estudo do mercado editorial no Brasil, discutindo suas características, a crise no meio, o surgimento das editoras independentes e as novas formas de financiamento coletivo.

Já o quarto capítulo tem por objetivo o estudo da relação do designer gráfico na produção de livros impressos. É analisado aqui o papel essencial do profissional na concepção de um livro e os desafios da profissão que se encontra cada vez mais precarizada.

O quinto capítulo é destinado ao estudo de caso do “Clube do Livro do Design”. Aqui é analisado o percurso profissional e pessoal da designer brasileira Tereza Bettinardi e como as suas experiências e vivências contribuíram para o surgimento do Clube e o tornaram referência no mercado brasileiro.

Por fim, são apresentadas as considerações finais desta investigação e os caminhos possíveis acerca do tema abordado.



O LIVRO IMPRESSO

Este capítulo traz um breve contexto do livro na era digital, discutindo as principais características do livro como objeto impresso e suas funções.

1. O livro impresso

1.1. O livro e suas diferentes funções

Segundo o autor Bernd Löbach, o livro, quando analisado na perspectiva de um produto industrial, pode ter três diferentes funções: prática, estética e simbólica.

A função prática do livro pode ser definida por todos os aspectos fisiológicos do uso deste objeto. Ou seja, está relacionada à materialidade do objeto e forma como o usuário interage com ele, utilizando diferentes sentidos do corpo humano. O autor afirma que “o objetivo principal do desenvolvimento de produtos é criar as funções práticas adequadas para que mediante seu uso possam satisfazer as necessidades físicas.” (2001, p.58).

Já a função estética do livro diz respeito a “um aspecto psicológico da percepção sensorial durante o seu uso” (2001, p.60). Em outras palavras, criar um livro que esteja de acordo com as perspectivas do homem e que provoque um sentimento de aceitação.

(...) a configuração de produtos industriais significa dotar os produtos das funções estéticas, atendendo à percepção multissensorial do usuário. Multissensorial porque são ativados todos os sentidos do homem de forma global, sendo raramente possível uma percepção unidimensional. (LÖBACH, 2001, p.61-62)

Por último, a função simbólica do livro é “determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais do uso” (ibid., p. 64). Isto significa, quando o usuário consegue estabelecer ligações entre o livro e suas experiências e sensações anteriores.

(...) A função simbólica dos produtos possibilita ao homem, por meio de sua capacidade espiritual, fazer associações com as experiências passadas. A função simbólica deriva dos aspectos estéticos do produto. (LÖBACH, 2001, p.64)

O autor Roger Chartier em seu livro intitulado “A Ordem dos Livros” trata de três principais valores do livro: intelectuais, estéticos e de significação. Apesar desta categorização, o autor diz que as obras não possuem um significado estável, universal e fixo “São detentoras de significados plurais

e móveis que se constroem com a união entre uma proposta e uma recepção” (1997, p.8).

Em seu aspecto intelectual, o livro procura sempre definir uma ordem de decifração e de como deve ser entendido. No entanto, essa ordem não anula completamente a liberdade do leitor. Para o autor “até mesmo limitada pelas competências e pelas convenções, essa liberdade sabe como desviar e reformular os significados que deviam diminuí-la” (1997, p.6).

Quando o livro é analisado sobre o aspecto estético, Chartier comenta que “os discursos só existem a partir do momento em que se tornam realidades físicas, estão inscritos nas páginas de um livro, são transmitidos por uma voz que lê ou conta, são ouvidos na cena de teatro.” (1997, p.7). Para o autor, compreender a ordem deste discurso, faz com que sejam decifrados aqueles que estão na base dos processos de produção dos mesmos. Por este motivo é importante ter uma dedicação na forma como o objeto é apresentado ao leitor, levando em consideração os dispositivos técnicos e visuais que ajudam na organização da leitura da escrita quando esta é transformada em um livro.

Mas é no campo da significação que o livro pode demonstrar o seu grande diferencial na construção da subjetividade.

As obras – até mesmo as maiores, e principalmente as maiores – não tem um significado estável, universal, fixo. São detentoras de significados plurais e móveis que se constroem com a união entre uma proposta e uma recepção. Os significados atribuídos às suas formas e aos seus motivos dependem das competências ou das expectativas dos diferentes públicos que deles se apoderam. (CHARTIER, 1997, p.8)

1.2. O livro como artigo colecionável

A exploração das motivações subjacentes à paixão dos colecionadores de livros tem sido objeto de considerável indagação, conduzindo a uma reflexão profunda sobre a origem desse fenômeno. No livro *This is Not the End of the Book* Umberto Eco aborda precisamente essa questão, examinando os fatores que impulsionam os indivíduos a se entregarem a essa prática peculiar. Eco destaca, ademais, a limitada compreensão da história do mercado de livros, mesmo após o marco inovador do surgimento da prensa de Gutenberg.

A trajetória histórica dos livros impressos revela um aspecto intrigante. No início da era da impressão, os primeiros exemplares impressos eram disponibilizados ao público sem a característica encadernação. Para obter uma cópia encadernada, os interessados inicialmente adquiriam as folhas de papel, as quais eram subsequentemente encadernadas sob encomenda. Somente nos séculos XVII e XVIII se vislumbrou a emergência dos primeiros livros pré-encadernados no mercado, constituindo um marco na evolução dessa prática.

Um fator adicional de relevância na análise histórica é a acessibilidade econômica aos livros. Na época abordada por Eco, os livros ostentavam um valor substancial, o que conferia a sua aquisição um privilégio restrito a indivíduos de alto status social e fortuna. A elite, compreendendo monarcas, nobres e magnatas do setor bancário, se apresentavam como aqueles que detinham os meios para adquirir tais tesouros intelectuais.

Tradução livre:
(...) a variedade de encadernações é uma das coisas mais deliciosas do colecionismo. A encadernação pode fazer uma diferença substancial entre duas cópias do mesmo livro, tanto para o amante de livros quanto para o negociante de antiguidades. (...) ”

(...) the variety of binding is one of the most delightful things about book-collecting. The binding can make a substantial difference between two copies of the same book, for the book lover as much as the antiques dealer. (...) (ECO, 2012, p.118)

Eco levanta ainda um questionamento fundamental acerca das razões que levam colecionadores a se atrair por livros específicos, bem como os fatores que moldam essa atração. As motivações delineadas demonstram diversidade, englobando o amor intrínseco pelo objeto em si. A preservação da integridade material é ressaltada como um fator determinante, alicerçado na proteção do objeto enquanto entidade tangível. Paralelamente, distintos perfis de colecionadores surgem, variando desde aqueles exclusivamente fascinados pelas encadernações artísticas até os que demonstram interesse primordial nas editoras ou títulos específicos. Essas abordagens distintas refletem a diversidade de motivações que orientam a atividade de colecionar livros e destacam a forma como os indivíduos moldam suas coleções em torno de temas, gêneros ou épocas literárias específicas. O autor comenta que “colecciona livros sobre ciências erradas, malucas e ocultas, bem como sobre linguagens imaginárias” (2012, p.131).

O livro transcende sua utilidade funcional, tornando-se um objeto de coleção que incorpora significados culturais, históricos e econômicos. A metamorfose do livro em arte, sua capacidade de estabelecer vínculos temporais e a formação de comunidades de colecionadores são indicadores sólidos de sua posição como um testemunho tangível da interseção entre cultura, história e paixões individuais.

1.3. O livro como manifesto e resistência

O venerável culto à página escrita e, subsequentemente, ao livro, é um fenômeno intrinsecamente arraigado à própria história da escrita. Eco em *This is Not the End of the Book*, diz que as origens do culto à palavra escrita remontam à antiguidade, manifestando-se no desejo dos romanos de possuir e colecionar pergaminhos, um precursor primitivo do objeto livro. Contudo, a trajetória dessa devoção não foi isenta de obstáculos.

(...) The books we have been destroyed through religious censorship and because libraries, rather like cathedrals, had a great tendency to burn down at the slightest provocation, chiefly because both were built mainly of wood. In medieval times, a cathedral or library burning down was a bit like a plane being shot down during the Pacific War. Normal. (ECO, 2012, p.22)

No contexto dessa perspectiva histórica, surge uma compreensão do profundo valor atribuído ao registro escrito. O ciclo de criação, destruição e preservação desempenhou um papel fundamental na consolidação do livro como um ícone cultural e intelectual. As reflexões de Eco realçam a necessidade humana na proteção da escrita, mesmo diante de adversidades consideráveis.

O autor do livro “O Livro e o Designer II” Andrew Haslam comenta que o papel impresso tem se destacado como um dos meios mais influentes na propagação de concepções e desempenhou um papel transformador no rumo da evolução intelectual, cultural e econômica da humanidade. A magnitude desse impacto pode ser dimensionada ao considerarmos determinadas obras como a Bíblia, o Corão, o Manifesto Comunista, o Pequeno Livro Vermelho de Mao Tsé-tung e até mesmo *Mein Kampf* (Minha Luta) de Hitler. Ainda que seja inviável quantificar a influência coletiva desses livros na trajetória de milhões de indivíduos ao longo do

Tradução livre:

(...) Os livros foram destruídos através da censura religiosa e porque as bibliotecas, tal como as catedrais, tinham grande tendência a incendiar-se à menor provocação, principalmente porque ambas eram construídas majoritariamente em madeira. Na época medieval, o incêndio de uma catedral ou biblioteca era um pouco como um avião sendo abatido durante a Guerra do Pacífico. Normal.

curso histórico, evidencia-se que essas obras estabeleceram muitos dos fundamentos religiosos e políticos do cenário predominante na era moderna.

(...) Ainda que seja impossível quantificar a influência coletiva desses livros na vida de milhões de pessoas ao longo da história, fica claro que estabeleceram muitas das bases religiosas e políticas de grande parte do mundo moderno. (...) (HASLAM, 2007, p. 12)

O autor acrescenta ainda que é possível conceber uma lista análoga contendo títulos que serviram como alicerces para os campos da Medicina, Ciência, Psicologia, Literatura, Teatro e assim por diante. De fato, essa abordagem pode ser aplicada a todas as disciplinas intelectuais. Essas obras possuem alcance global, suas concepções e autores podem ter sido tanto celebrados quanto criticados, entretanto, sem a contribuição dos profissionais frequentemente relegados ao esquecimento - os designers e impressores de livros - a influência das ideias contidas nesses escritos teria tido uma natureza efêmera.

A designer Tereza Bettinardi, durante entrevista concedida para este trabalho, comenta que o “Clube do Livro do Design” representa um espaço de seleção e publicação de obras que evocam distintas reflexões, e por trás das escolhas dos livros estudados e publicados, existe uma relação com sua trajetória profissional e pessoal. Para a designer que diz ser “movida pela raiva”, é perceptível que sua tomada de decisões é fundamentada nas experiências adquiridas em sua carreira como designer, buscando ampliar a compreensão de questões de gênero, precariedade do trabalho, dentre outros temas presentes nas obras selecionadas.

Quando questionada sobre como se deu a escolha das duas obras publicadas pelo Clube, Tereza comenta que o livro “Inimigas Naturais dos Livros” desempenhou o papel inaugural em sua jornada como designer de livros, marcando seu envolvimento direto nesse domínio criativo e profissional. Devido à sua trajetória prévia no âmbito editorial, principalmente durante sua passagem pelo estúdio de Kiko Farkas, a designer acabou por identificar nuances relacionadas às questões de gênero que emergiam de maneira significativa e demandavam atenção proeminente. Como profissional da indústria editorial, vislumbrou a oportunidade de destacar e analisar essas dinâmicas de gênero publicando esta obra no Clube.

Já a experiência pessoal de Tereza, especificamente em relação ao livro “Emprecariado,” ilustra um exemplo de interseção entre sua vida profissional e suas atividades no Clube. O livro surgiu a partir de uma vivência pessoal que atravessou sua prática profissional, evidenciando como as questões emergentes no âmbito de seu estúdio se materializam como motores na seleção do segundo livro publicado pelo Clube.



O LIVRO IMPRESSO NA ERA DIGITAL

Este capítulo aborda as discussões acerca do livro impresso na era digital, observando os avanços tecnológicos dos últimos anos e como eles tem afetado a forma como os designers e leitores se relacionam com o livro e suas novas formas de leitura. Aborda também a comoditização do livro impresso e seu possível fim.

2. O livro impresso na era digital

2.1. O livro impresso e o livro digital

Roger Chartier em seu livro “A Ordem dos Livros” comenta que a revolução da imprensa e do livro passaram por três importantes mutações ao longo dos dezoito séculos de existência. A primeira revolução foi de caráter técnico, onde a prensa de Gutenberg possibilitou a reprodução dos textos e dos livros em larga escala. Apesar de alguns autores datarem a “aparição dos livros” neste período, Chartier argumenta que “a revolução da imprensa não é de modo algum uma “aparição do livro”.

“(...) o livro impresso mantém-se muito dependente do manuscrito: imita as suas paginações, as escritas, as aparências e, principalmente considera-se que deve ser terminada pela mão: a mão do iluminador que pinta iniciais ilustradas ou ornadas com figurinhas e miniaturas; a mão do revisor, ou emendador, que acrescenta sinais de pontuação, rubricas e títulos; a mão do leitor que regista nas páginas notas e indicações na margem. (...)” (CHARTIER, 1997, p.133-134)

No século XI, muito antes da prensa de Gutenberg, outra mutação da imprensa surge no oriente, mais precisamente na China, Coreia e Japão. Nesta época já eram utilizados na China os caracteres de barro e no século XIII a Coreia passou a utilizar os caracteres metálicos para impressão. Entretanto, ao contrário do que se via no Ocidente, o uso destes caracteres móveis no Oriente era muito limitado e estava nas mãos dos imperadores, senhores feudais e templos. Tal limitação possibilitou o surgimento da xilografia em meados do século VIII na Coreia. Esta técnica utilizava da gravação em madeira de textos que eram impressos através do processo de fricção.

“(...) Reconhecida a partir de meados do século VIII na Coreia, no fim do século IX na China, a xilografia é responsável na China dos Ming e dos Quing, assim como no Japão dos Tokugawa, por uma grande circulação do escrito impresso, com empresas de edição comerciais independentes dos poderes, uma densa rede de livrarias e de gabinetes de leitura, géneros populares largamente difundidos.” (CHARTIER, 1997, p.135)

Chartier comenta que a revolução que estamos passando no presente é ainda maior do que a que presenciamos com Gutenberg, pois ela altera as técnicas de reprodução de um texto, as estruturas e formas como o suporte é comunicado aos leitores. “Com o ecrã, substituto do *codex*, a transformação é mais radical, visto que são os modos de organização, de estruturação, de consulta do suporte da escrita que estão alterados”.

O autor do livro “A Ordem dos Livros” conta que desde o século XVI, o objeto impresso impõe uma forma e estrutura que não possibilita o leitor inscrever a sua participação no objeto e que “só pode fazê-lo, ocupando, sub-repticiamente, clandestinamente, os lugares do livro abandonados pela escrita: interiores da encadernação, folhas deixadas em branco, margens do texto, etc.” (1997, p.148). Já com o surgimento do texto eletrônico, o leitor pode alterar o texto de diferentes formas, tornando-se até mesmo um co-autor a partir do momento que cria um novo texto a partir de fragmentos recortados e reunidos de outras obras, assim como o leitor de um manuscrito. O leitor da era digital pode modificar, reescrever e tonar um texto seu.

(...) Torna-se assim compreensível que uma possibilidade destas ponha em dúvida e em perigo as categorias que nos pertencem para descrever as obras, ligadas desde o século XVIII a um acto criador individual, singular e original, e para criar o direito em matéria de propriedade literária. (...) (CHARTIER, 1997, p.148)

Umas das grandes vantagens do texto eletrônico que Chartier cita, é a possibilidade de ultrapassar a contradição que por muitos séculos preocupou os homens do Ocidente: a possibilidade de ter uma biblioteca universal, com livros do mundo todo. “Sem materialidade, sem localização, o texto, na sua representação electrónica, pode alcançar qualquer leitor apetrechado para o receber”.

Por outro lado, Chartier questiona se seria possível transferir o patrimônio escrito de um suporte para o outro, neste caso do *codex* para o ecrã. Para ele, são abertas inúmeras possibilidades, mas é preciso se atentar a violência aplicada para os textos que são separados de suas formas originais e que ao longo de história contribuíram para construir os seus significados históricos.

(...) O universo dos textos electrónicos representará, obrigatoriamente, um afastamento da relação às representações mentais e às operações intelectuais especificamente ligadas às formas que o livro teve no Ocidente há dezassete ou dezoito séculos. Nenhuma ordem dos discursos é de facto separável d' "A Ordem dos Livros" que é sua contemporânea. (CHARTIER, 1997, p.153)

Na perspectiva de Chartier, temos de acompanhar e refletir sobre as mutações que estão transformando as formas de comunicação e recepção da escrita. Para o autor “uma revolução técnica não pode ser decretada, mas também não pode ser suprimida”. Ao longo da história sabemos que o *codex* substituiu o rolo, apesar do rolo permanecer durante toda a Idade Média por conta da sua facilidade de arquivo. Posteriormente a prensa de Gutenberg substituiu o manuscrito, mas as características de escrita permaneceram fortemente presentes na produção e circulação do impresso.

O que é preciso neste momento é assimilar e melhor perceber os efeitos da mutação que este gênero teve ao longo da história, levando em consideração que textos não são necessariamente livros, jornais ou periódicos, que foram pensados e elaborados para outra modalidade de produção, conversação e comunicação da escrita.

Chartier acrescenta ainda que a biblioteca do futuro deve ser um local onde todo o conhecimento e compreensão das formas da cultura escrita serão mantidos.

(...) A representação electrónica de todos os textos cuja existência não começa com a informática não deve de modo algum significar o afastamento, o esquecimento ou, pior, a destruição dos objectos que os transportaram. Mais do que nunca, talvez a tarefa essencial das grandes bibliotecas é reunir, proteger, recensear (por exemplo sob a forma de catálogos colectivos nacionais, primeiros passos para bibliografias nacionais retrospectivas) e, também, tonar acessível os objectos d' "A Ordem dos Livros", que continua a ser a nossa e que foi a dos homens e das mulheres que lêem desde os primeiros séculos da era cristã. Só preservando a inteligência da cultura do é que a felicidade extravagante prometida pelo ecrã poderá ser sem nuances. (CHARTIER, 1997, p.155)

A designer de livros Irma Boom, em entrevista concedida para a Louisiana Channel¹ diz que o designer precisa entender que a impressão é essencial para se fazer um livro. Para a designer, o livro é a representação de uma obra ou texto, e sua essência está na reprodução. Portanto um livro produzido em uma única cópia, torna-se uma obra de arte. Comenta ainda que não gosta da fabricação manual de um livro, pois o livro de artista não é um livro, acaba por ser uma obra de arte.

A designer diz que a era da internet é muito importante para a produção de livros, pois lhe permitiu articular e definir o que é fazer livros nos dias atuais.

Sou muito feliz com os iPads e tudo o que eles podem fazer. Ao mesmo tempo que muitos acham que ler livros em tablets é mais sustentável, acredito que eles não têm ideia do quanto de energia que estes dispositivos consomem. Eu trabalho antes e depois do aparecimento do computador e acredito que antes deles eu criei os meus melhores livros. Meus assistentes acreditam que olhar para a tela de um computador já é o suficiente para encontrar a solução para o designer de um livro. Antes dos computadores eu utilizava de rascunhos e protótipos para ter ideia de como aquele livro iria ficar depois de impresso. Acredito que as invenções muitas vezes podem ser sinônimo de estagnação. (BOOM, 2016)

A designer holandesa acredita no renascimento do livro na era digital. Para ela, o livro é um recipiente com informação fixa, que se tornou assunto de reflexão. Enquanto a internet é fluida, e você precisa arrumar uma forma de se encontrar lá, o livro é uma versão editada de um conteúdo complexo que dá um valor inestimável ao objeto.

2.2. A comoditização do livro impresso

O livro impresso, historicamente reverenciado como uma fonte de conhecimento e cultura, tem passado por uma transformação notável nas últimas décadas. O surgimento da produção em massa e as práticas comerciais orientadas para a eficiência levaram à comoditização do livro, onde ele é tratado como uma mercadoria homogênea e de valor relativamente baixo. Esta comoditização é influenciada por uma série de fatores interligados. O avanço tecnológico na produção de livros, incluindo a impressão em larga escala

¹ Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=1R-th2gvdhyE>

e a automatização do processo de encadernação, reduziu os custos e aumentou a acessibilidade. A expansão do mercado online também promoveu a disponibilidade global de livros digitais a preços competitivos. Esses fatores têm desempenhado um papel crucial na transição do livro de um bem cultural singular para um produto de consumo amplamente disponível.

Mas antes de entrarmos na discussão acerca da comoditização do livro impresso, é preciso compreender o significado desta palavra, do inglês *commoditization*. A comoditização refere-se ao processo pelo qual um produto ou serviço se torna cada vez mais homogêneo e intercambiável, resultando em uma perda de diferenciação significativa entre as diferentes ofertas no mercado. Isso pode levar a uma competição intensa com base no preço, uma vez que os consumidores passam a considerar os produtos como equivalentes em termos de qualidade e funcionalidade.

Em outras palavras, quando um item ou serviço passa pelo processo de comoditização, suas características distintivas são minimizadas ou negligenciadas, e ele é percebido como um bem genérico sem atributos únicos que o diferenciem dos concorrentes. Isso pode ocorrer devido a vários fatores, incluindo avanços na produção em massa, padronização de especificações, concorrência acirrada e a busca por eficiência na produção.

A comoditização do livro impresso encontra precedentes em diversos momentos da história. Essa transformação, que converte o livro em uma mercadoria comercial padronizada, pode não apenas ser vista como um fenômeno contemporâneo, mas também como um desdobramento recorrente ao longo das eras. Nesse sentido, torna-se crucial examinar os efeitos desse processo em períodos anteriores e considerar o impacto observado.

A prensa de Gutenberg aponta como um dos momentos marcantes em que observamos o processo de comoditização do livro impresso. Possibilitou a produção em massa dos livros e sua distribuição em escalas jamais imaginadas anteriormente. Além disso, Aldus Manutius, tipógrafo italiano, considerado um dos primeiros mestres do design tipográfico, foi o grande responsável no processo de democratização do livro após a invenção da prensa tipográfica. Tal processo foi viabilizado por meio de estratégias que visavam aumentar

a quantidade de exemplares disponíveis. Esse direcionamento, alinhado à produção em massa, tornou possível a distribuição generalizada de obras literárias. Ao priorizar a produção em escala, as barreiras econômicas que antes limitavam o acesso ao livro foram mitigadas, permitindo que um espectro mais amplo de indivíduos pudesse se beneficiar do conhecimento contido nas páginas impressas.

Contrariamente a suposições preliminares, a comoditização do livro impresso pode ter contribuído para o enriquecimento da cultura do livro e sua difusão. Ao abordar o livro como uma mercadoria, não se deve subestimar o potencial de alcance que a produção em massa possibilita. A comercialização ampliada e a disponibilidade generalizada podem ter facilitado o acesso ao conhecimento e à literatura para segmentos mais amplos da sociedade, estimulando, assim, a disseminação de ideias e a democratização do acesso ao saber.

Entretanto, o que observamos atualmente é que são poucos os livros impressos que são considerados compras essenciais. A maioria deles tem um caráter de sedução que está relacionado às características físicas do livro como layout, tipografia, uso de imagens, tipo de impressão, o tipo de papel e o acabamento. O escritor e designer gráfico britânico Fawcett-Tang diz que é a capa do livro é a que mais cumpre com este papel de sedução na compra de um livro impresso.

O autor acrescenta ainda que “sobre a cultura visual; muitos deles usam formatos não convencionais, técnicas e materiais incomuns e são concebidos para atrair o público que conhece design. Na maioria das vezes, esses são livros produzidos por e para designers, e todos os elementos do design (layout, tipografia, imagens) têm de ter alta qualidade, a fim de satisfazer esse público mais crítico especializado”. (FAWCETT-TANG, 2007, p.11)

Por outro lado, quando questionada se o livro impresso não seria, para o leitor, a possibilidade de experimentar a materialidade de um livro, Tereza rebate dizendo que não gosta de pensar neste fetichismo em torno do livro:

As vezes vai ser um papel qualquer, aquele que tem disponível de acordo com o budget do cliente. Acho que também rola uma romantização. Às vezes é mais pela maneira como você usa o objeto. Não são aspe-

tos táteis que ajudam a agregar valor no livro. São vários jeitos de consumir essa informação. Por isso que acho que o livro impresso não vai acabar, é mais a maneira como você consome a informação do livro. (BETTINARDI, 2023)

Tereza comenta que no Brasil é observada a adoção de um preço máximo aparentemente fixo de 69,90 BRL para livros, insinuando um paradigma de comoditização que equipara as obras literárias a produtos padronizados e homogêneos. Tal cenário aparentemente tabelado reflete uma tentativa de ajustar o valor do livro a um limite amplamente aceito pela sociedade, levantando questões sobre as implicações dessa abordagem na equação financeira do mercado editorial.

Embora a fixação do preço do livro em 69,90 BRL seja uma tentativa de democratizar o acesso à literatura, a realização desse objetivo encontra desafios intrincados. A busca por essa cifra precisa, muitas vezes, confrontar-se com as complexidades financeiras inerentes à produção literária. A necessidade de atender a esse valor pode levar a uma precarização das várias etapas da cadeia editorial, resultando em impactos adversos para autores, editores, gráficas e outros profissionais envolvidos no processo.

A designer acrescenta ainda que há um aspecto relevante que emerge dessa discussão que diz respeito ao valor percebido atribuído ao livro. Comparado a outras formas de entretenimento, como cinema ou refeições fora de casa, observa-se uma dinâmica em que o investimento financeiro em livros é frequentemente considerado mais restrito. A distinção entre o valor intrínseco do livro e o valor monetário que lhe é associado revela um desafio complexo na abordagem da comoditização do livro impresso.

Entretanto, para Tereza a Cosac Naify foi uma grande experiência quando se pensa o livro impresso como objeto de sedução e de compra não-essencial. Durante a sua passagem pela editora, disse que todos os livros que chegavam para serem publicados na editora, tinham um projeto completamente novo, um esmero de se pensar, com uma equipe de design totalmente dedicada. Por outro lado, argumentou que essa experiência editorial deu errado, pois não era financeiramente sustentável. A designer acredita que não era necessário que todo livro tivesse um projeto gráfico totalmente único e alguns processos poderiam ser otimiz-

dos. Para os livros de luxo e de alto valor agregado, talvez justificassem a existência de um projeto gráfico especial, pois estas obras traziam uma grande receita para a editora.

Tinha uma coisa de dar um aspecto único para cada um dos livros que é uma abordagem de design. É um ponto de vista que eu acho que dentro do mercado editorial não teve uma atração. Não acredito que foi isso que fez a Cosac falir, mas tem decisões de design que talvez tenham se tornado uma força de atrito em alguma medida. (BETTINARDI, 2023)

A designer e editora aponta que esta abordagem de design adotada pela editora Cosac envolvia outras questões, pois demandava uma equipe grande de profissionais para pensar em cada projeto, ganhando muitas vezes um salário baixo dentre outras questões que dizem respeito a precariedade do trabalho, tema abordado em um dos livros publicados pelo “Clube do Livro do Design” que será discutido nos capítulos a seguir.

2.3. O livro impresso vai acabar?

O autor Andrew Haslam, no livro “O livro e o designer II” define o livro como a “forma mais antiga de documentação; ele registra o conhecimento, as ideias e as crenças dos povos e sua história está intimamente ligada à história da humanidade”. Os livros possuem uma história de mais de quatro mil anos e a amplitude do conhecimento que se é preservado neles nos impossibilita imaginar um mundo onde eles não existam.

Desde a invenção da tecnologia digital e o surgimento da internet, a discussão sobre o fim do livro tem se tornado algo iminente. Durante entrevista concedida para este trabalho, Tereza é questionada sobre o fim dos livros e ela contou que esta discussão vem desde quando começou a trabalhar no mercado editorial. Comentou que quando começou a trabalhar na Editora Abril fazendo revistas, já se falava que este tipo de impresso iria acabar, e de fato acabou com o fim da editora. A designer comentou ainda que, apesar do império desta mídia ter acabado no Brasil, havia também um problema de *business* que impediu a editora sobreviver a este novo cenário. Para Tereza “o que acontece é que talvez nós estejamos vivendo uma crise de escala. Se antes você tinha um livro que seria impresso cinco mil cópias, talvez hoje você consiga fazer, quando muito, para ter uma viabi-

lidade comercial, um mil unidades. Na verdade, o *printing on demand* vai ser o caminho onde você poderá gerar um exemplar a cada requisição de impressão”.

Eu acho que podemos pensar em outros formatos, mas não acredito que o livro vá acabar. O que talvez esteja acontecendo é mudar um pouco a escala do quanto se imprime ou do quanto que se circula. Talvez estas coisas estejam mudando, mas acabar a tecnologia livro acho que não, pelo menos não nessa encarnação (risos). (BETTINARDI, 2023)

A designer brasileira acredita que existem experiências de leitura que apenas o livro impresso pode proporcionar. Para ela, por exemplo, é impensável ler um livro e não poder sublinhá-lo. Mas acredita também que os leitores têm desenvolvido novos hábitos de leitura, como é caso do *Kindle* e dos *audiobooks*. Acredita na possibilidade de termos duas versões do mesmo livro, onde é possível consultá-lo de um jeito mais rápido e prático no digital e ter uma versão impressa do mesmo exemplar como registro físico. Para Tereza “uma vez que você vai imprimir um livro, tem de encontrar uma razão que justifica a sua existência física”.

A prensa de Gutenberg, talvez o desenvolvimento tecnológico mais significativo da história do livro, ajudou a expandir o mundo literário, dando oportunidade a um número maior de pessoas poderem ler, falar e escrever sobre livros. Da mesma maneira, talvez a internet, em vez de sinalizar o fim dos livros como os conhecemos, esteja tornando-os mais acessíveis do que nunca. Em qualquer lugar, sites como o da Amazon possibilitam a aquisição de uma infinidade de títulos, que serão entregues em sua casa. Agora é fácil pesquisar um título impossível de encontrar ou participar de um leilão para adquirir um volume raro. (FAWCETT-TANG, 2007, p.11)

Umberto Eco no livro *This is Not the End of the Book* comenta que apesar dos livros serem consumidos principalmente pelas pessoas com maior escolaridade, sua distribuição e acesso tornou-se mais acessível a um público mais amplo comparado aos seus antecessores como os códices ou manuscritos. Para o autor é difícil conceber a Reforma Protestante ou a forte influência da Bíblia na humanidade sem apoio da prensa.

Tradução livre:

Tanto quanto posso perceber, ainda não foi descoberto um método mais eficiente de divulgação de informação. Mesmo o computador multi-gigabyte mais avançado ainda requer uma fonte de energia. Isso não é um problema com livros. Deixe-me reiterar – um livro é semelhante à roda. Uma vez criado, ele permanece incomparável.

Tradução livre:

(...) O livro foi exaustivamente testado e é muito difícil ver como ele poderia ser melhorado para seus propósitos atuais. Talvez evolua em termos de componentes; talvez as páginas não sejam mais de papel. Mas ainda será a mesma coisa.

Tradução livre:

(...) Encontraremos sempre formas de ensinar uma criança a ler. A ideia de que a cultura está em vias de ruína, de que as memórias estão em perigo, é claro que é tão antiga como os montes. Provavelmente mais antigo que o próprio objeto escrito.

As far as I can discern, a more efficient method of disseminating information is yet to be discovered. Even the most advanced multi-gigabyte computer still requires a power source. This isn't an issue with books. Let me reiterate – a book is akin to the wheel. Once created, it remains unparalleled. (ECO, 2012, p.122)

Eco acrescenta ainda que o livro eletrônico se tornará notavelmente conveniente em algumas áreas, mas acredita que há duas possibilidades para o livro: continuar a ser o principal meio de leitura ou a sua substituição será para algo muito semelhante ao que ele é hoje. O autor compara o livro como uma colher, pois é um objeto que uma vez inventado, dificilmente pode ser melhorado. Quando os designers tentam fazer isso, seu sucesso é sempre limitado.

(...) The book has been thoroughly tested, and it's very hard to see how it could be improved for its current purposes. Perhaps it will evolve in terms of components; perhaps the pages will no longer be made of paper. But it will still be the same thing. (ECO, 2012, p.4-5)

Carrière argumenta no mesmo livro que no mundo digital, uma vez que não temos eletricidade, tudo é perdido para sempre. Mesmo que todo o nosso legado audiovisual seja perdido com um corte de energia, continuaremos a estar aptos a ler um livro sob à luz do sol ou sob à luz de velas. Foi no século XX que tivemos a possibilidade do registro das imagens em movimentos, embora os formatos existentes permanecem inseguros e acabam por ficar obsoletos muito rapidamente.

Podemos considerar que a nossa relação com os livros começa muito cedo, ainda durante a infância com a leitura na cama, antes de dormir. Por muito tempo o livro foi utilizado como uma experiência de ligação dos pais com os seus filhos, além de ser a nossa forma de ter o contato com o mundo da fantasia. Nossa imaginação é alimentada a partir destas leituras, possibilitando novas formas de pensar e abrindo a nossa mente para novas ideias.

(...) We will always find ways of teaching a child to read. The idea of culture being on the road to ruin, of memories being endangered, is of course as old as the hills. Probable older than the written object itself. (CARRIÈRE, 2012, p.25)

Fawcett-Tang no livro “O Designer e o Livro I” comenta que ler um livro é considerado uma das experiências mais básicas da vida, que por séculos permaneceu inalterada. Acrescenta ainda que “nós os usamos para aprender, para esclarecer-nos e para inspirar-nos durante a vida. Em um mundo cada vez mais descartável, os livros representam permanência e continuidade”.

Para Umberto Eco, é incontestável que só foi possível armazenar toda a informação cultural que temos hoje por conta da invenção da imprensa. Acrescenta ainda que aspectos da memória podem estar em livros e máquinas, mas que ainda precisamos manter as nossas mentes e memórias sempre ativas e em “boa forma”.

Entretanto podemos observar que a qualidade tátil do livro impresso continua a ser ainda um prazer dos leitores que não pode ser subestimado e certamente irá assegurar a longevidade do livro. Por mais dois mil anos? Não sabemos. Mas um futuro sem os livros é algo praticamente impensável.

Roger Chartier no livro “A Ordem dos Livros” não acredita que o livro impresso vai deixar de existir. Para ele, o fim do *codex* irá significar “a perda dos gestos e das representações indissolivelmente ligados ao livro tal como nós os conhecemos”. Na visão do autor, o livro pode ser considerado uma das mais poderosas metáforas para refletir sobre os cosmos, a natureza ou o corpo humano e acrescenta ainda que se ele desaparecesse este objeto, que é a matriz deste repositório de imagens, os processos e referências que organizam a legibilidade do nosso mundo seriam totalmente abalados.

Fazer coincidir, como sonhavam os bibliógrafos do Renascimento, a particularidade do lugar onde se encontra o leitor e a universalidade do saber de que este pode apropriar-se, pressupõe inevitavelmente uma nova definição do conceito de texto, deslocada da evidência imediata que a associa, para nós, a uma forma particular do livro (o codex), substituindo, há dezassete ou dezoito séculos, outra, o volumen ou o livro em forma de rolo. (...) não se trata daquela, demasiado repetida, mais resistente do que se julga, mas da possível revolução das formas da sua disseminação e da sua apropriação. (CHARTIER, 1997, p. 159-160)

Eco questiona qual a razão de ainda escolhermos objetos que hoje podem se tornar obsoletos, mudos e indecifráveis rapidamente. Para o autor está provado que os livros são objetos superiores a qualquer outro que a indústria cultural tenha criado e inserido no mercado nos últimos tempos. Acrescenta ainda que prefere “escolher algo facilmente transportável e que se tenha mostrado à altura dos estragos do tempo”, como é o caso do livro.



O LIVRO IMPRESSO NO BRASIL

Este capítulo apresenta um breve estudo do mercado editorial no Brasil, discutindo suas características, a crise no meio, o surgimento das editoras independentes e as novas formas de financiamento coletivo.

3. O livro impresso no Brasil

3.1. Breve histórico do livro impresso no Brasil

O livro impresso tem uma longa história no Brasil, que remonta ao período colonial. A chegada da imprensa ao país ocorreu no século XVI, com a instalação da primeira tipografia em Salvador, Bahia, por volta de 1556. A partir desse marco, começaram a ser produzidos os primeiros livros em terras brasileiras.

No entanto, durante muitos anos, a produção de livros no Brasil era limitada e dependente do exterior. A falta de recursos e infraestrutura adequada dificultava a expansão da indústria editorial. Além disso, a Coroa Portuguesa exercia um controle rígido sobre a impressão de livros, o que resultava na censura de muitas obras consideradas subversivas ou contrárias aos interesses da metrópole.

Foi somente no início do século XIX, com a vinda da família real portuguesa para o Brasil, que a indústria do livro começou a se desenvolver de forma mais significativa. A abertura dos portos e a fundação da Imprensa Régia em 1808 foram marcos importantes nesse processo. A Imprensa Régia tinha a missão de imprimir livros didáticos, jurídicos e oficiais, contribuindo para a disseminação do conhecimento no país.

Ao longo do século XIX, várias tipografias foram estabelecidas em diferentes regiões do Brasil, impulsionando a produção de livros. A literatura brasileira também começou a ganhar destaque, com autores como Machado de Assis, José de Alencar e Joaquim Nabuco, que tiveram suas obras publicadas e distribuídas no país.

No entanto, foi apenas no século XX que a indústria do livro no Brasil atingiu seu pleno desenvolvimento. A criação de editoras importantes, como a Companhia Editora Nacional, a Editora José Olympio e a Editora Civilização Brasileira, contribuiu para a diversificação e ampliação do mercado editorial brasileiro.

A partir da década de 1950, com o aumento da alfabetização e a popularização do livro, houve um crescimento significativo na produção e no consumo de obras impressas no Brasil. A indústria editorial se consolidou, surgiram livrarias renomadas, como a Livraria Cultura, e a realização de feiras e bienais do livro se tornou uma tradição no país.

3.2. Contexto do mercado editorial no Brasil

Hoje, o Brasil possui uma indústria editorial diversificada, com editoras de renome nacional e internacional, e uma vasta produção literária que abrange diversos gêneros e temáticas. Em consulta realizada no portal do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL)², a instituição afirma que hoje agrega em torno de 820 editoras associadas. Estes números refletem a grandiosidade e multiplicidade de segmentos abrangidos que hoje estão categorizados da seguinte forma: Obras Gerais (OG); Livros Didáticos (LD); Publicações Científicas, Técnicas e Profissionais (CTP); e Literatura Religiosa (R).

Em julho de 2022, foi divulgada a “Pesquisa sobre Conteúdo Digital no Setor Editorial Brasileiro”, desenvolvida pela Câmara Brasileira do Livro (CBL)³, pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e pela Nielsen Book⁴. A pesquisa é um retrato do mercado editorial brasileiro e considerada a mais longa do país e da América Latina. Segundo seus criadores, o documento “É uma fotografia anual que, somada aos anos anteriores, nos permite analisar a evolução e as mudanças do mercado e da indústria”.

Desde o ano de 2016, quando o Censo do Livro Digital foi apresentado, não foram disponibilizados dados atualizados sobre a produção e comercialização de produtos digitais no Brasil. No presente estudo, o setor apresenta crescimento nominal de 3% nas vendas realizadas ao mercado, o que significa um recuo de 2,6%, considerada a variação do IPCA de 5,79% no período. Já os Didáticos e Obras Gerais apresentam crescimento nominal de 5,8% enquanto os Religiosos crescimento nominal de 6%. Em termos reais os 3 Subsetores apresentam crescimento próximo de zero e praticamente empatam com a inflação. A pesquisa aponta que o CTP é o único subsetor que registra decréscimo nominal nas vendas ao mercado, apresentando um recuo de 10%. Em termos reais essa redução é de 15%.

Com o avanço da tecnologia, o mercado editorial brasileiro também se adaptou às novas mídias digitais. O surgimento dos e-books e a popularização dos dispositivos de leitura eletrônica trouxeram novas possibilidades para a indústria do livro, embora o formato impresso ainda mantenha sua relevância e continue sendo amplamente utilizado.

O estudo apresentado pela CBL, SNEL e Nielsen Book em 2022 aponta que as Livrarias Exclusivamente Virtuais são

² Fonte: <https://snel.org.br/>

³ Fonte: <https://cbl.org.br/>

⁴ Fonte: <https://www.nielsen.com/pt/about-us/locations/brazil/>

o canal com maior participação no faturamento das editoras, 35,2%. Feira do Livro/Bienal aparece pela 1ª vez entre os 5 principais canais de Obras Gerais.

Ao se discutir o futuro do mercado editorial no Brasil, o pesquisador Gustavo Mello explica que a seleção de um produto pelo consumidor e a aceitação do preço proposto são processos intrinsecamente complexos, permeados por fatores tanto objetivos quanto subjetivos. O discernimento das razões subjacentes a essas decisões oferece às empresas uma vantagem crucial, um diferencial significativo para sua posição no mercado.

(...) conhecer de antemão as preferências dos clientes e seu comportamento na hora da compra e poder identificar a evolução dos padrões de consumo de seus produtos e serviços constituem vantagens competitivas para as empresas. É exatamente para o elemento da cadeia que respalda a agregação de valor, o consumidor, que as atenções das editoras têm se voltado. (MELLO, 2012, p. 454)

Mello argumenta que a respeito das dificuldades e da lacuna ainda presentes no entendimento das preferências do consumidor de obras literárias, existe um consenso quanto às editoras estabelecidas no país acumularem certa experiência no mercado, o que lhes confere maior aptidão para interpretar os cenários locais, estabelecer novas parcerias e, por conseguinte, desfrutar de condições mais favoráveis para a competição. O pesquisador acrescenta ainda que a competitividade de uma editora reside na sua capacidade de conceber e disponibilizar ao consumidor o conteúdo que este busca, sob condições que o mesmo perceba como satisfatórias, comparativamente às alternativas à sua disposição.

(...) A tecnologia digital, destacadamente a internet, ampliou muito o leque de alternativas do consumidor para ter acesso a conteúdo e alterou profundamente o contexto dos negócios, também no setor editorial. Na medida em que o consumidor passou a dispor da rede mundial entre suas opções de acesso a conteúdo editorial, as empresas tiveram de se mover nessa direção para atendê-lo. (MELLO, 2012, p. 455)

3.3. Editoras independentes e financiamento coletivo

No cenário do mercado editorial brasileiro, as editoras independentes têm se tornado cada vez mais frequentes, emer-

gindo como uma faceta notável e dinâmica, operando muitas vezes à margem das grandes editoriais presentes no país. Essas entidades desempenham um papel crucial ao promover a diversidade literária, fomentar o surgimento de novos talentos e disseminar perspectivas alternativas. Fawcett-Tang defende o surgimento deste tipo de produção independente:

Certamente são os editores independentes quem estão preparados para assumir os riscos ao enfatizar o conteúdo, ao invés de se dedicarem somente ao design e estes serão os que irão florescer no futuro, porque estão mais inclinados a produzir títulos com apelos mais duradouros. (FAWCETT-TANG, 2007, p.10)

No entanto, o contexto das editoras independentes é permeado por muitos desafios. A limitação de recursos financeiros e logísticos muitas vezes restringe sua capacidade de competir em termos de distribuição e alcance. Além disso, a busca por visibilidade frequentemente se configura como um embate, dado o predomínio das grandes editoras no mercado e a influência das plataformas de comércio eletrônico como a grande Amazon.

Para contornar esses obstáculos, muitas editoras independentes têm adotado estratégias inovadoras. Foi o caso do Clube do Livro do Design, que utilizou da colaboração e a formação de redes como abordagens para compartilhamento de experiências além de coleta de recursos a partir de financiamentos coletivos, também conhecidos como *crowdfunding*, processo que consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa.

Durante entrevista concedida para este trabalho a designer Tereza Bettinardi, comenta sobre a decisão escolher esta modalidade de financiamento coletivo para a publicação de livros do Clube:

(...) eu acredito que só está acontecendo porque a gente criou uma comunidade a partir daquelas conversas e debates, para eu ter o mínimo de confiança de que vou conseguir pelo menos 600 pessoas para financiar um livro. (BETTINARDI, 2023)

Em síntese, as editoras independentes desempenham um papel fundamental na promoção da diversidade literária e na disseminação de vozes alternativas no cenário editorial brasileiro. Apesar dos desafios enfrentados, sua capacidade de adaptação e a adoção de estratégias inovadoras têm demonstrado sua resiliência e contribuição significativa para o enriquecimento da esfera literária do país.



O DESIGNER QUE FAZ LIVROS

Este capítulo tem por objetivo o estudo da relação do designer gráfico na produção de livros impressos. É analisado aqui o papel essencial do profissional na concepção de um livro e os desafios da profissão que se encontra cada vez mais precarizada.

4. O designer que faz livros

4.1. O papel do designer

O livro impresso é um produto resultante de um processo colaborativo. A tarefa do designer pode variar de um livro a outro, mas sempre envolverá o trabalho em equipe. O conhecimento básico das funções dentro da indústria editorial listados abaixo, fornecerá ao designer seu contexto de trabalho:

Criação e composição: o livro impresso oferece ao designer gráfico um ambiente propício para a expressão criativa. A organização das páginas, o arranjo meticuloso dos elementos visuais, a seleção criteriosa da tipografia e a escolha das cores se manifestam como pilares essenciais no desenvolvimento de um livro. O desafio que se coloca perante o designer gráfico é forjar uma experiência que seduza o olhar e seja harmoniosa ao longo da obra, garantindo que o design amplifique e engrandeça o conteúdo.

Narrativa visual: o livro impresso se apresenta como uma narrativa visual em sua própria essência. Ao designer gráfico compete a responsabilidade de contar histórias por meio das páginas, do aproveitamento sensato de imagens, gráficos e ilustrações. O equilíbrio entre o texto e as imagens, a hierarquia visual e a construção de ritmo e fluxo emergem como elementos cruciais para a eficaz transmissão da mensagem e a configuração de uma experiência imersiva ao leitor.

Interação física e sensorial: distinto de meios digitais, o livro impresso confere uma interação física e sensorial singular. O designer gráfico deve atentar à escolha de materiais, texturas, acabamentos e, inclusive, ao formato do livro. Tais aspectos repercutem diretamente na maneira pela qual o leitor se conecta com a obra, conferindo-lhe uma experiência tátil e imersiva. Cabendo ao designer gráfico a tarefa de empregar esses recursos a fim de evocar emoções, incitar a curiosidade e transmitir a essência do conteúdo.

Legibilidade e usabilidade: a legibilidade se consubstancia como um componente crítico na concepção de livros impressos. O designer gráfico deve zelar pela seleção judiciosa e ajuste preciso da tipografia, assegurando que o texto seja de fácil leitura e compreensão. Além disso, é de responsabilidade do designer considerar a usabilidade do

livro, envolvendo o tamanho e orientação das páginas, a navegabilidade e a organização dos elementos visuais, viabilizando uma experiência de leitura fluida e intuitiva ao leitor.

A interação entre o designer gráfico e o livro impresso constitui-se em um fascinante exercício de criatividade, narrativa visual e habilidades técnicas. O papel do designer gráfico na criação de um livro inicia-se desde a sua criação e composição até a seleção de materiais e a garantia da legibilidade. Tal intercâmbio resulta em obras que não apenas transmitem informações, mas instauram uma experiência sensorio-emocional ao leitor. O livro impresso perpetua sua relevância como um meio valioso, com o designer gráfico ocupando um posto vital na preservação e duradouro impacto deste meio na era digital.

4.2. O designer precarizado

Durante a aula aberta realizada na FBAUP em maio de 2023, Tereza Bettinardi contou que a decisão de publicar o livro “Emprecariado” do designer italiano Silvio Lorusso pelo Clube não foi ao acaso. Curiosamente, Tereza comentou que teve conhecimento do livro do Silvio durante a pandemia e ficou muito entusiasmada com a temática. Fez então uma rápida busca da versão digital da obra na internet e não a encontrou. Naquele período a importação de livros levava mais tempo que o habitual devido as limitações impostas pela pandemia, e os custos para envio eram elevados. Foi então que a designer brasileira entrou em contato com Lorusso para saber onde poderia adquirir a versão digital do livro. Silvio acabou por disponibilizar uma cópia em formato PDF, mas Tereza queria partilhar a obra com o máximo de pessoas possíveis. Decidiu então conversar com o Silvio sobre a possibilidade de traduzirem e publicarem a obra no Brasil através do Clube.

Silvio Lorusso, durante o lançamento do “Emprecariado” em Lisboa, em junho de 2023, comenta que a decisão de publicar o livro surgiu após sua experiência pessoal, quando teve uma matéria divulgada em um dos principais jornais nacionais da Itália. O propósito da matéria era criar um retrato coletivo dos jovens cosmopolitas. O designer não hesitou em falar das dificuldades que estava enfrentando para encontrar trabalho em seu próprio país. Após a publicação da matéria, Silvio percebeu que cada entrevista estava identificada com um ícone que refletia o grau de satisfação dos entrevistados e, para a sua surpresa, o seu ícone era

de um rosto triste com o seguinte título “O que aconteceu com nossos sonhos?”. Foi quando o designer se deu conta que estava sendo exposto como um trabalhador precário.

Tradução livre:

(...) Para minha surpresa, eu, que me considerava de alguma forma no controle do meu próprio destino, fui reduzido a uma vítima, um mero fato estatístico, um clichê geracional: fui declarado um trabalhador precário. Então, em vez de fazer o que normalmente faria (alimentar meu ego postando o artigo em todos os lugares que pude nas redes sociais), não fiz nada. E no entanto, como percebi mais tarde, aquele retrato não estava tão longe da realidade (...)

(...) To my astonishment, I, who considered myself somehow in control of my own destiny, had been reduced to a victim, a mere statistical fact, a generational cliché: I had been outed as a precarious worker. So, instead of doing what I would normally do (feeding my ego by posting the article everywhere I could on social media), I did nothing. And yet, as I realised later, that portrait was not so far from reality (...) (LORUSSO, 2019, p.15)

Mas antes de darmos início às discussões acerca da temática do livro, é preciso entender de onde surgiu o termo “emprecariado”, criado por Silvio e título de sua obra. No prefácio da versão brasileira, traduzida e publicada pelo CLD, o sociólogo Tulio Custódio explica a origem deste termo utilizado pelo designer italiano:

(...) O neologismo “emprecariado” (empreendedor + precariado) se refere à realidade de trabalhadores autônomos na indústria criativa que são levados a desenvolver uma mentalidade empreendedora (ou um “mindset”, conforme o termo popularizado no mercado) para lidar com a precariedade crescente nas suas relações de trabalho. (...) (CUSTÓDIO, Empreariado, p. 15 2023)

Custódio comenta que a palavra “emprecariado”, apesar de ser estranha, tem uma significação muito certa, pois representa claramente os valores ideológicos do que ele chama de “naturalismo empreendedor”. Para ele o trabalhador passa a ser um sujeito oculto a favor de um falso protagonismo mistificado de empreendedor. Acrescenta ainda que este discurso é muito recorrente na indústria criativa, pois mexe a forma como se concebe e organiza o trabalho, além das nossas aspirações e expectativas.

Lorusso diz que o livro investiga o que Mark Fisher definiu como “realismo capitalista” onde o naturalismo empreendedor está presente como sendo uma qualidade humana inata. Ao mesmo tempo, observa-se que a precariedade se tornou uma regra para uma grande parcela da população enquanto os profissionais da área de tecnologia tornaram-se grandes celebridades, exemplos de empreendedores de

sucesso, como se pertencessem à indústria cinematográfica e musical.

(...) O futuro é uma Medusa: para não virarmos pedra, devemos botar o nosso na reta e fazer incansavelmente novos investimentos pessoais. Não podemos olhar o futuro nos olhos e, mesmo assim, não podemos ignorá-lo; logo, devemos apenas deduzi-lo de nosso presente em curto prazo. Devemos inovar a nós mesmos. Quando a ociosidade é negada, assumir riscos torna-se inevitável. (LORUSSO, Silvio, 2023, p. 28)

Silvio comenta ainda que “a tendência é focar com otimismo nos sucessos e ignorar os fracassos”, que acabam por ser mais frequentes e mais significativos. Além disso, comenta que quando o empreendedorismo se torna empreendedorialismo, este pode acabar por adquirir qualidades psicológicas ou até mesmo patológicas.

Tulio Custódio comenta que é preciso reconhecer e respeitar o desejo em torno de liberdade e autonomia que tais profissionais tanto buscam. Mas diante de um sistema que tende a crescer de forma tão destrutiva, usar desta autodeterminação é algo que não poderá ser atingido dentro do cenário vigente. O sociólogo acredita que é fundamental compreendermos o quanto este horizonte de esperança acabou por se tornar uma promessa vazia e mistificação.

(...) É tempo para construirmos, de fato, um horizonte autodeterminado, de trazermos os sujeitos explicitamente para a frase. Sem ocultações, sem sofrimento, para dar sentido à expressão trabalhar para viver. (CUSTODIO, 2023, p.22)

Para o designer italiano, esta mentalidade empreendedora tem um viés de sobrevivência e “a tendência é focar com otimismo nos sucessos e ignorar os fracassos, embora estes sejam mais frequentes e, portanto, estatisticamente mais significativos”. (LORUSSO, 2023, p. 36)

Segundo Schumpeter (Joseph), o que caracteriza o empreendedor é sua mentalidade, a coragem de encarar o risco sem medo e consequentemente se talento de “ascender acima da multidão”, exercendo influência política, social e cultural. (...) (LORUSSO, 2023, p. 39-40)

A indústria criativa

É fundamental estabelecer a diferença entre a indústria criativa e a indústria cultural. Enquanto a primeira abrange uma gama de setores que englobam atividades criativas, como artes visuais, design, pesquisa de mercado e tecnologia, a segunda possui um escopo mais amplo e pode gerar confusões conceituais. A indústria criativa, no entanto, está vinculada a um mercado específico centrado na publicidade e no *marketing*.

A produção de conteúdo desempenha um papel crucial na indústria criativa, servindo como uma ponte entre a produção e o consumo. Muitos projetos e iniciativas conduzidos por profissionais criativos têm como objetivo central a criação de conteúdo que faça a mediação entre produtores e consumidores. Isso ressalta que, embora a indústria criativa seja limitada em escopo, ela desempenha um papel intrínseco no progresso do capitalismo contemporâneo.

Um aspecto recorrente entre os *freelancers* que atuam na indústria criativa é a busca por uma vida laboral caracterizada por autodeterminação, liberdade e autonomia. Esses profissionais almejam um ambiente onde possam exercer controle sobre seu trabalho e estilo de vida, refletindo uma aspiração comum dentro deste cenário.

(...) E são esses elementos que mobilizam a atração pelo discurso empreendedorista, ainda que esteja se tornando um pesadelo de olhos abertos, com instabilidade, fragilidade e sensação de insegurança. (...)
(CUSTÓDIO, 2023, p. 17)

Custódio acrescenta ainda que estamos seguindo um ritmo globalizado da precarização, que surge desta busca de processos de flexibilização, acabando muitas vezes por aumentar a intensidade do trabalho, acelerar demandas, e instaurar um regime de padronização do processo criativo. Todas essas questões nos levam a concluir que “o modelo de informalização é a realidade de uma ampla parcela dos trabalhadores. (ibid., p. 18)

Precariedade, empreendedorismo e precariado

Segundo Lorusso, a vida do trabalhador precarizado é caracterizada por um estado de paralisia, exacerbado pela necessidade constante de demonstrar disposição e disponibilidade. A formação e a educação, muitas vezes, não ga-

rantem a realização profissional e o bem-estar esperados, o que desafia a utilidade desses processos formativos. A retórica da empregabilidade nas instituições de ensino responde a essa lacuna, prometendo competências alinhadas com as demandas do mercado.

O empreendedorismo emerge como uma das poucas saídas da precariedade, oferecendo uma rota aparente para autonomia e satisfação. Para aqueles que enfrentam dificuldades na busca por emprego tradicional, a opção de se tornar empreendedor ou gerenciar a própria identidade profissional surge como uma alternativa. No entanto, essa resposta gera um ciclo, onde a precariedade demanda empreendedorismo, perpetuando um padrão complexo.

(...) Se empreendedorismo e precariedade se misturam e moldam uma experiência homogênea em que já não se sabe onde termina um e começa a outra, o empregado quer discriminar, ou seja, retirar o véu empreendedor que cobre a questão de precariedade; ao mesmo tempo que decifra a instrumentalização do empreendedorismo para lidar com os processos de precarização. Por essa razão, em vez de uma classe ou categoria estática, o empregado indica tanto um campo de força quanto um método para torná-lo legível. (LORUSSO, 2023, p. 86-87)

A análise do designer italiano avança para explorar as perspectivas emocionais associadas ao empreendedorismo e à precariedade. Silvio cita em seu livro que Richard Sennett, sociólogo e historiador norte-americano, destaca que o sucesso empreendedor é alcançado por aqueles que se adaptam bem à fragmentação e à instabilidade. Enquanto o empreendedorismo lida com mudanças de maneira proativa, a precariedade tende a se manifestar como mal-estar e desorientação. O empreendedorismo, no entanto, deslegitima as reivindicações do precarizado, minimizando a inconveniência dessa condição e promovendo a atitude proativa como solução.

(...) O empreendedorismo não só nega e diminui o desconforto da precariedade como também não admite suas razões: não há nada a temer, o risco é bom para você. No entanto, essa atitude em relação à mudança não é em si imutável. (...) (LORUSSO, 2023, p. 88)

Tereza Bettinardi durante entrevista comenta que uma preocupação essencial no desenvolvimento do Clube do Livro do Design foi garantir que as pessoas envolvidas fossem remuneradas de maneira justa. A sensibilidade ao fato de que a indústria muitas vezes impõe condições precárias de trabalho motivou esta abordagem diferenciada.

As pessoas com que eu trabalho, sempre falam o seu preço e a gente tenta se encaixar a este budget. Tanto que a tabela para o crowdfunding do nosso primeiro livro, fiz tomando como referência os valores que estas pessoas me passaram e que se sentiam confortáveis em cobrar. (BETTINARDI, 2023)

A prática de consulta aos profissionais envolvidos para estipular valores remunerativos demonstra uma abordagem colaborativa que alinha as expectativas financeiras com as realidades do mercado. A busca por um acordo mútuo em termos de remuneração reforça a transparência e a justiça na operação. Além disso, essa interação auxilia na construção de um ambiente de respeito mútuo, crucial para a manutenção da integridade ética e profissional. Quando questionada se a precarização do trabalho dos profissionais independentes tem interferido na produção de livros impresso, Tereza argumenta:

Não acho que esta precarização que existe na profissão seja um impeditivo para a publicação de novos livros. Tem mais a ver com o entendimento que o público tem se um livro vale a pena. Acho que depende também do que nós estamos estimulando como sociedade. (...) (BETTINARDI, 2023)

A reflexão sobre como os indivíduos valorizam diferentes experiências culturais apresenta implicações para o mercado editorial. A coexistência de diferentes percepções de valor ressalta a complexidade do mercado como um espaço onde a ética, os valores culturais e as considerações financeiras se entrelaçam.

Sobre a cultura da positividade

O advento de softwares de editoração eletrônica marcou um ponto de inflexão no design gráfico, resultando na ampla disponibilidade de ferramentas de criação que anteriormente eram acessíveis apenas a especialistas. Isso resultou em uma diluição da profissão de designer gráfico, com

a proliferação de habilidades superficiais. A popularidade da mensagem “Work Hard & Be Nice to People” de Anthony Burril ressoou entre os designers gráficos, capturando a sensação de autenticidade e franqueza em meio a essa mudança.

A busca pela felicidade e o pensamento positivo emergem como valores essenciais na cultura do design gráfico contemporâneo. O movimento de promover a gentileza e a positividade no trabalho encontra eco em iniciativas como o blog “It’s Nice That” e o fórum “DesignerNews.com”, refletindo um ethos que valoriza a harmonia interpessoal. Além disso, a exposição “The Happy Show” de Stefan Sagmeister e Jessica Walsh examina a busca pela felicidade através de métodos diversos.

A teoria cognitivo-comportamental e o pensamento positivo sustentam a noção de que a decodificação dos pensamentos, em vez dos fatos, é fundamental para gerenciar a mentalidade. Esse paradigma leva ao ditado “Fake it till you make it”, que tem relevância em contextos empreendedores.

(...) A negação da realidade está apenas a um passo disso. Um senso comum hiperotimista, quando misturado à filosofia cognitivo-comportamental, passa a se assemelhar a uma forma de solipsismo brando. (...) (LORUSSO, 2023, p. 169)

4.3. Alta performance e plataformas digitais

A cultura da alta performance é um fenômeno que tem ganhado destaque em diversos setores e contextos sociais, caracterizando-se pelo foco na busca constante por excelência, superação de limites e obtenção de resultados excepcionais. Esta cultura está profundamente enraizada em ambientes corporativos e de empreendedorismo, influenciando a maneira como as pessoas abordam seus objetivos e desafios. Plataformas como LinkedIn e Fiverr tem estimulado cada vez mais este comportamento. Enquanto a busca pela excelência pode impulsionar a inovação e o crescimento pessoal, também pode contribuir para uma mentalidade de perfeccionismo irrealista, pressão excessiva e *burnout*.

No ambiente profissional, a cultura da alta performance promove uma mentalidade que valoriza a eficiência, a produtividade e o alcance de metas ambiciosas. Empreendedores e trabalhadores independentes são incentivados a se superar continuamente, muitas vezes envolvendo-se em jornadas intensivas de trabalho e aprimoramento profissional. Isso pode resultar em uma maior inovação, produtividade e competitividade, mas também pode trazer desafios relacionados ao equilíbrio entre vida pessoal e profissional, além de possíveis impactos negativos na saúde mental dos indivíduos.

A seguir será analisado o impacto que estas plataformas têm influenciado nesta cultura e na precarização do trabalho independente.

LinkedIn: a rede dos profissionais bem-sucedidos

Durante o lançamento do livro “Emprecariado” realizado em Lisboa em junho de 2023, Silvio Lorusso comentou que atualmente vivemos em uma sociedade da alta performance, onde temos que fingir constantemente que somos profissionais bem-sucedidos. Tal comportamento é constantemente observado na rede social LinkedIn, voltada ao desenvolvimento de carreira, onde não há espaço para se discutir as angústias da profissão publicamente. O fato de ser despedido de um emprego, por exemplo, tem que ser encarado como um “encerramento de ciclo” e não como desfecho de um processo por vezes traumatizante e precarizado, onde muitas pessoas presenciam a perda de seus direitos após longos períodos trabalhando em condições abusivas ou mesmo desumanas.

Em seu livro “Emprecariado” comenta que a plataforma sublinha a necessidade de contínuo aprimoramento do perfil, o qual se idealiza como uma fusão entre valores pessoais e conquistas profissionais. Tal como expresso em um material promocional em vídeo, o LinkedIn se configura como um “currículo que nunca dorme”, disseminando quaisquer atualizações automaticamente entre a rede do usuário e, em última instância, concedendo o cobiçado selo de *All-Star*. Lorusso acrescenta ainda que recentemente, uma funcionalidade foi introduzida para que os usuários possam ser recomendados por sua proficiência em competências específicas por outros membros da plataforma. Estas recomendações compõem o que poderia ser informalmente denominado de “tapeçaria de recomendações”, um termo ocasionalmente encontrado em plataformas que comercializam recomendações fictícias.

(...) Da mesma forma que as curtidas do Facebook, as recomendações não servem apenas para reconhecer competências, mas no contexto do LinkedIn são um meio performativo de expressar silenciosamente a esperança de transação mútua: “Eu recomendei você, você me recomenda também?”. (LORUSSO, 2023, p. 188)

Lorusso critica ainda uma outra funcionalidade da plataforma, onde notificações são enviadas por e-mail toda vez que um colega de rede recebe uma promoção no trabalho e atualiza o seu cargo. Com um e-mail que tem como título “Parabenize X pelo seu novo cargo”, o usuário é apresentado com “uma conquista desejável pela qual deve parabenizar e, portanto, é feito o pedido para materializar o sinal de desejo do usuário”.

(...) Essas solicitações não levam em conta o status profissional do destinatário, por isso vale a pena perguntar quais são os efeitos desse tipo de spam quando alguém está com problemas para conseguir um emprego e o sucesso de outras pessoas está a um clique de distância. (LORUSSO, 2023, p. 191)

A precariedade do trabalho independente na Fiverr

Uma outra plataforma que tem gerado inúmeras discussões é a Fiverr. A empresa global, é conhecida por oferecer serviços a partir de cinco dólares e atualmente tem publicado mais de três milhões de serviços que variam de 5 até 500 dólares. A Fiverr, empresa fundada por Shai Wininger e Micha Kaufman em 2009, assim como inúmeros outros serviços, tem contribuído para a homogeneização do mercado, independentemente das diversidades culturais e econômicas das realidades envolvidas. Um designer gráfico dos Estados Unidos, por exemplo, acaba competindo por uma remuneração equivalente à um colega bengali, embora essa equivalência seja mais aparente do que real.

Segundo Lorusso, a plataforma parece dar maior prioridade à facilitação das atividades de venda por parte dos prestadores de serviços ou a permitir que os compradores se beneficiem de mão de obra não licenciada e de baixo custo, com as despesas recaindo sobre os *freelancers*. A posição da empresa sobre esse assunto permanece ambígua.

Alguns anos atrás, a empresa publicou um *post* patrocinado que questionava “Por que pagar cem dólares por um logo-

tipo?”, o que gerou indignação entre muitos designers gráficos. A seção de imprensa do site Fiverr apresenta artigos com títulos desanimadores, como “Como um homem usa a Fiverr e a criatividade no trabalho informal”, que entusiasticamente relata a possibilidade de se realizar projetos completos e peculiares por apenas cinco dólares.

O designer italiano argumenta ainda que embora a Fiverr não seja a responsável pela externalização de responsabilidades, a instantaneidade potencializada pela rede amplifica esse fenômeno, suscitando uma série de questionamentos. Se essa for a direção tomada, quais serão as implicações para a identidade profissional e as competências inerentes à profissão?

(...) os efeitos da popularização das tecnologias digitais, podemos identificar três “revoluções”. A primeira diz respeito ao advento dos computadores pessoais, que deram acesso a ferramentas. A segunda, a da internet, deu acesso aos canais de distribuição. Por fim, a terceira, a da gig economy (ainda em andamento), garante o acesso à mão de obra (barata). A Fiverr, como muitas outras plataformas de serviços on-line, incorpora essas três revoluções no que poderíamos chamar de democratização da delegação parcial. (...) (LORUSSO, 2023, p. 218)

Conforme observado por Lorusso, a Fiverr teve sua origem como um experimento social que evoluiu para um mercado de alcance global. A plataforma não deixa de se apresentar como uma ferramenta de natureza amigável que amplia os níveis de organização empresarial do trabalho. Nesse contexto, ela estrutura o domínio da ação, subsequente à qual os microempreendedores organizam-se mutuamente. Para efetivar esse processo, o trabalho é subdividido em um extenso conjunto de micro tarefas. Essa fragmentação, levada às suas últimas implicações, assume a forma de um paradoxo Sorites: qual é o número de micro tarefas ao qual um trabalho pode ser subdividido até que cesse de ser categorizado como trabalho?

4.4. Redes de apoio

Segundo Lorusso, em seu livro “Emprecariado”, a mentalidade empreendedora e sua promoção para enfrentar riscos de maneira positiva paradoxalmente compeliram todos os indivíduos a utilizar uns aos outros como trampolins, e

como essa narrativa invalida as ansiedades, sufoca toda propensão à cooperação na condição precária.

(...) O espírito empreendedor se alimenta do medo de não conseguirmos o que queremos, enquanto o espírito precarizado encarna o medo de não conseguirmos evitar o que tememos. (...) (LORUSSO, 2023, p. 254)

Para Lorusso, o primeiro passo para a resolução deste impasse da precarização seja acolher tal ansiedade, o medo e a negatividade em sua totalidade para assim navegar pelas mudanças sem incitar repressões.

(...) O espírito empreendedor confere um poder positivo ao indivíduo, um poder de agir. Em contrapartida, outra forma de exercer o poder é refreada: poder escolher não agir. Sendo um call to action, o empreendedorismo é também uma censura à inação, já que é anulamento do potencial inexplorado de capital. (LORUSSO, 2023, p. 259)

O segundo passo seria ter a compreensão de que estamos inseridos em uma comunidade. Durante o lançamento do livro “Emprecariado” em Lisboa, Silvio comentou que os profissionais de hoje não possuem este senso de comunidade e acabam por não conversar sobre as questões que são mais problemáticas no mercado que estão inseridos.

Lugares unem espaço e tempo. No emprecariado, tempo domina espaço. É um tempo fragmentado que nos impede de desenvolver um senso de pertencimento, pois tudo parece neutro, mutável e temporário. O tempo medido produz espaços dominados pelo tempo é a ansiedade. O indivíduo que parece viajar ou viver em um espaço está, na realidade, adaptando seu ritmo a uma temporalidade sutilmente proposta ou abertamente imposta. (...) (LORUSSO, 2023, p. 257)

Entretanto, a designer Tereza Bettinardi tem uma visão mais otimista e diz acreditar ainda no poder da comunidade. Comentou, durante entrevista concedida para este trabalho, que o “Clube do Livro do Design” passou a ser este “lugar seguro” onde se é possível trazer para a discussão todos estes incômodos, medos, angústias que o mercado precarizado tem colocado nos profissionais independentes. Acrescenta ainda que a viabilização do Clube como editora só

foi possível por conta do financiamento coletivo e da participação de pessoas que partilhavam deste mesmo anseio de tornar a discussão cada vez mais pública e acessível a todos, disseminando e publicando estes questionamentos em forma de livros, artigos, revistas, clubes de leitura e até mesmo *podcasts*.



O CLUBE DO LIVRO DO DESIGN

Este capítulo é destinado ao estudo de caso do “Clube do Livro do Design”. Aqui é analisado o percurso profissional e pessoal da designer brasileira Tereza Bettinardi e como as suas experiências e vivências contribuíram para o surgimento do Clube e o tornaram referência no mercado brasileiro.

5. O Clube do Livro do Design



Tereza Bettinardi, designer gráfica brasileira, fundadora do Clube do Livro do Design. Fonte: Coletivo Papel & Caneta.

5.1. A fundadora

Antes de discutir o que é e qual a importância do “Clube do Livro do Design”, é preciso compreender o projeto sob a perspectiva de sua idealizadora, a designer brasileira Tereza Bettinardi. A gaúcha, natural da cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, iniciou sua carreira em 2006 e trabalhou para grandes editoras brasileiras e latino-americanas por quase uma década, incluindo a Editora Abril, Companhia das Letras, Planeta, Harper Collins e a famosa Cosac Naify. Desde 2014 tem seu próprio estúdio no centro da cidade de São Paulo onde trabalha em diferentes áreas do design, com foco no editorial.

A designer e editora contou, em entrevista realizada pelo site *Criative Doc* em 2020, que desde muito pequena sempre gostou de inventar coisas. Gostava muito de programar, fazer desenhos e animações no computador, além de colagens e até origami. Era notável que havia uma

profissão que se conectava com todas estas habilidades de Tereza, mesmo assim, optou em fazer Jornalismo na Universidade de Santa Maria, em Rio Grande do Sul, no Brasil.

Durante o primeiro ano do curso de jornalismo, Tereza começou a perceber que não tinha o perfil ideal para ser uma repórter ou redatora. Sempre que se envolvia em um novo trabalho, seu interesse acabava por se dirigir a um lado mais visual do que textual. Foi enquanto participava de um curso de extensão, que ficou responsável pela criação de um site em HTML e passou a ter contato com este universo mais gráfico. Nesta altura decidiu se inscrever no vestibular novamente para o curso de Design Gráfico, que tinha outro nome, Desenho Industrial. Tereza percebeu então que tinha mais gosto em editar texto do que os redigir.

Apesar de não ter concluído a sua graduação em jornalismo, Tereza contou em episódio do *podcast* Diagrama em agosto de 2017, que sempre viu uma forte relação entre o design e o jornalismo. Argumenta que inclusive o seu trabalho de conclusão de curso em design e sua posterior experiência na Editora Abril, demonstram esta sua forte relação com a comunicação.

A designer e as questões políticas

Quando questionada da relação do Designer Gráfico com as questões políticas, a designer brasileira conta que, durante o curso de design, acabou se envolvendo com o movimento estudantil na organização do 14º N Design (Encontro Nacional dos Estudantes de Design), evento promovido pelos estudantes onde esteve responsável pela programação e passou a ler tudo o que encontrava relacionado ao universo do design gráfico para pautar o que seria debatido durante o evento e assim pensar nos palestrantes que seriam convidados. Conta ainda que este foi o seu gatilho para abraçar de vez o universo do Design Gráfico.

Lia os livros, pesquisava os trabalhos e designers brasileiros, tentava costurar tudo isso com as questões que nos propomos discutir durante o N Design. De certa forma, já entendi desde o meu primeiro contato formal com o mundo do design gráfico a importância de construir um discurso (muito além das figurinhas!).
(BETTINARDI, 2020)⁵

Durante episódio do *podcast* Diagrama de dezembro de 2017, a designer comenta que foi durante a organização do N Design que deixou o curso do jornalismo para se dedicar exclusivamente ao evento. Para ela, a experiência de organizar o evento foi como uma faculdade, pois foi um momento de muita entrega, investigação e encantamento com a área do design.

Tereza acrescenta ainda que aquilo que se faz como designer não é muito diferente daquilo que se faz como cidadão. Que é importante lembrar que, assim como o cidadão, não vamos resolver tudo pelo simples fato de sermos designers.

“De uns tempos pra cá, a gente percebeu que a humanidade tem se mostrado bastante ineficiente em aprimorar uma tecnologia humana inventada há mais 3 mil anos: a democracia. Então eu acho até um pouco

⁵ Fonte: <https://creative.doc.cc/entrevistas/tereza-bettinardi>

ingênuo quando designers gráficos propõem eventos ou exposições para expressar o desejo de construir um mundo melhor.” (BETTINARDI, 2020)⁶

A designer e editora brasileira comenta que sua passagem pelo jornalismo contribuiu muito para sua prática de Design, que hoje tem um foco especial o design editorial. Durante a entrevista Tereza para o site *Criative DOC* disse que é preciso de uma atitude de curiosidade sobre o assunto que se vai trabalhar no design, assim como em uma nova reportagem. Complementa ainda que o design editorial tem esta capacidade de nos transportar para contextos muito distintos, que muitas vezes não estão relacionados aos nossos próprios interesses. Daí a importância de inserir estas questões dentro da prática do design.

A vida na cidade grande

Na entrevista para a *Criative Doc* Tereza conta um pouco de como ocorreu a sua mudança de Santa Maria para a cidade de São Paulo. Na altura, a designer recebeu o convite para participar do programa de treinamento da Editora Abril, que acabou por colocá-la em contato com algumas redações importantes do mercado editorial. Durante este período que esteve na editora, teve a oportunidade de trabalhar para a revista *Superinteressante*, *Capricho*, dentre outros títulos. “Foi um período bem rico, com muito aprendizado, em que consegui entender de forma profunda a importância do respeito total ao leitor”, conta.

Quando questionada de sua experiência na Editora Abril, Tereza complementa “...se tem uma coisa que a Abril me ensinou, foi respeitar o leitor, entender a importância daquele conteúdo que pessoalmente posso não me interessar. Entender que aquilo pode ser importante para outra pessoa é um passo importante para nós que trabalhamos com conteúdo. A partir desta experiência na *Capricho*, tento me manter aberta para dialogar com públicos além da minha bolha de interesses pessoais”.

Depois de passar por diversas revistas dentro da Editora Abril, Tereza percebeu que precisava explorar outros universos dentro do design editorial, foi quando se candidatou para uma vaga no estúdio de Kiko Farkas, onde teve a oportunidade de ter contato com o universo dos livros em uma rápida passagem pelo estúdio. Mas foi na extinta Editora Cosac Naify, que Tereza aprofundou ainda mais o seu conhecimento no ofício de produção de livros.

⁶ Fonte: <https://creative.doc.cc/entrevistas/tereza-bettinardi>



Em sua participação no *podcast* do Diagrama em 2017, Tereza comentou como foi a sua experiência quando fez a entrevista com Eliane Ramos para trabalhar na Cosac. Na altura, Elaine questionou Tereza se conseguiria adaptar a sua estética, muito voltada a produção de revistas, onde a aplicação da tipografia e elementos gráficos é feita em uma escala diferente, para o universo dos livros, onde o design muitas vezes acaba por ter um papel mais discreto. A designer respondeu que os seus projetos de revistas sempre respondiam a um questionamento sobre como fazer uma revista e para os livros não seria diferente. A cada novo projeto, teria que encontrar uma resposta para os questionamentos sobre a criação de livros. Foi a partir dessa resposta inusitada que Tereza passou a fazer parte do time de designer da Cosac, onde ficou por mais de dois anos.

A designer comentou que o contato próximo com a equipe editorial, produtores gráficos, ilustradores, diretores de arte e designers gráficos facilitava muito o trabalho no dia a dia na produção dos livros. O conhecimento de toda a cadeia de produção possibilitava a otimização do trabalho, adequação do orçamento, sem que a qualidade e a relevância do projeto fossem prejudicadas.

Em 2014 Tereza deixa a Cosac Naify e começa a trabalhar como profissional independente. Durante o *podcast* a designer comentou que a experiência com revistas na Editora

Algumas das capas de livros produzidas pela design brasileira. Fonte: Futuru-ness.

Abril, atrelada a experiência com livros na Editora Cosac Naify foram fundamentais para que tivesse um portfólio rico e diversificado para se lançar como uma profissional independente e pensar na possibilidade de ter o seu próprio estúdio.

Unindo design e feminismo

Foi no estúdio do designer Kiko Farkas que Tereza, depois de três anos na Editora Abril, teve mais contato com projetos gráficos de livros e capas. Em artigo publicado no site *Futuress* em maio de 2022, a designer conta que sua experiência com Farkas lhe ensinou muito sobre o universo das capas de livros, *branding* e identidade visual, mas também se mostrou um ambiente muito desafiador, considerando que o estúdio era formado majoritariamente por profissionais do sexo masculino. “Eu não sabia o nome na época, mas, em retrospectiva, sei que houve problemas”, conta Tereza. Em 2012, quando a designer ingressou no time da editora Cosac Naify, comenta que teve a oportunidade de trabalhar com uma equipe feminina, que na altura era liderada por um dos mais importantes nomes do design brasileiro, Elaine Ramos. Apesar do salário baixo, Tereza conta que a experiência mudou a sua vida, proporcionando um amadurecimento importante.

Quando questionada sobre o seu envolvimento com o feminismo, Tereza conta que logo quando começou a trabalhar na área, sofreu diversas vezes micro agressões e casos de discriminação de gênero.

Olhei em volta e notei que meus colegas homens, que tinham a mesma idade que eu, não enfrentavam os mesmos problemas. Em algum momento, simplesmente clicou: ‘Isso está acontecendo. É porque sou mulher’. Quando tive essa iluminação, percebi que precisava me educar para me defender. (BETTINARDI, 2020)⁷

Tereza relembra que estas micro agressões muitas vezes chegavam em pequenas situações, como reuniões com outros colegas do sexo masculino, onde muitas vezes acabavam por ignorá-la, pois pensavam que ela não tinha nada de relevante para acrescentar a discussão. De repente teve o seu “estalo feminista” e sua perspectiva de tudo que experienciou até aquele momento começou a mudar. A designer conta que foi por volta de 2016 que começou a se envolver mais com trabalhos “feministas”. Na altura ficou respon-

⁷ Fonte: <https://futuress.org/stories/anger-is-my-motto/>

sável por todas as capas das traduções da autora e ativista americana Rebecca Solnitt e da socióloga feminista brasileira Heloísa Buarque de Holanda.

É uma experiência totalmente diferente trabalhar com e para mulheres em um contexto feminista. De certa forma, tem sido uma bênção fazer crescer esta rede. Sinto que estamos crescendo com eles, e que estamos juntos nisso. (BETTINARDI, 2020)

A raiva é sua motivação

Além do seu contato próximo com as questões feministas, Tereza sempre esteve engajada com a educação. Em 2014 lançou a Escola Livre, projeto desenvolvido com o seu colega, também designer gráfico, Guilherme Falcão.

Durante conversa com Nina Paim para a *Futurezza*, Tereza brinca que raiva é o seu lema. O projeto Escola Livre surge em um momento muito delicado do Brasil, onde discutiam a regulamentação da profissão de design.

Na altura, um grupo específico de designers iniciavam a prática de *lobby* com o Senado para que conseguissem a aprovação de uma lei que determinava a obrigatoriedade do diploma universitário para ser um designer reconhecido legalmente. Tereza conta que, apesar dos recentes esforços para mudar esta realidade, o diploma universitário continuava a ser um privilégio para poucos no país. A legalização proposta tornaria o cenário ainda mais elitista e conservador, onde autodidatas seriam excluídos e apenas os designers regulamentados poderiam exercer a profissão e participar de licitações, por exemplo.

A comunidade de design no Brasil já é muito competitiva e excludente, então meu amigo Guilherme [Falcão] e eu começamos a almejar um espaço onde pudessemos contrariar esses argumentos elitistas. Queríamos conduzir as conversas em outra direção. (BETTINARDI, 2020)⁸

Tereza e Guilherme queriam conduzir esta discussão para outra direção. Decidiram então entrevistar outros designers para compreender melhor as suas crenças e expectativas. Por meio de oficinas, adquiriram experiência de debate e uma comunidade começou a ser formada. Em pouco tempo a comunidade cresceu, outros designers uniram-se na dis-

⁸ Fonte: <https://futuraess.org/stories/anger-is-my-motto/>

cussão e começaram a pensar juntos em alternativas para mudar este cenário, tornando-o mais inclusivo e igualitário.

No Brasil, esse discurso de “desenhar para a cultura” encobre a manutenção de uma certa estrutura de classes. Isso é algo que eu absolutamente pensei que deveria ser abordado e acho que conseguimos conduzir algumas discussões nessa direção. (BETTINARDI, 2020)



Esquerda: Workshop “Toolkit”, A Escola Livre, 2015. Direita: Tereza Bettinardi com Guilherme Falcão, Guto Lacaz e participantes do workshop da Escola Livre em 2015. Fonte: Futuress.

A relação com o ensino

Em entrevista concedida para desenvolvimento deste trabalho, em março de 2023, Tereza conta que nunca se engajou para um mestrado ou doutorado. Disse que logo que se formou na licenciatura, queria começar a trabalhar para adquirir experiência e comenta que naquela altura não existiam grandes programas de pós-graduação em Design Gráfico no Brasil que a estimulassem a dar continuidade ao seu percurso acadêmico. Comenta ainda que durante a sua passagem pela universidade, nunca foi estimulada para seguir carreira acadêmica. Acreditava que se tivesse seguido carreira no jornalismo, talvez teria se tornado uma estudiosa de comunicação, por exemplo.

Foi próximo aos seus trinta anos que voltou a pensar se não seria o momento certo de iniciar um mestrado ou algo do gênero. Comentou que naquela época os programas de pós-graduação no Reino Unido e Holanda eram os mais cobichados, mas sentia que não tinha repertório suficiente para fazer o que eles propunham.

A designer brasileira comenta ainda sobre um episódio em que estava pesquisando sobre trabalhos de conclusão de curso na área de Design Gráfico quando se deparou com um trabalho da Holanda, onde o pesquisador utilizou de um pombo-correio para a pesquisa. Em meio a risos, Tereza contou em entrevista, que naquela época estava mais preocupada com as questões que permeavam a sua vida adulta, como pagar as contas, pagar o seu aluguel, encontrar uma forma de sobreviver, de não ser assaltada na rua, etc. Disse que no Brasil as pessoas estão condicionadas a pensar sempre no pior e que o estado de tranquilidade não existe. Foi então que percebeu que não teria ferramentas suficientes para alcançar a qualidade de trabalhos que se exigiam fora do país e acabou desistindo do mestrado.

(...) eu acredito que fui andando por um caminho de tentar afinar o meu craft, no sentido de não tocar minha carreira acadêmica e tentar ser a melhor profissional que eu posso ser. Refinar meu craft e as minhas habilidades técnicas ao máximo. Bem ou mal é claro que temos nossas inquietações que vão além do grid, das cores, etc. Na verdade, essas não são as verdadeiras inquietações. (BETTINARDI, 2023)

Apesar de não seguir a carreira acadêmica, Tereza jamais se afastou deste mundo. Durante entrevista concedida para a *Futuress*, Tereza conta que o projeto da Escola Livre abriu possibilidade de ocupar espaços que ainda não havia ocupado, como o ensino. Convites começaram a surgir para lecionar em instituições privadas. A vontade de ocupar esses espaços era muito grande, mas a designer começou a enfrentar dificuldades neste seu contato com a educação privada.

Em 2016, Tereza teve a oportunidade de lecionar na Especialização em Design Gráfico do Instituto de Artes da UNICAMP. A designer relembra que na altura foi apresentada como “a pessoa do mercado”, uma vez que não poderia compor o corpo docente do curso, pois as instituições públicas possuem concursos públicos altamente regulamentados para a contratação de professores. Tereza diz que já se imaginou lecionando em uma universidade pública, mas por não ter feito carreira docente, com o mestrado e doutorado, não seria possível realizar este desejo.

Tereza comenta que uma das situações mais frustrantes que vivenciou dentro do ensino foi quando coordenou um pro-

grama de educação continuada em uma instituição particular de São Paulo. Na altura a escola queria utilizar da sua imagem para vender os cursos. A experiência foi tão traumatizante para Tereza, que resolveu não lecionar mais, pois não se identificava com aquele sistema.

A escola [onde lecionei] cobra mensalidades caríssimas, e o curso é voltado para divulgar essa narrativa do design gráfico como uma profissão exclusiva e especial. Eu simplesmente não queria fazer parte disso. (BETTINARDI, 2020)

Atualmente Tereza dá palestras em conferências de design, universidades e empresas sobre temas como design editorial, cultura visual, processo de design e as implicações políticas do dia a dia de um designer. Já foi presidente do júri da categoria editorial do Brazilian Design Awards (2020) e atuou como jurada do 6º Latin American Design Awards (2022), 33º Prêmio Museu da Casa Brasileira (2019) e Young Guns 17, The One Club for Criatividade (2018). Sua forte presença no meio editorial, fez dela referência no mercado de design editorial.

Ao final da entrevista concedida a *Criative Doc*, Tereza é questionada sobre algum livro que mudou a sua perspectiva sobre a vida e ela então responde que “A escola com que sempre sonhei sem imaginar que pudesse existir” do Rubem Alves é uma grande obra inspiradora para si. A obra sobre a importância de desaprender, esvaziar-se de lições mundanas modernas, para então encher-se de novos ensinamentos úteis.

O estúdio Tereza Bettinardi

Em 2014, após passagem por grandes editoras brasileiras, Tereza decide fundar o seu próprio estúdio, que recebe o seu nome. Com sede em São Paulo, o estúdio tem foco no design editorial, além de desenvolver projetos nas áreas de comunicação visual, design ambiental e *branding*.

Fazem parte da equipe do estúdio, Gabriela Gennari, graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo e Lucas D’Ascensão, graduado em Design de Produto pela Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Dentre os clientes que o estúdio já trabalhou, podemos citar Ambev, Companhia das Letras, Nubank, Rede Globo, Sesc

São Paulo, Natura, Type Together, Typotheque, TAG Livros, Type Directors Club New York, entre outros.

O estúdio, em quase dez anos de funcionamento, já acumula diversos prêmios e pela Associação Brasileira de Designers Gráficos (ADG Brasil), Museu da Casa Brasileira (MCB), Feira Internacional do Livro de Buenos Aires, Prêmio Jabuti da Câmara Brasileira do Livro, Prêmios da Música Brasileira, Prêmio Latino American Design Awards, o Type Directors Club de Nova York e o Instituto Americano de Artes Gráficas.

Em dezembro de 2022, Tereza foi eleita uma das 30 vozes que lutaram para mudar a história da comunicação com a criação do “Clube do Livro do Design”. VOZES30, criada pelo coletivo Papel & Caneta, é uma lista anual que surgiu em 2017, com a “missão de mapear, unir e celebrar 30 vozes que criaram iniciativas ao longo do ano para despertar uma mudança coletiva”.⁹

Papel & Caneta¹⁰ é um coletivo sem fins lucrativos formado por líderes globais e jovens de agências criativas de todo o mundo. Seu objetivo é contribuir para uma transformação na forma como a indústria da publicidade opera, se conectando com vozes e ativistas que estão mudando a realidade do mercado, através da empatia e união, criando projetos que vão ter algum impacto social positivo no mundo.

⁹ Fonte: <https://vozes30.co/>

¹⁰ Fonte: <https://papelecaneta.org/>

Alguns dos trabalhos realizados pelo Studio Tereza Bettinardi. Fonte: Tereza Bettinardi, Behance.





Págs. 76 e 77, alguns dos trabalhos realizados pelo estúdio Tereza Bettinardi localizado em São Paulo, Brasil. Fonte: Tereza Bettinardi, Behance.





5.2. O clube de leitura virtual

O projeto conhecido como “Clube do Livro do Design” surgiu no ano de 2020, ainda durante a pandemia, por iniciativa da designer brasileira Tereza Bettinardi, com o intuito de criar um espaço de intercâmbio de ideias e diálogo por meio da leitura de livros relacionados ao design gráfico e áreas afins. Durante o primeiro ano de sua existência, o projeto funcionou como um clube virtual de leitura, atraindo a participação de mais de 400 pessoas de diversas regiões do Brasil, que se reuniam virtualmente mensalmente para discutir os livros selecionados e compartilhar suas vivências, ideias e perspectivas.

Durante aula aberta realizada na Faculdade de Belas Artes da UPorto em maio de 2023, Tereza conta que naquela altura estava muito preocupada e apreensiva com o futuro da profissão diante do novo cenário de pandemia que se instaurava em todo o mundo. Relatou que muitos amigos e colegas de trabalho diziam que talvez fosse o momento de abandonar o design editorial e aprender novas habilidades, como UX/UI design. Inconformada com a possibilidade de encerrar uma carreira de mais de 15 anos na área editorial, a designer recorreu os livros como refúgio neste período conturbado e para tirar deles inspiração para continuar trabalhando com aquilo que sempre foi a sua verdadeira paixão.

Foi quando Tereza começou a partilhar alguns livros que estava lendo em suas redes sociais e observou que grande parte dos seus seguidores pediam por mais indicações de bibliografia na área de design gráfico e que continuasse partilhando os títulos que ela tinha disponível em sua estante e que estava lendo naquele momento. Surge então a ideia do “Clube do Livro do Design”.

Eu comecei a perceber que um monte de gente começou a me escrever pedindo dicas de livros durante pandemia, pois antes mesmo da pandemia começar eu tinha este hábito de criar destaques no meu Instagram para partilhar os livros que eu estava lendo naquele momento (BETTINARDI, 2023)

Tereza conta ainda que durante o lançamento da tradução do livro *Politics of Designer*, de Rubem Prater, no Brasil, a designer Elaine Ramos, diretora de arte e proprietária da editora UBU, entrou em contato pedindo para que ela gravasse um vídeo de resenha do livro. A designer comenta

que passou uma tarde inteira para produzir o vídeo, pois não tinha muito familiaridade com criação deste tipo de conteúdo, mas que no fim do processo saiu entusiasmada em produzir mais materiais como aquele. Foi quando teve a ideia de criar um grupo de leitura para discutir algumas obras do design gráfico.

Lembro que na altura eu liguei para três amigos meus para que eles me dissessem o que achavam da ideia do grupo de leitura. Eu queria que eles me dissessem que eu não estava louca de ter esta ideia (risos)...Eles me disseram que era uma boa ideia e então resolvi ir até a minha estante para ver quais livros eu poderia selecionar para este Clube de leitura (BETTINARDI, 2023)

A designer comenta que foi durante a seleção dos livros que iriam compor o clube de leitura que se deu conta que a maioria destas obras não estavam traduzidas para o português. Decidiu então fazer uma enquete em suas redes sociais para perceber como eram os hábitos de leitura de seus seguidores e constatou que mais de 60% de seus seguidores não liam em inglês.

Acabei por desenhar uma fórmula na minha cabeça do que poderia ser os pressupostos para criação deste clube do livro, onde seria possível pagar as pessoas envolvidas na organização do Clube a partir de uma mensalidade; que tivesse um alcance nacional com pessoas de diferentes regiões do Brasil; unir pessoas em diferentes estágios da carreira; oferecer bolsas para aqueles que não tinham condições de custear a compra dos livros e a mensalidade do Clube. E tudo isso eu pensei em sete dias. (BETTINARDI, 2023)

Ao final de sete dias de desenvolvimento, o site do Clube já estava disponível com duas listas de livros que seriam estudados durante os encontros. A primeira lista reunia livros traduzidos para o português e que estavam disponíveis nas principais livrarias brasileiras. Já a segunda lista contava com obras em inglês e que estavam disponíveis em sua versão digital.

A estrutura

Nos bastidores da organização do Clube, Tereza conta que um dos maiores desafios consistia em selecionar os livros e textos a serem lidos mensalmente. Nesse processo, duas

observações se destacaram: a escassez de bibliografia sobre design gráfico em português e as restrições no acesso a livros estrangeiros.

A designer comenta que essas limitações têm diversas causas, como as barreiras linguísticas, altos custos de frete internacional e a desvantagem na conversão monetária. Além disso, a produção de livros escritos por autoras, autores e designers brasileiros enfrenta dificuldades adicionais no momento do financiamento.

Pensando em como tornar o Clube acessível para o maior número de pessoas possíveis, foram criados dois grupos de leitura distintos. O primeiro grupo com uma bibliografia apenas com livros em português. Os encontros decorriam através de plataforma virtual, com aulas na penúltima terça-feira e os encontros na última terça-feira de cada mês.

Já o segundo grupo de leitura era composto de uma bibliografia com textos, capítulos e livros curtos, fáceis e rápidos de ler. Os encontros deste grupo aconteciam através de plataforma virtual, com aulas na penúltima quinta-feira e os encontros na última quinta-feira de cada mês.

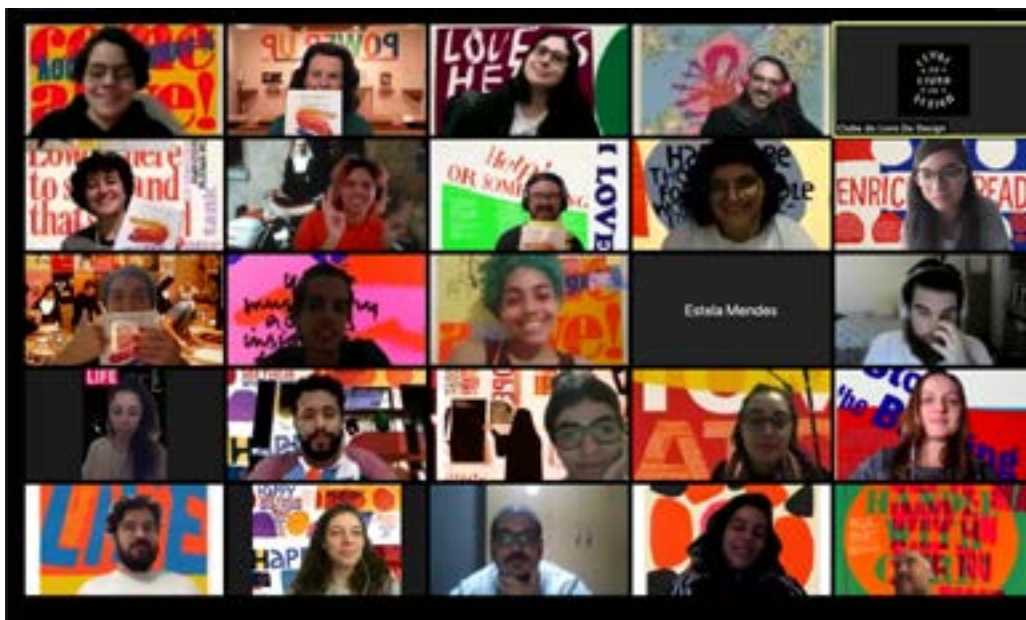
Para participar do Clube, era necessário pagar o valor de uma assinatura mensal. O valor de assinatura para cada um dos grupos era de 49,90 BRL. Para os que quisessem participar dos dois grupos de leitura em simultâneo, o valor era de 89,90 BRL mensais.

Finalizada a leitura da bibliografia do mês, as aulas com a discussão das ideias apresentadas pelo livro eram realizadas na terceira semana do mês. Estas aulas tinham por objetivo contextualizar alguns dos temas apresentados. Também eram apresentadas bibliografia e referências complementares. Na semana seguinte à aula, um encontro virtual com duração de uma hora era realizado com os participantes, com o objetivo de criar um espaço para partilha de percepções, reflexões e troca de ideias a respeito do livro. Neste momento era possível enviar questões e perguntas com antecedência para serem debatidos no dia do encontro. Com o intuito de fazer a conversa fluir na plataforma digital, sorteios eram realizados para que os interessados pudessem falar em áudio durante o encontro.

Em ocasiões especiais, designers, editores, autores e outros profissionais do meio criativo eram convidados para conversar sobre o assunto de um ou mais livros. Estes encontros aconteciam em forma de bate-papo, entrevista ou compartilhamento de processos criativos da própria Tereza ou dos convidados.

Durante entrevista concedida para este trabalho, a designer comenta que atualmente o catálogo do Clube conta apenas com livros traduzidos, porém o objetivo futuro é publicar obras produzidas localmente, cada vez mais conectadas à realidade do design e áreas afins no Brasil. Por essa razão, que Tereza acredita que é de extrema importância criar uma

*Participantes do Clube do Livro do Design durante sessão online.
Fonte: Clube do Livro do Design.*



Identidade Visual desenvolvida para o Clube do Livro do Design. Fonte: Divulgação.



comunidade de leitores, pois é assim que será possível alcançar voos mais altos.

A bibliografia

Entre os meses de maio de 2020 e abril de 2021, foram lidos 24 livros e alguns textos avulsos. A lista é composta por títulos recém-traduzidos para o português até livros canônicos do design gráfico, onde os grupos de leitura observaram que seria importante problematizar e situar uma nova perspectiva baseada na realidade brasileira e trazendo um pouco das perspectivas e experiências dos participantes do Clube.

A lista a seguir reúne alguns dos principais livros que foram lidos e discutidos durante os encontros.



POLÍTICAS DO DESIGN

Ruben Pater
[Ubu, 2020]

Neste livro, Ruben Pater examina em diversos artigos contextos culturais e estereótipos, com exemplos visuais do mundo todo, e demonstra que as ferramentas de comunicação nunca são neutras. Não é um livro sobre ativismo, mas sobre passos necessários rumo a uma prática mais responsável e a uma sociedade mais ética.



STUDIO CULTURE — The secret life of the graphic design studio

Tony Brook e Adrian Shaughnessy
[Unit Editions, 2009]

Em algum momento da vida, mesmo que breve, todo designer gráfico já pensou (ou vai pensar) em ter seu próprio estúdio. Será mesmo? Tony Brook e Adrian Shaughnessy conduziram uma série de entrevistas com designers gráficos que dirigem estúdios e revelam os segredos por trás da tal “cultura de estúdio”.



ESSE É O MEU TIPO

Simon Garfield

[Zahar, 2012]

Simon Garfield nos leva a um interessante passeio pelo mundo da tipografia, da invenção da prensa por Gutenberg aos dias de hoje. Reflete sobre a razão de alguns tipos terem se tornado grandes clássicos, como Bodoni e Garamond, enquanto outros viraram moda passageira ou acabaram rejeitados. Comenta a ditadura da Comic Sans e da Helvetica mundo afora.



MORTE AOS PAPAGAIOS

Gustavo Piqueira

[Ateliê Editorial, 2004]

Esse livro, publicado em 2004, reúne 13 crônicas escritas pelo designer brasileiro Gustavo Piqueira. A obra combina prática e reflexão sobre o campo do design gráfico. Gustavo se refere a “papagaio” como os designers que buscam opiniões prontas e vivem as repetindo: os que leem design, vão à exposições de design e, mesmo assim, fecham os olhos e seguem falando as “papagaíces” por aí.



TEORIA DO DESIGN GRÁFICO

Helen Armstrong (org.)

[Ubu, 2019]

Reunião de 24 textos teóricos de cânones da teoria e da prática do design como Aleksandr Ródtchenko, El Lissitzki, Jan Tschichold, Herbert Bayer, Paul Rand, Wolfgang Weingart, Catherine McCoy e Paula Scher. Organizada cronologicamente, a seleção começa com os escritos combativos do início do século XX, como o “Manifesto futurista” de F. T. Marinetti, e se estende até textos mais recentes, como “Projetando o design” de Kenya Hara.

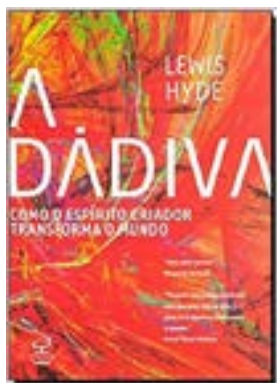


LEARNING BY HEART

Corita Kent

[Allworth Press, 2008]

Esse livro apresenta os projetos e exercícios originais de Corita Kent — uma freira católica, artista e educadora — desenvolvidos ao longo de mais de trinta anos em sala de aula. Livro que revela uma atitude: a de desafiar os medos, estar aberto a novas direções, reconhecer conexões entre objetos e ideias. Um livro para nos lembrar que a humanidade vale a pena!



A DÁDIVA

Lewis Hyde

[Civilização Brasileira, 2010]

Com referências à história, à literatura e à antropologia, o autor constrói seu argumento de que o produto do fazer artístico é uma doação, e não uma mercadoria. Uma das bases do pensamento de Hyde consiste na ideia de que a troca de dádivas difere da troca de mercadorias porque cria um vínculo emocional. Examina o papel do artista como benfeitor público e mostra caminhos que levam para um ponto de equilíbrio entre o fazer artístico e o mercado.



WHAT WE SEE WHEN WE READ

Peter Mendelsund

[Random House, 2014]

Escrito pelo designer Peter Mendelsund, esse livro é uma exploração sobre como formamos imagens a partir da leitura de obras literárias e como essas interpretações transformam a própria obra. Como designer, ele traz uma perspectiva interessante para o prazer da leitura e a mecânica da construção visual.



PENSAMENTOS SOBRE DESIGN

Paul Rand

[WMF Martins Fontes, 2019]

Reconhecido como um livro clássico do design gráfico, foi escrito em 1947, no auge da carreira de Paul Rand, designer gráfico reconhecido como um dos mais influentes do século XX. Nele, Rand expõe sua visão de que todo design deve integrar forma e função, preceito que define o modernismo.



O DETALHE NA TIPOGRAFIA

Jost Hochuli

[WMF Martins Fontes, 2013]

Esse livro é um resumo das questões que se referem à letra, à palavra, à linha e à entrelinha, portanto, aqueles elementos indispensáveis para a legibilidade de um texto impresso. Educado na ortodoxia da “tipografia suíça” modernista, Jost Hochuli apresenta suas reflexões de mais de trinta anos de experiência no campo em que ele se especializou: design de livros.



A FORMA DO LIVRO

Jan Tschichold

[Ateliê Editorial, 2007]

Após ser perseguido pelo regime nazista e partir para o exílio na Suíça, Tschichold reconsidera seus postulados da juventude e se volta ao estudo e à reflexão a respeito da tipografia tradicional e aos layouts de composição simétrica. O livro é uma coletânea de ensaios, escritos de 1937 até sua morte, e aborda, de maneira didática, os vários aspectos da composição tipográfica.



DESIGN AS ART

Bruno Munari

[Penguin, 2009]

Uma coleção de artigos ocasionais escritas por Bruno Munari para o jornal milanês Il Giorno por volta dos anos 1960. Nesse livro, ele expõe suas ideias sobre design gráfico e industrial: lâmpadas, placas de sinalização, tipografia, pôsteres, livros infantis, publicidade, carros e cadeiras são apenas alguns dos assuntos para os quais ele volta seu olhar iluminador.



COMO SER UM DESIGNER GRÁFICO SEM VENDER A SUA ALMA

Adrian Shaughnessy

[Editora Senac, 2010]

Designers são até que bastante ágeis para contar histórias a respeito das fontes de inspiração e referências, mas estão bem menos dispostos a revelar os perrengues: como buscar um estágio, quanto cobrar, as alegrias e amarguras da vida de *freelancer* e o que fazer quando um cliente rejeita três semanas de trabalho e se recusa a pagar a conta.



MODOS DE VER

John Berger

[Fósforo, 2023]

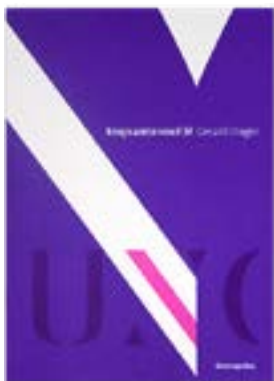
De que maneira as imagens que passam por nossos olhos nos afetam ou refletem aspectos da sociedade em que vivemos? Quem escreve é o crítico de arte, historiador e romancista John Berger (1926-2007). Em parceria com mais quatro autores, o livro é baseado no programa homônimo, veiculado pela BBC de Londres no início dos anos 1970. São sete ensaios que podem ser lidos em qualquer ordem. O projeto gráfico original é de Richard Hollis.



THE DEBATE: THE LEGENDARY CONTEST OF TWO GIANTS OF GRAPHIC DESIGN

[Monacelli Press, 2015]

Esse livro traz um marcante debate feito em 1972 entre os designers holandeses Wim Crouwel e Jan van Toorn. Durante anos, a conversa perdurou no imaginário coletivo, por meio de boatos e memórias, emergindo apenas como fragmentos em publicações escassas. O debate, realizado no Museu Fodor de Amsterdã, ficou conhecido como um choque público de subjetividade versus objetividade e ajudou a preparar o terreno para ousadas confrontações filosóficas que viriam na cultura do design.



ENQUANTO VOCÊ LÊ

Gerard Unger

[Estereográfica, 2016]

Esse livro é sobre tudo o que acontece enquanto você lê — na frente de seus olhos e dentro de sua cabeça — e sobre o que designers de texto, tipógrafos e designers gráficos trazem para uma página para fazer isso acontecer. Escrito pelo designer Gerard Unger, o livro traz uma gama de relatos sobre projetos: desde o design de fontes lidas diariamente por milhões no jornal USA Today até a aparência das placas de rodovias e metrô na Holanda.



O DESIGN QUE O DESIGN NÃO VÊ

Mário Moura

[Orfeu Negro, 2018]

“O universalismo e a neutralidade são identitários do design enquanto disciplina”, anuncia o professor e pesquisador português Mário Moura. O livro traz uma seleção de doze ensaios em que analisa a prática do design gráfico diante dos desafios contemporâneos. Moura demonstra como a disciplina e o patrimônio discursivo do design gráfico é formado por conceitos de raça, classe, gênero, autoria e periferia.



BENS CULTURAIS DO BRASIL: UM DESENHO PROJETIVO PARA A NAÇÃO

João de Souza Leite (org.)

[Bazar do Tempo, 2017]

O livro reúne uma série de entrevistas, artigos e conferências que mostram a evolução de um debate modernizador sobre a questão do patrimônio brasileiro, situando o lugar estratégico dos bens culturais para a formação de um projeto de nação.



THE EDUCATION OF A GRAPHIC DESIGNER

Steven Heller (org.)

[Allworth, 2012]

Essa coleção de ensaios e entrevistas foi concebida para ajudar professores (e alunos) a se manterem atualizados no campo do design gráfico. Traz diversas anedotas pessoais de profissionais sobre sua própria educação, seus mentores e seus alunos.

5.3. O clube que virou editora

A partir do descontentamento com a escassez de títulos atuais sobre design e áreas relacionadas em língua portuguesa, surgiu a ideia de transformar o projeto do Clube de leitura virtual em uma editora.

Hoje, a editora “Clube do Livro do Design” tem como propósito publicar livros que contribuam para o debate contemporâneo nessa área, mantendo viva a tradição de discussões da comunidade.

No final de 2021, foi realizada a primeira campanha de financiamento coletivo com o objetivo de publicar o livro “Inimigas Naturais dos Livros: uma história conturbada das mulheres na impressão e na tipografia”. O livro recebeu apoio de mais de 630 pessoas, arrecadando 100 mil reais

em um período de 45 dias. Esse sucesso impulsionou o início da jornada da editora. Tereza comentou em entrevista concedida para este trabalho que há uma extensa lista de livros que desejam ser publicados, e isso é apenas o começo.

O livro foi finalmente entregue aos apoiadores em maio de 2022 com direito a lançamento presencial na Livraria Gato sem Rabo, em São Paulo, com a participação da tradutora Stephanie Borges, a editora e designer Tereza Bettinardi com mediação de Flora de Carvalho, designer, tipógrafa e editora da revista Recorte.

No mesmo ano, em setembro, foi lançada a campanha de financiamento do segundo livro do “Clube do Livro do Design”, o “Emprecariado”, do designer italiano Silvio Lorusso, que atingiu 77% da meta em seu financiamento coletivo. Tereza comenta que foi uma campanha difícil, num ano cheio de desafios, mas entendia que era preciso avançar e seguir publicando livros.

Em novembro de 2022, o “Clube do Livro do Design” desembarcou em Portugal pela primeira vez. Na altura foi realizado o lançamento do “Inimigas Naturais dos Livros” nas livrarias Matéria Prima, no Porto, e em Lisboa em um evento na Valsa, organizado pela Livraria Greta. Em junho de 2023, Tereza volta a Portugal para o lançamento do segundo livro do Clube, “Emprecariado” que contou com a presença do designer italiano e autor do livro, Silvio Lorusso.

Atualmente os livros publicados pelo “Clube do Livro do Design” podem ser encontrados na loja online, com entrega em todo Brasil, ou em algumas livrarias independentes parceiras localizadas no Brasil e em Portugal como Livraria Eiffel (São Paulo, Brasil), Gato sem Rabo (São Paulo, Brasil), Greta Livraria (Lisboa, PT) e Matéria Prima (Porto, PT). Já a versão digital do Inimigas Naturais dos Livros pode ser encontrada também na Amazon.



Págs. 90 e 91, publicações e brindes do clube de leitura virtual que tornou-se editora. Fonte: Clube do Livro do Design





Uma História Conturbada das Mulheres na Imprensa e na Tipografia

Yvian Faria, Mariana Pedernani, Sara Kassarjian [orgs.]



Inimigas Naturais dos Livros



Inimigas Naturais dos Livros

Uma História Conturbada das Mulheres na Imprensa e na Tipografia

Inimigas Naturais dos Livros



Livro "Inimigas Naturais dos Livros", primeira publicação do CLD.
Fonte: Clube do Livro do Design

Inimigas Naturais dos Livros

Inimigas Naturais dos Livros (2022)

Inimigas naturais dos livros é uma resposta à publicação pioneira *Bookmaking on the Distaff Side* [A edição pelo lado não masculino], lançada em 1937, que reúne mais de vinte contribuições de um grupo diverso de profissionais envolvidas com edição, tipografia e produção gráfica.

A lista inclui nomes como Jane Grabhorn da Jumbo Press e Edna Beilenson, além de outras personagens mais conhecidas do universo tipográfico e literário, como Beatrice Warde e Gertrude Stein.

Essas contribuições, muitas delas experimentais, destacavam as desigualdades da profissão e propunham uma reviravolta da história do livro.

Foi organizado pelo coletivo feminista sueco MMS (Maryam Fanni, Matilda Flodmark e Sara Kaaman), que desde 2012 pesquisa e escreve sobre cultura visual, design gráfico e historiografia a partir de uma perspectiva feminista.

Inimigas naturais dos livros inclui ensaios e poemas de Kathleen Walkup, Ida Börjel, Jess Baines, Ulla Wikander e conversas com tipógrafas Inger Humlesjö, Ingegärd Waaranperä, Gail Cartmail e Megan Dobney, além de fac-símiles da publicação original. A edição brasileira traz ainda um prefácio inédito escrito pela designer e pesquisadora brasileira Nina Paim. O livro busca contribuir para ampliar perspectivas sobre a história do design gráfico sob um ponto de vista de classe e gênero.

Características e formato

11,5 x 19 cm

224 páginas

Brochura sem orelhas

Encadernação Otabind

Capa em papel Masterblanc

Participações editoriais

Tradução: Stephanie Borges

Prefácio: Nina Paim



Págs. 92 e 93,
imags do livro
“Inimigas Natuais
dos Livros”, pri-
meiro livro publi-
cado pelo CLD.
Fonte: Divulgação





Livro "Emprecariado" do designer italiano Silvio Lorusso. Fonte: Clube do Livro do Design.

Emprecariado (2023)

Já faz um tempo que a palavra empreendedorismo ganhou destaque no discurso criativo. A mitologia empreendedora está em toda parte: nas frases motivacionais em perfis fluorescentes, nas ferramentas que prometem produtividade sem distrações, nos escritórios remotos ou em mentorias empresariais. O trabalho freelancer ganha um verniz otimista: flexibilidade, independência e liberdade de escolha fora das convenções da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). Mas o que pouca gente fala abertamente sobre a vida com um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) é que ela nos coloca em um estado de atenção e ansiedade permanente: tudo é incerto, ninguém escapa.

Escrito pelo designer, artista e pesquisador italiano Silvio Lorusso, o livro *Emprecariado — Todo mundo é empreendedor*. Ninguém está a salvo. expõe as tensões do mundo do trabalho, da produtividade, da autonomia e do fracasso ao questionar o papel da criatividade nesse ambiente que mistura o entusiasmo da start-up e a ansiedade do precário. Lorusso argumenta que no “emprecariado” (junção das palavras “empreendedorismo” e “precariado”), designers e outros profissionais criativos são exigidos a “hackear a mente” o tempo todo para pensar positivamente enquanto lidam com incertezas e perseguem suas ambições. O autor argumenta que, ao buscar uma identidade profissional que se destaca das outras pessoas, corremos o risco de nunca formar um senso solidário do nosso ofício.

Contando com a análise de memes, cartazes e anúncios, o livro reflete sobre a estética da ansiedade produtiva: uma mistura da ideologia empreendedora com a precariedade nas relações de trabalho. O resultado: uma vida em beta permanente, com implicações às vezes trágicas. vista de classe e gênero.

Características e formato

11,5 x 19 cm

288 páginas

Brochura sem orelhas

Acompanha cartela de adesivo

fluorescente

Participações editoriais

Tradução: Eduardo Souza

Prefácio: Geert Lovink

Apresentação à edição brasileira: Tulio

Custódio

Posfácio: Raffaele Alberto Ventura

Texto de quarta capa: Rafael Grohmann





*Págs. 96 e 97,
imagens do livro
“Emprecariado”,
segundo livro pu-
blicado pelo CLD.
Fonte: Divulgação*



Zine Emprecariado

Em conjunto com o lançamento de *Emprecariado* de Silvio Lorusso, o “Clube do Livro do Design” publicou um zine para aproximar o tema do livro ainda mais a outras perspectivas no Brasil. O projeto contou com a participação de diversos jornalistas, pesquisadores, designers e ilustradores.



Págs. 98 e 99,
imagens da zine
“Emprecariado”,
produzida pelo
CLD em parceria
com jornalistas,
pesquisadores,
designers e ilus-
tradores. Fonte:
Clube do Livro do
Design







Primeira Edição
da Revista Re-
corte. Fonte: Re-
vista Recorte

Revista Recorte

Durante os encontros do “Clube do Livro do Design” Tereza comenta que identificaram a necessidade de dar um novo contexto os temas abordados principalmente no grupo 2 do Clube, que possuía uma bibliografia mais focada em textos e livros publicados por autores estrangeiros e em outra língua. Era preciso aproximar a discussão para o cenário brasileiro, trazendo uma nova perspectiva dos profissionais inseridos neste mercado.

Surge então a ideia de reunir todos estes ensaios e discussões dos participantes do Clube, e de quem mais se tivesse interesse, em uma revista, que recebeu o nome de “Recorte”. A revista, que teve o seu primeiro volume lançado junto com o primeiro livro publicado pelo Clube em 2021, encontra-se na sua segunda edição publicada; a ideia é ter publicações dos textos produzidos em edições anuais; e foi criada com o objetivo de ser um espaço em que designers explorem, como escritores ou como leitores, sua relação com a profissão, suas frustrações, pequenas obsessões, seus pontos de vista e propostas para o futuro. Busca contribuir para diversificar o discurso sobre design, não propondo verdades universais, mas ampliando perspectivas particulares, difundindo discussões atuais e olhando para as antigas de um outro ponto de vista.

Acreditamos que é preciso recontextualizar constantemente o que sabemos, entendendo que política, economia, literatura, música, moda, enfim, tudo, influencia e se relaciona com a prática. Por este motivo que são publicamos textos de designers e não-designers, em português e identificados com a realidade brasileira.¹¹

Atualmente o projeto conta encontra-se na sua segunda edição impressa e possui um site próprio, onde são publicadas as contribuições de designers e não-designers durante todo o ano. A ideia é publicar uma nova edição impressa da revista a cada ano, utilizando recursos provenientes das diversas assinaturas.

¹¹ Fonte: <https://revistarecorte.com.br/sobre/>

5.4. O que vem a seguir

Durante entrevista concedida para este trabalho em março de 2023, Tereza Bettinardi comenta sobre os desafios enfrentados durante estes primeiros anos do Clube do Livro do Design e quais são as perspectivas futuras. A designer comentou sobre a preocupação em encontrar o equilíbrio financeiro para o projeto. A utilização do *crowdfunding* como um meio de financiamento flexível viabilizou a produção dos dois primeiros livros do Clube. No entanto, a necessidade de investimentos adicionais e a ausência de um retorno imediato após a campanha ressaltam a complexidade inerente deste modelo.

(...) a gente precisa pensar a editora como produto e na saúde financeira dela. Pensar em como eu vou ter aportes financeiros recorrentes e não dependentes de um único livro. O que acontece é que eu tenho de fazer todo um empreendimento para materializar um livro para depois ter algum retorno, e este investimento é muito alto. Então o que eu tenho de pensar, que é o meu dever de casa, é como viabilizar outras formas de receita que não dependam necessariamente do livro. O que é também um paradoxo, porque você tem de pensar que uma editora deve vender outras coisas além do livro. (BETTINARDI, 2023)

Tereza comenta que a criação de uma comunidade engajada, derivada de debates e discussões, desempenhou um papel fundamental na promoção de um relacionamento mais interativo entre a editora e o público. A transformação da editora em um produto coletivo, onde a participação da comunidade é essencial, caracteriza um modelo que deve ser seguido.

A editora não é o resultado do desejo de uma única pessoa. Claro que sou eu quem estou respondendo legalmente por ela. Meu CNPJ é o meu nome e todas estas questões. Mas pra mim não faz sentido uma editora publicar livros de forma autônoma, uma vez que depende da comunidade para ela existir. (BETTINARDI, 2023)

A designer brasileira comenta que a meta para 2023 é seguir publicando livros de interesse da comunidade, pesquisar novos modelos de financiamento para os próximos projetos, divulgar nossos títulos e autores e integrar cada vez mais as discussões contemporâneas do design à nossa

paisagem. Recentemente foi enviado um questionário para os participantes para discutir o futuro do Clube e tornar este processo de decisão coletivo e colaborativo.

O questionário foi um jeito das pessoas sentirem-se responsáveis pelo futuro. Eu acho que é um debate para a comunidade. Por isso temos que levantar questões como: a gente comporta ter uma editora? a gente vai apoiar essa editora? Para ela existir precisamos comprar os livros. Seguidores e likes não resolvem a minha questão. Por isso eu preciso entender o que as pessoas querem. (BETTINARDI, 2023)

As negociações para a publicação do terceiro livro do Clube já começaram e Tereza afirma que em breve um novo financiamento coletivo deve ser divulgado para viabilização do projeto. Para este ano, a designer e editora comenta que estão trabalhando na criação do Lombada, *podcast* do Clube do Livro do Design.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta última seção do trabalho são apresentadas as considerações finais desta investigação e os caminhos possíveis acerca do tema abordado.

Considerações Finais

Em conclusão, o desfecho desta dissertação proporciona a convergência dos diversos tópicos examinados, culminando na identificação e enumeração das contribuições resultantes desta investigação.

A adoção da abordagem metodológica *bottom-up*, também reconhecida como Teoria Fundamentada (*Grounded Theory*), possibilitou que a entrevista realizada com a designer gráfica Tereza Bettinardi servisse como ponto de partida central para a concepção dos objetivos, a estruturação e o desenvolvimento das amplas teorias exploradas nos primeiros capítulos deste estudo. Ao diferenciar-se do método *top-down*, que parte de teorias ou hipóteses gerais para orientar a coleta e análise de dados, essa abordagem conferiu ao autor uma margem maior de liberdade para delimitar o escopo da pesquisa e adaptar a estrutura do trabalho conforme o processo investigativo evoluía.

A colaboração próxima com a designer brasileira, ao longo da elaboração deste estudo, proporcionou ao autor uma compreensão mais profunda do objeto de pesquisa, inclusive viabilizando a realização de uma aula aberta na FBAUP em maio de 2023, com a participação de Tereza, além do envolvimento no lançamento oficial de um dos livros do Clube, ocorrido em Lisboa em junho do mesmo ano. Através dessa interação e colaboração, a pesquisa foi enriquecida, permitindo uma análise aprofundada dos temas explorados no presente trabalho.

Através do estudo de caso do Clube do Livro do Design, esta investigação aprofundou-se em questões ligadas às funções do livro impresso na contemporaneidade, sua relevância e pertinência na era digital, o cenário abrangente do mercado editorial brasileiro e o papel do designer gráfico na produção de livros impressos como uma forma de manifestação e resistência num mercado em constante precarização. Todos esses temas foram amplamente abordados e estudados nos capítulos anteriores.

Num mundo intensamente influenciado pelas tecnologias digitais e sua lógica subjacente de operação, o livro impresso emerge como um artefato de permanência, proporcionando

significado tanto para o leitor quanto para quem o produz. Ademais, ele surge como uma forma de resistência contra a crescente tendência de comoditização dos produtos editoriais no mercado.

A comoditização do livro impresso, que remonta à invenção da prensa tipográfica por Gutenberg, contribuiu para o enriquecimento da cultura literária e sua disseminação. Enquanto ampliou sua comercialização e disponibilidade, facilitou o acesso ao conhecimento e à literatura para segmentos mais amplos da sociedade. No entanto, é crucial reconhecer os desafios que a comoditização do livro impresso trouxe ao mercado editorial, particularmente quando o foco recai sobre a precarização do trabalho dos designers gráficos.

Esta investigação buscou imergir no aspecto reflexivo e social do papel do designer gráfico na produção do livro impresso, crucial para embasar as teorias exploradas pelo designer italiano Silvio Lorusso em sua obra “Empreca-riado”. Ao examinar os impactos sociais gerados pela criação desses artefatos, buscaram-se abranger diversos tópicos derivados da atuação desses profissionais, almejando compreender a complexidade de sua relação com o livro e como esse artefato tornou-se um meio de manifesto e resistência para os produtores.

Consequentemente, o presente estudo refuta as premissas iniciais da era da sociedade da informação ao afirmar que o livro impresso não será obsoleto em decorrência do formato eletrônico. A investigação evidenciou sua constante ressignificação e recontextualização ao longo dos séculos, respaldada atualmente por seu valor material e simbólico. Na era digital, os livros impressos são adquiridos para contemplação, coleção, exposição e expressão de valores. Através dessa apropriação, os livros contribuem para a construção da identidade pessoal de seus leitores e produtores no contexto social em que estão inseridos, promovendo experiências únicas de leitura, contemplação e posse.

Com base na pesquisa realizada, pode-se afirmar que tanto o livro digital quanto o impresso atendem a necessidades e aspirações distintas da sociedade contemporânea, e sua coexistência é plenamente viável. Enquanto o primeiro evoluiu gradualmente como um meio prático de acesso ao conteúdo, o segundo transcende sua função prática, exibindo potencialidades simbólicas, de pertencimento, políticas e

até mesmo sociais. Como expressado pela designer brasileira Tereza Bettinardi, esse momento nos estimula a refletir sobre a escala de produção do livro e sobre o que justifica sua impressão. A discussão não deve se centrar no potencial desaparecimento do livro impresso, pois essa perspectiva está longe de ser concretizada.

Umberto Eco afirma que “ainda não foi descoberto um método mais eficiente de disseminação de informações” e compara o livro a uma invenção como a roda, destacando sua incomparabilidade uma vez criado. O autor sugere duas possibilidades para o livro: permanecer como principal meio de leitura ou ser substituído por algo muito semelhante ao que é hoje.

O papel do designer gráfico continua sendo de importância fundamental para a continuidade do livro impresso na contemporaneidade, e a desconstrução da cultura do “emprecariado”, habilmente elucidada pelo designer italiano Silvio Lorusso, emerge como um desafio proeminente para os anos vindouros.

Tereza Bettinardi vai além ao trazer uma visão otimista para o setor, acreditando fortemente no poder da comunidade. Para ela, projetos como o “Clube do Livro do Design” se transformam em um “espaço seguro” para os profissionais da área, onde é possível abordar todas as inquietações, medos e angústias que o mercado em estado precário tem engendrado. Ela acrescenta que são iniciativas como essas que possibilitaram ao Clube se estabelecer como uma editora, graças ao financiamento coletivo e à participação de indivíduos que compartilham do desejo de ampliar cada vez mais a discussão, tornando-a pública e acessível a todos.

Apesar da abordagem de diversos níveis de complexidade, torna-se evidente que ainda há um vasto território a ser explorado, oferecendo espaço para inúmeras outras abordagens sobre a relevância do livro, seu destino na era digital e todas as questões sociais que permeiam o trabalho do designer gráfico em sua produção. Assim sendo, este estudo busca oferecer uma base sólida para futuras pesquisas no campo.

REFERÊNCIAS

Lista alfabética de todas as referências bibliográficas utilizadas para o desenvolvimento do presente trabalho.

Referências

Referências Citadas

(n.d.). (2023, September 11). *Tereza Bettinardi*. Creative Doc. <https://creative.doc.cc/entrevistas/tereza-bettinardi>

[Louisiana Channel]. (2023, September 11). *Irma Boom Interview: Passion for Books* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1Rth2gvdhyE>

Carrière, J.-C., & Eco, U. (2011). *This is not the end of the book: A conversation curated by Jean-Philippe de Tonnac*. Random House.

Chartier, R. (1997). *A ordem dos livros* (L. Graça, Trans.). Vega.

Corbin, J., Strauss, A. (2015). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. SAGE Publications.

Fawcett-Tang, R., Roberts, C., & Mariz, A. (2007). *O livro e o designer I*. Rosari. <https://books.google.pt/books?id=3RE8PwAACAAJ>

Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo Atlas.

Haslam, A., Saad, J. A., & Filho, S. R. (2007). *O livro e o designer II: como criar e produzir livros*. Rosari. <https://books.google.pt/books?id=uEr5PgAACAAJ>

Löbach, B. (2001). *Design industrial*. São Paulo: Edgard Blücher.

Lorrucco, S. (2023). *Emprecariado — Todo mundo é empreendedor. Ninguém está a salvo*. Clube do Livro do Design.

Lorrucco, S., Lovink, G., & Ventura, R. A. (2019). *Entrepreccariat: Everyone is an Entrepreneur, Nobody is Safe*. Antenne Books Limited. <https://books.google.pt/books?id=MB8fzAEACAAJ>

Mello, G. A. T. d. (2012). *Desafios para o setor editorial brasileiro de livros na era digital*. BNDES Setorial, n. 36, set. 2012, p. 429-473.

Referências Consultadas

(2023, September 11). *Câmara Brasileira do Livro*. Câmara Brasileira do Livro (CBL). <https://cbl.org.br/>

(2023, September 11). *Nielsen Book*. Nielsen. <https://www.nielsen.com/pt/about-us/locations/brazil/>

(2023, September 11). *Sindicato Nacional dos Editores de Livros*. Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). <https://snel.org.br/>

(n.d.). (2023, September 11). *Clube do Livro do Design*. Clube do Livro do Design. <https://clubedolivro.design/>

(n.d.). (2023, September 11). *Como me tornei designer. E a vida entre projetos gráficos*. Nexo Jornal. <https://www.nexojornal.com.br/profissoes/2018/03/22/Como-me-tornei-designer.-E-a-vida-entre-projetos-gr%C3%A1ficos>

(n.d.). (2023, September 11). *Culture in color*. Eye Magazine. <https://www.eyemagazine.com/blog/post/culture-in-colour>

(n.d.). (2023, September 11). *Tereza Bettinardi*. Studio Tereza Bettinardi. <https://terezabettinardi.com/>

Assreuy, G. L. (2020). *As pertinências do livro impresso na atualidade*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]

Becker, L. (2021). (2021–presente). *Fala Colega #10 @ Tereza Bettinardi*. [Audio Podcast]. Fala Colega. <https://open.spotify.com/episode/3hRGKdxaX6cw6HziPoBtYI>

Bettinardi, T., & Nina, P. (n.d.). (2023, September 11). *Anger is my motto*. <https://www.futuress.org/Stories/Anger-Is-My-Motto/>

Carrion, U. (1975). (2023, September 11). *The new art of making books*. Kontexts (6–7). <https://www.artpool.hu/bookwork/Carrion.html>

Douglas, J. Y. (2001). *The end of books--or books without end?: reading interactive narratives*. University of Michigan Press.

Fanni, M., Flodmark, M., & Kaaman, S. (2022). *Inimigas naturais dos livros: Uma história conturbada das mulheres na impressão e na tipografia*. Clube do Livro do Design.

Ferreira, A. F. S. (2019). *Os limites da forma do livro: contributos para a sua compreensão semântica*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto].

Gomes, J. I. S. (2022). *O design gráfico como uma ferramenta de transformação social* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto].

Hallewell, L. (2005). *O livro no Brasil: sua história*. Editora da Universidade de São Paulo. <https://books.google.com.br/books?id=0b6ZYWrQtnsC>

Henriques, A. F. B. (2014). *Design gráfico e produção independente: A influência das convicções sociais e políticas* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto].

Lionzo, Rogério (2017). (2017–presente). *Diagrama 08 – Tereza Bettinardi – Design para Livros e Revistas*. [Audio Podcast]. Diagrama. <https://diagrama.co/episodio08/>

Mcluhan, M., & Fiore, Q. (2018). *O meio é a mensagem* (J. Agel Ed.). Ubu Editora.

Papel & Carta (2023, September 11). *30 vozes que lutaram para mudar a indústria da comunicação em 2022 através de projetos e iniciativas reais*. <https://vozes30.co/>

Papel & Carta (2023, September 11). *Papel & Carta*. <https://papelecaneta.org/>

Revista Recorte (2023, September 11). *Revista Recorte*. <https://revistarecorte.com.br/sobre/>

Rosária, C. C. (2019). *Diferentes formas de materialização de um livro: Livro impresso, Livro digital e Livro híbrido* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto].

Santos, C. (2022). *Mulheres no campo editorial: Um estudo de caso centrado em Designers de São Paulo*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]

Silverman, D. (2020). *Qualitative Research*. SAGE Publications. <https://books.google.pt/books?id=7RwJEAAAQBAJ>

ENTREVISTA

Transcrição da entrevista virtual realizada com a designer brasileira Tereza Bettinardi, fundadora do Clube do Livro do Design.

Entrevista

TEREZA BETTINARDI

Entrevista concedida via videochamada por Zoom
31 de março de 2023.

DC **Você acredita que os livros impressos vão acabar?**

TB

Eu acho que desde que eu comecei a trabalhar já se falava que o livro vai acabar. Então na verdade eu já entrei nesse mercado ouvindo que o livro ia acabar ou que o impresso está acabando. Quando eu comecei a trabalhar na Editora Abril fazendo revistas sempre se falava que estes serviços iriam acabar, que o impresso vai acabar. Bem ou mal a Editora Abril acabou. Bem ou mal não existe mais aquele império de mídia como existia antes. Mas eu também acho que aquilo foi uma falta de um planejamento de business mesmo para conseguir sobreviver. Eu acho que o que acontece é que talvez nós estejamos vivendo uma crise de escala. Se antes você tinha um livro que seria impresso 5000 cópias, talvez hoje você consiga fazer, quando muito para ter uma viabilidade comercial, 1000 unidades. Na verdade, o *printing on demand* vai ser o caminho onde você poderá gerar um exemplar a cada requisição de impressão.

Eu realmente não acho que o livro impresso vai acabar. Tem muita gente publicando, tem muito interesse em livro eu acho que a materialidade é algo que atrai muita gente. Mas, no entanto, temos movimentos de outras formas de ter acesso ao texto ou ter acesso aquela coisa, não só o Kindle.

Eu uso o Kindle também quando eu quero ter um texto muito rápido. Às vezes o frete inviabiliza ou até mesmo uma compra de madrugada que eu quero ter o acesso ao livro. Mas tem outras experiências que têm aparecido como a própria questão do *audiobook*, onde muita gente tem migrado e existe um crescimento de consumo de com vários lançamentos que são concomitantes em diferentes plataformas.

Eu acho que podemos pensar em outros formatos, mas não acredito que o livro vá acabar. O que talvez esteja acontecendo é mudar um pouco a escala do quanto se imprime ou do quanto que se circula. Talvez estas coisas estejam mudando, mas acabar a tecnologia livro acho que não, pelo menos não nessa encarnação (risos).

DC Percebo que essa discussão sobre o fim do livro impresso traz como justificativa a sustentabilidade e a facilidade na disseminação do conhecimento no meio digital. Estamos divididos entre estes dois mundos, o do acesso à informação, que passou a ser muito mais prático e rápido no meio digital, tanto com o *audiobook* quanto o Kindle, mas também a busca da materialidade como forma de experiência, pois o livro impresso não deixa de ser uma experiência pelo simples fato de estar com o objeto diante de ti, sentir a textura do papel, a capa, poder folhear, etc. Como você analisa este momento?

TB Acho que cada um começa a desenvolver um pouco os teus próprios hábitos de leitura então, por exemplo, para mim é meio impensável ler um livro e não sublinhar. Tem experiências de leitura que só o livro impresso pode proporcionar.

Eu não gosto também de pensar muito nesse fetichismo do livro, porque o toque do papel, etc. Não! As vezes vai ser um papel qualquer, aquele que tem disponível de acordo com o *budget* do cliente. Acho que também rola uma romantização. As vezes é mais pela maneira como você usa o objeto. Não são aspetos táteis que ajudam a agregar valor no livro. São vários jeitos de consumir essa informação. Por isso que acho que o livro impresso não vai acabar, é mais a maneira como você consome a informação do livro.

Tem livros que não podem existir de outra forma, como os livros de fotografia por exemplo. Talvez você possa consumi-los em formato digital, pois é mais fácil você procurar quantas ocorrências têm daquela palavra no livro, por exemplo. Pode até acontecer de ter o mesmo livro em duas versões diferentes, pois em algum momento você vai precisar consultar de um jeito mais ágil no digital e no impresso você vai ter para ter aquele registro físico. Acredito que tem de se pensar que, uma vez que você vai imprimir um livro, tem de encontrar uma razão que justifica a sua existência física, assim como a capa de um disco.

Atualmente ninguém tem mais tocador de CD, mas ainda tem gente que vai em show e pede que tenha disco porque gosta do encarte ou de ter algum material diferente que o Spotify não vai conseguir lhe proporcionar. É o caso também do vinil que agora está na moda. Não é porque o som é melhor, mas sim porque tem um encarte que proporciona a experiência de ser folheado. Você consegue oferecer experiências como estas que fazem toda a diferença, mas também tem outras discussões em torno do quanto o produto fica mais caro dentre outras milhares de camadas de discussão.

DC Atualmente há uma discussão sobre a comoditização do livro impresso. Como você encara este novo cenário depois de ter trabalhado na Cosac Naify, uma das grandes editoras do que podemos chamar época de ouro do Design Gráfico no Brasil?

TB Eu acho que que essa discussão do livro como uma mercadoria, uma *commodity*, se expressa em vários estágios. No Brasil se tem uma percepção de que o livro não pode exceder o valor de 69,90 BRL. Para quase todo mundo o livro tem que custar isso, como se fosse um livro tabelado. O que acontece que não dá às vezes para fechar uma equação para chegar nesse custo. Para conseguir chegar nesse valor vai ter que precarizar muita gente. Por outro lado, tem muita gente que não se importa em gastar 80 ou 90 BRL para ir no cinema, comprar uma batata frita, etc. Tem uma coisa de valor percebido do livro que eu acho que é um grande desafio para se pensar.

A Cosac Naify foi uma grande experiência que tem de ser estudada, onde todos os livros tinham um projeto completamente novo, um esmero de se pensar, com uma equipe de design totalmente dedicada a pensar esses projetos. Por outro lado essa experiência editorial deu errado. Se a gente for olhar ela não foi financeiramente sustentável. Por isso acredito que teve problemas de design. Não acredito que todo livro que era feito pela editora precisava ter um projeto gráfico totalmente único. Eles poderiam ter otimizado algumas coisas.

Tinha uma coisa de dar um aspecto único para cada um dos livros que é uma abordagem de design. É um ponto de vista que dentro do mercado editorial não teve uma atração. Não acredito que foi isso que fez a Cosac falir, mas tem decisões de design tornam-se uma força de atrito em alguma medida.

Eu penso que tem os livros de luxo ou os livros de alto valor agregado que talvez justificassem a existência pois traziam muita receita para uma venda de final de ano, por exemplo. Existia esse lado também, mas não sei se todo o livro tem que ser pensado assim. Muitas vezes tínhamos que fazer um projeto gráfico de uma brochura simples de um livro de um autor iniciante.

Isto envolve outras questões, pois você acaba por ter um monte de gente disponível para pensar nestes projetos, ganhando muitas vezes um salário baixo dentre outras questões que tem muito a ver com o que encontramos no livro Emprecariado. Do quanto as pessoas também eram precarizadas nesse ambiente e que permitiu com que essas coisas também acontecessem.

DC Vi que vocês disponibilizaram o *Inimigas Naturais dos Livros* em sua versão digital na Amazon. Como foi tomar esta decisão? É algo que pretendem fazer para as próximas publicações?

TB Sempre tem um idealismo de achar que vamos nos tornar os mais democráticos possíveis. Na minha cabeça tornar mais democrático possível também era torná-lo digital, pois se alguém não quer pagar o frete, pode ter acesso ao texto, porque tem uma questão sobre o impacto deste transporte. O livro muitas vezes algo difícil de trabalhar a logística. Foi então que resolvemos fazer uma versão digital, no idealismo de que precisávamos fazê-lo também para tornar o acesso mais democrático. Mas o que acontece é que existe um monopólio no digital, que hoje está nas mãos de 3 empresas praticamente. Percebemos então que a adesão ao modelo do livro digital foi pequena, acabou por não cobrir os custos da transformação do livro em formato digital e sua posterior publicação na plataforma.

O recolhimento dos *royalties* do livro pela Amazon é muito baixo e demora para ser repassado, por isso que para quem é pequeno não vale a pena. Inclusive pode ter o argumento de que o livro não fosse tão barato no digital, mas mesmo quando eu coloquei na plataforma de uma forma que todos que possuem um Kindle pudessem baixar, pois desta forma você consegue ganhar pelo número de downloads, não valeu a pena. Para o Emprecariado não cogitamos a possibilidade de disponibilização do livro no meio digital. Fomos mais racionais neste sentido.

Acho que foi apenas uma ideia de tornar o livro o mais acessível possível, mas não se pagou e se mostrou que ainda não é um modelo a ser seguido, pelo menos neste nicho dos designers que querem ter um livro físico.

DC Qual a sua relação com o ensino hoje?

TB

Eu nunca me engajei em um mestrado ou doutorado. Eu já comecei a trabalhar, mas sempre foi algo que passou pela minha cabeça. Depois que eu me formei na graduação, não existiam grandes programas de pós-graduação em design gráfico o mestrado no Brasil e eu queria muito começar a trabalhar, pois esta ideia tinha um pouco a ver com minha formação, pois eu fui treinada para trabalhar. Em nenhum momento eu fui estimulada dentro da universidade no curso de design. Já no curso de comunicação quando eu acredito que eu poderia ter virado alguma estudiosa de comunicação.

Sempre tive na minha cabeça que eu precisava estudar e depois trabalhar para ganhar experiência, mas depois de algum momento, já no meio dos meus vinte e poucos anos, quase trinta, pensei se não deveria entrar em um mestrado ou algo do gênero. Mas no Brasil não era uma possibilidade, pois eu achava que, os poucos cursos que tinham disponíveis, não me interessavam tanto assim. Lembro que a Holanda e Reino Unido eram daqueles destinos que existiam vários cursos, mas para mim sempre pareceu que eu não tinha repertório suficiente para fazer o que eles propunham.

Eu nunca vou me esquecer de um episódio durante uma pesquisa para saber sobre trabalhos de conclusão de curso, onde encontrei um trabalho da Holanda, onde a pessoa utilizou um pombo-correio durante a pesquisa. (risos) Algo que só o estado de bem-estar social garante, uma situação de país confortável que garante que uma pessoa pense em desenvolver um TCC usando um pombo-correio. Naquela época eu estava pensando em pagar o meu aluguel, em como eu iria sobreviver, como não ser assaltada na rua, etc. Porque no Brasil você está a toda a hora pensando no pior, se alguém está te seguindo, como vai ser a economia, se vai ter dinheiro guardado no banco ou não. Enfim, não temos estado de tranquilidade. Senti que eu não teria ferramentas suficientes para alcançar o pombo-correio e acabei não fazendo o meu mestrado. Eu não consigo pensar esse tipo de coisa que está sendo estimulado aqui, então eu nunca fiz. Mas sobre esta questão do mercado eu acredito que fui an-

dando por um caminho de tentar afinar o meu *craft*, no sentido de não tocar minha carreira acadêmica e tentar ser a melhor profissional que eu posso ser. Refinar meu *craft* e as minhas habilidades técnicas ao máximo. Bem ou mal é claro que temos nossas inquietações que vão além do *grid*, das cores, etc. Na verdade, essas não são as minhas verdadeiras inquietações.

DC **Você tem uma vasta experiência no mercado editorial e já trabalhou para grandes distribuidores como Abril e Cosac Naify. Quais foram os maiores ensinamentos que você trouxe para o Clube do Livro do Design?**

TB Eu nem sei dizer (risos) porque eu acho que é tudo na verdade. São as experiências que eu estive no trabalho que sempre me informaram sobre questões que não necessariamente elas estavam programadas. Talvez na Cosac eu tenha aprendido muito mais sobre classe e privilégio do que talvez sobre *grids* e livros bem-feitos. Acredito que tem coisas que constituem um pouco da minha prática, como eu organizei meu trabalho. Então eu não consigo te dizer. Acho que é meio tudo que ajudou a informar toda minha experiência.

Mas é claro que tem coisas que eu aprendi na Editora Abril, por exemplo, sobre segmentação e o respeito ao leitor que me trazem até aqui e que acabam, não só informando, como me moldando para o Clube mas também para o meu próprio estúdio, nos livros que eu faço, não só naquilo que eu publico no Clube.

DC **Vi que vocês recentemente divulgaram uma pesquisa para discutir o futuro do Clube. Quais suas perspectivas?**

TB Eu acho que o foco principal agora é fazer com que o Clube se sustente, que seja autossustentável, pois o que aconteceu foi que no primeiro livro, ele se pagou, deu certo e a conta fechou. No entanto, neste segundo livro a meta não foi atingida apesar de ser uma campanha flexível de *crowdfunding*. Mesmo porque se eu fizesse uma campanha tudo ou nada a editora acabaria ali. O que aconteceu é que eu tive de fazer um investimento para terminar o livro, um investimento do estúdio na editora. Bem ou mal a campanha não teve um retorno ainda, o título publicado não teve um retorno. Está se pagando e cada conta que vem, vai se pagando. Portanto tem um lado precário do processo que não pode ser tornar um modelo.

Propus a enquete porque a gente precisa pensar a editora como produto e na saúde financeira dela. Pensar em como eu vou ter aportes financeiros recorrentes e não dependentes de um único livro. O que acontece é que eu tenho de fazer todo um empreendimento para materializar um livro para depois ter algum retorno, e este investimento é muito alto. Então o que eu tenho de pensar, que é o meu dever de casa, é como viabilizar outras formas de receita que não dependam necessariamente do livro. O que é também um paradoxo, porque você tem de pensar que uma editora deve vender outras coisas além do livro.

Mas talvez seja isso. Da mesma forma que uma livraria também pode ser uma cafeteria. Acredito que tem uma outra coisa que devemos ponderar que diferencia o Clube, é o fato de ser uma editora que surgiu com o público.

Claro que a minha meta é ampliar público, fazer com que os livros sejam mais conhecidos, que eles sejam mais bem distribuídos, que eles sejam acessíveis em outros lugares, etc. É o desejo de toda editora. Mas na verdade, eu acredito que só está acontecendo porque a gente criou uma comunidade a partir daquelas conversas e debates, para eu ter o mínimo de confiança de que vou conseguir pelo menos 600 pessoas para financiar um livro.

A editora não é o resultado do desejo de uma única pessoa. Claro que sou eu quem estou respondendo legalmente por ela. Meu CNPJ é o meu nome e todas estas questões. Mas pra mim não faz sentido uma editora publicar livros de forma autônoma, uma vez que depende da comunidade para ela existir.

O questionário foi um jeito das pessoas sentirem-se responsáveis pelo futuro. Eu acho que é um debate para a comunidade. Por isso temos que levantar questões como: a gente comporta ter uma editora? a gente vai apoiar essa editora? Para ela existir precisamos comprar os livros. Seguidores e *likes* não resolvem a minha questão. Por isso eu preciso entender o que as pessoas querem.

DC **A ideia é publicar um livro por ano? Já tem ideia da próxima obra que será traduzida por vocês?**

TB Então, foi meio sem planejar (risos). Fizemos o primeiro livro em 2021 e depois logo pensei que precisávamos pensar no

próximo. Neste ano já publicamos o segundo livro e pensei que talvez pudéssemos publicar o próximo no segundo semestre. Mas é claro que a gente sempre está pensando no próximo e rola aquela ansiedade. Mas eu não tenho um cronograma no sentido de que vai ser um livro por ano. Na verdade, é meio que na correria onde eu vou respondendo ao que aparece na frente. É algo que estamos descobrindo juntos como fazemos. Se pode ser uma estratégia legal ou ao mesmo tempo mais incerta.

DC Os dois livros publicados pelo clube, são obras que trazem temáticas muito atuais, que tocam na nossa ferida como profissional e indivíduo. O quanto estas obras dizem sobre você e sua carreira?

TB Os dois livros publicados estavam na lista do Clube de Leitura Virtual, mas na verdade achei difícil o acesso a eles, por serem livros estrangeiros e que não estavam nas livrarias brasileiras. Até encontramos alguns deles em livrarias daqui, mas achei melhor retirá-los da lista de leitura por conta deste problema de acesso. Mas são duas obras que sempre estiveram no horizonte.

O Inimigas Naturais dos Livros foi o primeiro do meu próprio trabalho como designer de livros. Por ser uma pessoa que trabalhou no meio editorial acho que tinham questões de gênero que seriam importantes de salientar.

Já o Emprecariado teve uma situação pessoal em que eu fui atravessada no meu estúdio, que eu acredito que seja onde as coisas se encaixam. Um momento em que as questões do meu estúdio são interpeladas ou elas são motores de coisas que eu quero trazer para publicar.

Foi a partir de uma questão que eu tive no meu estúdio onde ficou muito visível essa questão da precarização do trabalho e de certa forma, quando você está com mais de 15 anos de experiência na profissão, acredita que vai estar um pouco blindado de algumas situações, mas na verdade não. Durante um projeto que eu estava fazendo, que não tem nada a ver com nenhum dos livros publicados no Clube, eu me enxerguei precarizada em algumas questões que estão colocadas no livro. Fiquei com raiva daquela situação, que foi bem traumática e difícil de lidar no estúdio e usei toda esta indignação, em vez de fazer um post no LinkedIn, trazer esta discussão para mais pessoas participarem dela. Portanto,

sempre tem este motor pessoal que acaba influenciando nas escolhas dos livros a serem publicados no Clube. É um jeito de trabalhar essa indignação por um benefício coletivo, para atuar na transformação. Portanto tem este aspecto que vem da prática, do meu trabalho.

Mas ainda tem uma parte de mim que está tentando descobrir como viver disso. Não vai ser a minha fonte primeira de receita. Já estou entendendo que eu não vou viver disso (risos). Agora eu tenho que encontrar um modelo onde toda essa atuação não se torne um fardo ou então que o meu trabalho comercial não tenha que toda hora subsidiar este projeto.

O que eu gostaria na verdade que não fosse tão Tereza, mas não tem como não ser neste momento. Eu tento ao máximo descolar um pouco da minha imagem e atuar de uma perspectiva diferente. Por exemplo, no próximo sábado teremos o lançamento do livro *Emprecariado* em São Paulo e eu estou aqui em Portugal. Em algum momento rolou uma discussão se eu não iria voltar para São Paulo para o lançamento ou se não seria melhor esperar. Foi quando eu disse a eles que este lançamento precisava acontecer sem a minha presença. Eu não preciso estar lá, pois este livro tem que acontecer sem a minha presença, senão fica muito pessoalizado. E isso não significa que eu me importo menos com este projeto. Estou triste de não estar lá, com certeza. (risos)

Não quero que as pessoas pensem que é o livro da Tereza. Tenho receio de que toda essa personalidade desgaste a minha figura. O livro é de todos nós. O Clube é de todos.

DC Em que sentido a precarização do trabalho interfere na produção de livros? O Clube surge para pautar isso?

TB Foi uma preocupação nossa desde o início sobre a questão de não pagar as pessoas abaixo do que elas estão acostumadas a receber. Porque eu sei que este meio editorial de onde eu venho precariza tudo. Uma capa de livro passa a custar mil reais, que é um valor muito abaixo do mercado. Sabemos que este tipo de coisa acontece e eu nunca quis trazer isso para o Clube.

As pessoas com que eu trabalho, sempre falam o seu preço e a gente tenta se encaixar a este *budget*. Tanto que a tabela para o *crowdfunding* do nosso primeiro livro, fiz tomando

como referência os valores que estas pessoas me passaram e que se sentiam confortáveis em cobrar.

A mesma coisa aconteceu com o acordo com os autores sobre o direito autoral. Estipulamos os valores de direitos autorais com as referências que os autores me passaram. É claro que em determinado momento a expectativa deles quanto ao valor que vão ganhar não é muito alta, pois muitos deles sabem que não vão ganhar dinheiro apenas fazendo isso.

Para mim era sempre importante entender como a gente estava construindo esta relação justa em termos financeiros para todo mundo. Eu acredito que a única pessoa que não tenha recebido nestes dois projetos, fui eu. (risos) Eu entendo que também que é o meu investimento, uma vez que não tenho esse capital para investir então, o meu capital passa a ser esta mão de obra para fazer o projeto ou tomar conta de alguns processos.

E é claro que toda esta preocupação com o valor que cada um está recebendo para a produção deste livro vai impactar o preço final do produto. Eu não vou conseguir chegar ao valor “tabelado” de 69.90 BRL. Muito menos foi a cartela de adesivos do Emprecariado que o tornou ele mais caro. Não mesmo. (risos) Está muito caro imprimir e ponto. Talvez a minha experiência em fazer este cálculo não seja suficiente para pensar, por exemplo, na melhor estratégia de marketing possível para vender os livros. São todas estas coisas que fazem parte do pacote para se publicar um livro.

Não acho que esta precarização que existe na profissão seja um impeditivo para a publicação de novos livros. Tem mais a ver com o entendimento que o público tem se um livro vale a pena. Acho que depende também do que nós estamos estimulando como sociedade. Foi o que falei sobre pessoas que não se importam de pagar 80 BRL para ir ao cinema, mas se importa em pagar 69.90 BRL em um livro. O que será que está acontecendo? O livro pode durar uma vida inteira. O cinema vai durar apenas uma noite. Mas eu acho que é uma questão de valores.

E quando falamos mais especificamente do Brasil, não é porque as pessoas não estão interessadas em ler, mas elas possuem outras prioridades e vão tentar encontrar este tipo de conteúdo de outra forma. Muitas vezes é pensar em ter o

dinheiro para pagar o transporte público ou ter o dinheiro para comprar um livro. Estamos lidando no Brasil com questões sociais que são totalmente diferentes em outros países.

Ser Designer Gráfico no Brasil é muito caro. Até mesmo os materiais e ferramentas para exercer a profissão são caros. Muitas vezes o estudante de design não vai ter aqueles 120 BRL para investir em livros ou algo do gênero. Brasileiro está sempre tentando dar um jeitinho. (risos).

Temos de entender um pouco desta realidade e ver como podemos driblá-la de alguma forma. Eu ainda não sei como nós vamos tornar isso mais democrático. Talvez eu tenha sido um pouco ingênua em achar que só a língua vai democratizar a discussão. Agora tem outras questões que fazem com que o livro circule mais. Existem questões que eu consigo resolver e outras não.

FIM

REGISTROS

Registros

Seleção de fotografias de alguns dos eventos em que a designer e editora brasileira Tereza Bettinardi esteve presente durante sua visita à Portugal entre os meses de maio e junho de 2023.



Aula aberta do MDGPE com a participação da designer e editora brasileira Tereza Bettinardi. Porto, Maio de 2023.



Tereza Bettinardi conversou sobre a sua trajetória profissional e como o Clube do Livro do Design surgiu e tornou-se uma editora.





Lançamento do livro *Empreca-riado*, com a presença do designer italiano Silvio Lorusso. Lisboa, Junho de 2023.