

## **A produção de um livro-objeto e o design do livro em espaços tradicionais e independentes do mercado editorial<sup>1</sup>**

Larissa Taís Ferreira<sup>2</sup>

Marília de Araújo Barcellos<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **RESUMO**

Este trabalho trata-se da análise da produção de um livro-objeto de contos de Machado de Assis, intitulado “filosofias de um machado”, e de reflexões acerca do design do livro dentro do mercado editorial tradicional e do independente. O trabalho conta com uma parte teórica que aborda o conceito de livro-objeto e a produção do livro, e uma parte prática, da criação do produto. A partir da análise do processo de criação da obra, assim como seu resultado final, é possível relacionar as maneiras como este produto une o experimental, as possibilidades criativas permitidas pela produção independente, com o convencional, seguindo alguns parâmetros que facilitam uma inserção no mercado tradicional.

**PALAVRAS-CHAVE:** editoração; livro-objeto; mercado editorial; Machado de Assis.

### **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho analisa a produção de um livro-objeto e reflete sobre questões relacionadas ao design do livro no âmbito do mercado editorial independente e do tradicional, a partir do detalhamento do processo de criação da obra. O produto, intitulado “filosofias de um machado”, trata-se de uma coleção de contos de Machado de Assis em formato de livro-objeto e cujas histórias têm objetos como seu foco. Assim, este é um livro-objeto sobre objetos. Os contos selecionados foram “Filosofia de um par de botas”, “A carteira” e “O relógio de ouro” e, no design editorial da obra, buscou-se tensionar esse foco no conceito do “objeto” com as histórias destes contos.

O livro foi produzido no âmbito do ensino, na disciplina de Projeto Experimental em Edição de Livros do curso de Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria<sup>4</sup>. A criação da obra resultou de diversas definições: o conceito estabelecido, o formato escolhido, o público intencionado e os locais imaginados para a possível circulação desta obra. Neste trabalho, explora-se o último ponto.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social - Produção Editorial pela UFSM, e-mail: [larissa.ferreira@acad.ufsm.br](mailto:larissa.ferreira@acad.ufsm.br).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da UFSM, e-mail: [mariliabarcellos@gmail.com](mailto:mariliabarcellos@gmail.com).

<sup>4</sup> O livro foi produzido na disciplina em conjunto com as colegas Ana Carolina Scherer Cipriani e Giovana Luísa Machado, no primeiro semestre de 2023.

Ao pensar sobre a circulação do livro, surgem dois paralelos: o gosto pessoal do grupo pelo universo das criações gráficas independentes, o interesse de, de fato, experimentar com a criação deste livro, explorar as possibilidades criativas ao máximo possível; mas também de criar algo que pudesse ser inserido de alguma forma no mercado tradicional e estar disponível em livrarias – visto que a inserção neste mercado é um interesse profissional. Dessa forma, pensou-se interessante propor a possibilidade de unir esses dois mundos: criar um livro-objeto em sua essência, “mais livre” em relação a seu projeto gráfico e materialidade, mas que seguisse alguns parâmetros de modo que pudesse ser disposto e vendido em livrarias com maior facilidade.

## REFERENCIAL TEÓRICO

O livro-objeto, de acordo com Romani (2011), possui uma bibliografia ainda em construção, híbrida, que circula entre as artes e a literatura. Climent-Espino (2018) aponta duas possibilidades: o livro-objeto, que retém o formato do códice e joga com seus elementos; e o objeto-livro, que os rejeita, prioriza o objeto, traz novas plasticidades, rompe com o formato tradicional e com as regras de leitura. Assim, entende-se que o livro-objeto pode ser escultórico, mais focado em seu formato, materialidade e aspecto visual – muitas vezes ao ponto de nem se assemelharem a livros, incorporando completamente o objeto –, mas, também, que há um espaço para explorar.

Compreende-se que existe uma diferença entre o livro tradicional e o livro-objeto. Segundo Romani (2011, p. 27),

A diferença entre um livro tradicional e um livro-objeto é a forma como se aplicam os fundamentos de design. O livro-objeto exige um projeto diferenciado, pois a ilustração está mais presente do que a massa de texto. Escolhas como o formato, disposição das informações, representação das imagens e produção gráfica são a base para entender a diferença no design.

Existe um elo de ligação entre as estratégias editoriais que articulam bens simbólicos e financeiros, a saber, entre o produto livro, o mercado e a demanda do público. Diante disso, a obra atende a um perfil editorial e a formação do catálogo editorial. Conforme sublinha Barcellos (2010, p. 320):

O catálogo constitui o capital de bens simbólicos da editora, que deve ser revertido também em capital financeiro, inclusive no caso de venda da empresa. A seleção dos títulos a publicar, principal tarefa do editor depois da definição de sua política editorial, formará a imagem da empresa e direcionará suas estratégias de venda a um público pré-definido ou imaginado.

Nesse sentido, pode-se observar as tendências de diferentes tipos e tamanhos de editoras com seu alinhamento a esse tipo de produção experimental. Grandes editoras tendem a alinharem-se a um modelo de negócios comercial, onde o design editorial e a produção gráfica muitas vezes podem ser minimizados, por serem processos que elas terceirizam (THOMPSON, 2021). O que não significa que não podem apresentar projetos gráficos bem desenvolvidos e interessantes, mas estes aspectos dificultam a exploração de outras possibilidades gráficas e materiais. Portanto, estão mais ligados à produção de livros convencionais.

Já as editoras independentes estão mais conectadas com o modelo cultural, onde é possível ter um processo de produção mais longo e centralizado em poucos agentes, o que permite maior elaboração destes elementos (DEPEXE, 2023). Além disso, esse modelo também abre mais espaço para criações artesanais. Assim, conseguem apresentar mais projetos de livros experimentais.

Como já colocado, objetivou-se, então, um “meio termo” entre esses tipos de produções. Assim, foram elencados alguns aspectos necessários para que o produto pudesse se inserir com maior facilidade em livrarias: fácil manuseio, não possuir elementos soltos (objetos, caixas), possuir uma lombada (para poder ser disposto em estantes de livrarias), possuir local adequado para colocar as informações e créditos necessários (ISBN, ficha catalográfica, ficha de créditos, colofão). Porém, visando não perder a essência do livro-objeto tomou-se como norteadora a concepção colocada por Paiva (2010, p. 95):

O livro-objeto esconjura a filiação clichê. Pretende a participação e não o exílio do leitor. Experimenta conteúdos, formas, efeitos, materialidades, funções, nova disposição espaçotemporal, sonoridades, deslocamentos, levezas, fronteiras, limites, estranhamentos. Abre espaço para a poética da imagem, e tudo nela que enuncia, significa – seja verbal, seja não verbal.

## **CRIAÇÃO DA OBRA**

A produção do “filosofias de um machado” iniciou com a curadoria do conteúdo. Ao observar a lista de contos produzidos por Machado, percebeu-se que eles poderiam ser separados em “categorias”, ao perceberem-se similaridades e padrões entre os títulos dos textos. Dessa forma, surgiu a ideia de unir forma e conteúdo e a temática de “objetos” foi escolhida. Assim, dentro desta categoria, foi feita uma seleção e escolhidos os contos “Filosofia de um par de botas”, “A carteira” e “O relógio de ouro”.

Após esta etapa realizou-se a normalização dos textos, mantendo a ortografia original. O passo seguinte foi a definição dos projetos editorial e gráfico do livro, onde buscou-se dar foco ao conceito do objeto através do trabalho, principalmente, do aspecto material da obra. Foram realizadas ilustrações e criados elementos diversos que interagem com o conteúdo textual. As páginas do livro foram recortadas e costuradas manualmente. Além disso, foi dada a obra uma lombada exposta, que permite a visualização da costura realizada.

Apontam-se algumas intervenções gráficas desenvolvidas: páginas recortadas que permitem a visualização e interação com parte do texto da página seguinte; ilustrações impressas em acetatos que, costuradas com o restante do miolo do livro, interagem com o texto; e diagramação de maneira diferenciada, alterando a disposição e a formatação da tipografia para representar trechos das histórias. Um outro elemento gráfico que se destaca é uma carteira com dinheiro em seu interior, produzida em papel colorido, que pode ser aberta e manuseada, assim como é feito pelo personagem, no conto “A carteira”.

A obra possui um formato diferente, semelhante ao códice a uma primeira vista, porém diferenciando-se por ser uma sanfona de três abas onde dentro de cada uma encontra-se um dos contos. Percebeu-se, ao manusear um protótipo, que este formato não possibilita uma linearidade intuitiva. Dessa forma, decidiu-se não estabelecer uma ordem de leitura, permitindo que os contos sejam lidos em qualquer ordem, a depender apenas da maneira como o leitor interagir com a obra.

Isto levantou a questão de onde posicionar os elementos paratextuais do livro, visto que a utilização deles no miolo determinaria um início e um fim. Para resolver algumas destas questões foi criado um box, onde puderam ser alocados a ficha catalográfica, o ISBN e a ficha de créditos. Além disso, este elemento também auxiliou em outras questões: no lado externo, o box possibilita a presença de uma capa, uma contracapa e, também, uma lombada; além de proporcionar uma maneira mais prática para carregar a obra. Outras estratégias foram a criação de capas e colofões próprios para cada conto, e da decisão de reiniciar a paginação dos contos em cada história.

Quanto a materialidade, vale destacar, além do formato, o uso de diferentes papéis: pólen 90g/m<sup>2</sup> e color set 90g/m<sup>2</sup> coloridos para o miolo, paraná grosso para as capas, acetato para realizar algumas intervenções e papel cartão 200g/m<sup>2</sup> para o box. Esses elementos são grande parte do aspecto manuseável da obra, pois materializam as

intervenções gráficas interativas, que podem ser abertas em diferentes sentidos, possuem diferentes texturas, e, assim, possibilitam diferentes leituras.

Figura 1 – Fotos do livro “filosofias de um machado”



Fonte: Acervo pessoal (2023)

Dessa forma, alcançou-se um livro com materialidade diversa, que explora as possibilidades criativas de um livro experimental, mas que ainda possui aspectos que permitem sua circulação em espaços mais tradicionais, destacando-se sua boa portabilidade e a lombada que permite dispô-lo em estantes. Além disso, vale destacar que, apesar desta produção ter sido realizada manualmente, todos os processos poderiam ser adaptados para uma produção mais industrial.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção desta obra permitiu a execução de diversas atividades pertinentes ao trabalho da produção editorial, proporcionando novos conhecimentos e o desenvolvimento de habilidades técnicas. A criação exigiu muita criatividade, mas o processo fluiu com certa facilidade. As maiores dificuldades foram o planejamento da impressão, e a montagem manual do produto.

Ao final, a obra inova ao apresentar a obra de Machado de Assis de uma maneira diferente da usual e, considerando o quanto o autor é continuamente publicado, é muito interessante ver como novas publicações de sua obra ainda podem encontrar novos

espaços. Assim, o projeto pode ser visto como uma possibilidade de um produto diferente, novo, para o mercado editorial.

O “filosofias de um machado” resultou em um produto híbrido, um livro-objeto que une literatura e arte, que explora seu potencial gráfico e suas materialidades, com ilustrações, diagramação diferenciada e elementos gráficos interativos. Por outro lado, a obra também contempla os pontos elencados anteriormente ao conter uma lombada, apresentar todas as informações técnicas necessárias e ser de fácil manuseio. Atendendo, assim, aos objetivos definidos.

Entende-se, ao visitar livrarias, que o que elas tendem a comercializar, em grande parte, são livros convencionais produzidos industrialmente. Entretanto, este projeto, mesmo se tratando de um produto experimental, ao contemplar alguns aspectos que são importantes para a indústria tradicional, pode ser visto como um movimento para a inserção deste tipo de livro em novos espaços. No mínimo, a obra expõe possibilidades de pensar produtos diferenciados para o mercado, produtos que atendam a uma demanda por narrativas que possuem um apreço estético, que valorizam intervenções visuais e materiais que transitam, marcam, e dialogam com o texto.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARCELLOS, Marília de A. As pequenas e médias editoras diante do processo de concentração: oportunidades e nichos. In: BRAGANCA, Aníbal; ABREU, Márcia (org.). **Impresso no Brasil: Dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: Unesp, 2010. Capítulo 18, pgs. 317-329.

CLIMENT-ESPINO, Rafael. Al margen del código: análisis de três ejemplos recientes de objetos-libro em España. **Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies** 22 (2018): 89-108.

DEPEXE, Sandra. Design editorial como potencial criativo de editoras independentes brasileiras. In: 8º Congresso Internacional de Arte, Ciência e Tecnologia - Seminário de Artes Digitais 2023, 2023, Belo Horizonte. **Anais do Congresso Internacional de Arte, Ciência e Tecnologia - Seminário de Artes Digitais**. Belo Horizonte: Labfront/UEMG, 2023. p. 1-11. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10419918>

PAIVA, Ana Paula Mathias de. **A aventura do livro experimental**. Belo Horizonte: Autêntica Editora; São Paulo: Edusp, 2010.

ROMANI, Elizabeth. **Design do livro-objeto infantil**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2011.

THOMPSON, John B. **As guerras do livro: a revolução digital no mundo editorial**. São Paulo: Editora Unesp, 2021.