

VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo
III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
I Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo

Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei

24, 25 e 26 de setembro de 2014

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

Projeto Gráfico na editora Cosac Naify: discussão de alguns resultados de pesquisa¹

Leonardo Nóbrega da Silva²

Resumo

O objetivo da pesquisa foi analisar, por meio de entrevistas, catálogos, e artigos de jornal e revista, o tipo de sociabilidade que abarca as categorias sociais presentes na prática editorial da Cosac Naify ao promover o projeto gráfico como elemento fundamental do seu projeto editorial. A atividade de editar estabelece-se como atividade intermediária entre o texto escrito e o leitor. É, dessa forma, importante na circulação de ideias e no estabelecimento de um debate público, estando inserido em campo relativamente autônomo, com rituais e dinâmicas próprios, mas em constante troca com as esferas políticas, culturais e sociais. Não somente o tratamento dado ao texto a ser publicado, mas o formato em que é publicado, a escolha do papel, a existência ou não de ilustração, tipos e margem de página, o projeto gráfico, em suma, é fundamental e traz consequências para o modo como circula, é comprado e lido. Uma das características marcantes da editora Cosac Naify é o trabalho de design editorial, apontando para uma valorização do livro como objeto. É necessário entender como promove um projeto editorial, constrói sua reputação, marca o seu lugar dentro do campo editorial brasileiro e sugere modos de apropriação, bem como compreender a dinâmica das relações sociais dentre os indivíduos envolvidos na concepção da editora desde sua criação, em 1997, até 2013, período abordado nesta pesquisa. Constatase, a partir do material analisado, um tipo de sociabilidade que valoriza o artesanato, a cultura material e as imagens, porém colocando-se em tensão com a necessidade de viabilidade econômica cara à lógica industrial.

Palavras-chave: Campo editorial; Cosac Naify; Cultura material.

¹ Este texto é uma versão condensada de algumas das discussões presentes na dissertação de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da UFRJ intitulada “Projeto gráfico como projeto editorial: um estudo de caso da editora Cosac Naify”.

² Doutorando em Sociologia no IESP/UERJ; Mestre em Sociologia e Antropologia pelo PPGSA/UFRJ. E-mail: leonobrega.s@gmail.com.

1- Introdução

A Cosac Naify é uma editora brasileira criada em 1997 por Charles Cosac e seu cunhado Michael Naify. No início publicava exclusivamente livros de artes visuais. Hoje conta com mais de mil títulos distribuídos em diversas áreas de interesse.

Uma das características marcantes da editora, como se pode conferir nos textos dos catálogos, nas falas dos editores ou mesmo nas publicações da imprensa é o trabalho de *design* editorial que aponta para uma valorização do livro como objeto. Cristiano Aguiar, editor do Suplemento Literário Pernambuco³, ao se referir à Cosac Naify, utiliza a denominação “livro-fetichê” para caracterizar o tipo de publicação da editora. Tal denominação é emblemática para pensar o processo de valorização estética da edição.

O que se percebe, a partir das análises desenvolvidas, é uma crescente relevância dada à cultura material nas sociedades contemporâneas, que encontra reverberação na indústria editorial, tendo aqui como foco os livros da editora Cosac Naify representados, principalmente, na Coleção Particular. O tipo de sociabilidade relacionado a tal concepção diz respeito à crescente valorização do “artesanal” em detrimento do “industrial”, do “individual” em contraposição ao “padronizado”, bem como a importância dada à experiência pessoal e às qualidades visuais e táteis presentes na materialidade do livro. Todas essas concepções tornam-se ainda mais interessantes para serem pensadas quando confrontadas com a exigência de “viabilidade comercial”. Tal pressão financeira faz com o que discurso do projeto gráfico único seja relativizado tendo em vista um novo apelo, o do “barateamento do livro” e da “democratização do conhecimento”, a ser garantido por um projeto gráfico padronizado, como na coleção Portátil, e, conseqüentemente, mais acessível a um público consumidor amplo.

2- Formação da Cosac Naify

Em 1996, Charles Cosac retorna ao Brasil, depois de ter passado 15 anos na Inglaterra, onde havia iniciado o doutorado na Universidade de Essex com tese sobre o “Quadrado negro sobre fundo branco” (1915) de Malevich e o contexto social da Rússia entre 1905 e 1915. Um ano depois saíam as primeiras publicações da sua recém-fundada editora, a Cosac Naify.

Os primeiros livros publicados foram da área das artes visuais. O conjunto inclui monografias de artistas, como a obra de estreia da editora *Barroco de Lírios*, de Tunga, artística plástico brasileiro responsável pelo projeto gráfico do próprio livro, que conta com mais de duzentos tipos diferentes de papel e a imagem de uma trança que, desenrolada, chega a um metro de comprimento⁴.

³Suplemento Pernambuco (entrevista com Cassiano Elek Machado, ex-diretor editorial da Cosac Naify) acessado em <http://www.suplementopernambuco.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=158:o-livro-digital-nao-e-prioridade-na-cosac-naify&catid=8:entrevista&Itemid=4> no dia 20 de Outubro de 2010.

⁴Tunga é o nome artístico adotado por Antônio José de Barros Carvalho e Mello Mourão (1952), nascido em Palmares, Pernambuco. A trança é elemento recorrente no trabalho do artista, podendo ser encontrada em diversas obras como *Sem Título (Trança)* (1981), *A Vanguarda Viperiana* (1985), *Tacape* (1986), *Êxtases* (1987), *Lézart* (1989), dentre outras. Informações sobre o artista podem ser acessadas em <http://www.tungaooficial.com.br>. Último acesso no dia 17 de janeiro de 2014.



Detalhes do livro *Barroco de Lírios* (1997)

Fonte: site da Cosac Naify: <http://www.editoracosacnaify.com.br>.

O panorama das primeiras publicações, voltadas para a arte, bem como sua estrutura inicial baseada em relações familiares, marcam o que seria o perfil da editora nos anos seguintes. A publicação regular de monografias de artistas, os projetos gráficos especiais e o interesse de Charles Cosac nas artes visuais, bem como as entrevistas concedidas à imprensa, chamaram a atenção dos leitores e definiram a forma como a editora ficou conhecida.

A constante necessidade de novos aportes financeiros dos sócios demandou, entretanto, modificações na organização da empresa, objetivando um equilíbrio de suas finanças. É nesse processo que Augusto Massi, por volta do ano 2001, é convidado a ser o diretor editorial e, posteriormente, presidente da editora. O leque de publicações foi consideravelmente ampliado, começando-se a produzir, alguns anos depois, livros infantis, hoje um dos setores mais fortes da empresa. Outra modificação relatada por Massi foi a reformulação do departamento de *design*. Elaine Ramos, atual diretora de arte e coordenadora da editoria de design, assumiu o departamento gráfico da editora. Reuniões regulares de criação entre o departamento gráfico e o editorial, chamadas de “reunião de criação” ou “reunião conceitual”, passaram a fazer parte da rotina de trabalho.

A editora inaugura uma nova fase com a ampliação das publicações, acarretando a “profissionalização” da empresa, a divisão clara entre os setores e o incentivo a uma troca regular entre *designers* e editores no processo de produção dos livros, fato este fundamental no entendimento da relevância do projeto gráfico.

3- O projeto gráfico da Cosac Naify

Rafael Cardoso (2005: 177) afirma que “quando se fala em *design* de livros, deve-se considerar o tratamento dispensado ao objeto como um todo, desde a sua construção tridimensional (tamanho, papel, encadernação) até a sua impressão, diagramação e ilustração”. Projetar graficamente uma edição faz parte da ação de editar e, portanto, marca definitivamente a obra que se vai pôr em circulação. Nas palavras do estudioso do livro no Brasil, Emanuel Araújo (2008: 373):

O que nós vemos, influencia como e o que entendemos. A informação visual comunica de modo não verbal, por meio de sinais e convenções que podem motivar, dirigir ou mesmo distrair o olhar do leitor, e todos os elementos visuais influenciam uns aos outros. Por isso, o projeto visual de um livro é uma ferramenta importante para comunicação, e não apenas um elemento decorativo. O modo como se organiza a informação numa página pode fazer a diferença entre comunicar uma mensagem ou deixar o usuário confuso (ARAÚJO, 2008: 373).

O diálogo entre os editores e os *designers* é ponto fundamental para explicar a concepção gráfica dos livros da Cosac Naify. A parceria entre as partes é relevante para o entendimento da forma como o projeto gráfico dos livros assume a concepção do projeto editorial da empresa. Augusto Massi teve, sem dúvidas, uma papel importante ao se empenhar em dar espaço ao desenvolvimento do trabalho gráfico dos livros, investindo em pesquisa e na formação de equipe qualificada.

A Cosac Naify raramente contrata capistas externos à editora, mantendo no quadro permanente da empresa uma equipe de cinco *designers*, responsáveis por projetar graficamente os livros, e seis produtores gráficos, que acompanham a impressão dos livros nas gráficas, garantindo que a impressão corresponda àquilo que foi projetado. Esta é uma diferença importante da Cosac Naify em relação a maioria das editoras brasileiras, o que marca o desenvolvimento do projeto gráfico como algo determinante na sua constituição identitária, colocando designers e produtores gráficos em diálogo direto e contínuo com editores.

O antropólogo e linguista Edward Sapir (1884-1939), ao tratar do tema da cultura, estabelece uma distinção entre cultura autêntica e cultura espúria (2012). A cultura autêntica seria um conjunto de modos de agir, pensar, tomar atitudes, selecionar artefatos socialmente valorizados, tudo isso posto de forma que o indivíduo tenha respeitada sua criatividade, não estando submerso numa estrutura social que o torne sem significado, tanto para si mesmo quanto para os outros ao seu redor, o que, por sua vez, caracterizaria a cultura espúria. Nas próprias palavras de Sapir (2012: 42): “A cultura autêntica não é, por princípio, alta ou baixa; ela é apenas inerentemente harmoniosa, equilibrada e satisfaz seus próprios requisitos. Ela é a expressão de uma atitude ricamente variada, mas de algum modo unificada e consistente ante a vida, uma atitude que vê a significação de qualquer elemento da civilização em sua relação com todos os outros”.

A forma como os editores da Cosac Naify vêm a si próprios, que fica subentendido em seus diversos discursos, remete de forma nítida a essa valorização do que Edward Sapir chama de cultura autêntica, uma

consciência e participação em todas as etapas do livro, um envolvimento que remete à concepção do livro artesanal.

Essa participação em todos os processos da editora, estabelecendo uma nítida identificação do editor com o produto final de seu trabalho, o livro impresso e distribuído, está relacionado a uma participação da concepção editorial que envolve criatividade individual. Como afirma Sapir (2012: 43), “As atividades principais do indivíduo devem satisfazer diretamente seus próprios impulsos criativos e emocionais, devem ser sempre algo mais do que apenas meios para um fim”. Estaria encerrado no produto final a energia individual daqueles sujeitos envolvidos na produção do objeto. Isso demarcaria o seu caráter autêntico.

A categoria autenticidade também é utilizada por Walter Benjamin ao tratar do processo de reprodutibilidade técnica dos objetos artísticos (1987). Com o incremento das técnicas de reprodução, os objetos perdem o que tem de específico, o que o tornam único, ou, nas palavras de Benjamin, sua *aura*. É interessante notar como a categoria “artesanal”, associada a editora quando se trata da experimentação gráfica, mesmo que realizada em escala industrial, serve de um valor que objetiva afastar a editora de qualquer qualificação que remeta à homogeneização ou padronização, valores que seriam ligados, de acordo com Sapir (2012), a uma cultura espúria.

O discurso da experimentação, típico das editoras artesanais, é, na Cosac Naify, associado ao discurso do industrial, na medida em que trabalha com tiragens comerciais (que variam entre três a cinco mil exemplares, podendo ser até maiores) e distribuição nas livrarias, como fica patente na descrição da Coleção Particular.

4- A Coleção Particular

Um exemplo recorrente nos discursos dos editores e designers, ao tratarem da valorização do projeto gráfico na Cosac Naify, é a Coleção Particular, na qual se destacam a inventividade do design gráfico e sua relação com o texto.

A Coleção Particular conta, até então, com sete livros: *Primeiro amor* (2004), de Samuel Beckett; *Bartleby, o escrivão: uma história de Wall Street* (2005), de Herman Melville; *A fera na selva* (2007), de Henry James; *Zazie no metrô* (2009), de Raymond Queneau; *Flores* (2009), de Mario Belantín; *Museu do romance da eterna* (2010), de Macedonio Fernandez; e *Avenida Viéviski* (2012), de Nikolai Gógol.



Primeiro amor, de Samuel Beckett



Bartleby, o escrivão: uma história de Wall Street (2005), de Herman Melville



A fera na selva, de Henry James



Zazie no metrô, de Raymond Queneau



Flores, de Mario Belantín



Museu do romance da eterna, de Macedonio Fernández



Avenida Viévski, de Nikolai Gógol

Fonte: site da Cosac Naify: <http://www.editoracosacnaify.com.br>.

O termo “coleção” é útil para se pensar as práticas editoriais adotadas pela Cosac Naify e os leitores objetivados por tais práticas, já que, segundo sugestão de Maria Toledo (2010: 140) “não só possibilita a reconstrução histórica das práticas específicas desenvolvidas pelos editores, como também permite redesenhar os leitores almejados por essas práticas. Na materialidade dos livros e nos dispositivos editoriais constitutivos da coleção, torna-se possível reconhecer estratégias que prescrevem leituras e modos de ler a seus diferentes públicos”.

A Coleção Particular, além de se tratar de uma coleção de livros pensados a partir de determinadas características comuns e visando um leitor e um modo de leitura específicos, faz referência a sua própria condição: chama-se Coleção Particular. Este nome é inspirado em obra publicada pela Cosac Naify, do escritor francês Georges Perec (1936-1982), intitulada *A Coleção Particular* (Perec, 2004). A obra trata de um colecionador de pinturas, o alemão radicado nos Estados Unidos, e rico comerciante de cerveja, Hermann Raffke, que encomenda a Heinrich Kürz uma pintura, intitulada *Coleção Particular*, em que é retratado diante de sua coleção de quadros. Um dos quadros que compõe o ambiente é o próprio *Coleção Particular*, que por sua vez reproduz a mesma cena, com toda a coleção de quadros de Raffke e assim por diante. Não interessa aqui analisar o texto de Perec, o que sem dúvidas abriria um leque de interpretações e considerações. É importante, no entanto, atentar para o fato de que o nome da coleção de livros da editora foi inspirado em tal enredo, o que faz com que seja inevitável a associação entre a coleção que a editora propõe e a coleção de pinturas da personagem de Perec.

O que deve ser explicado no ato de colecionar, como sugere o filósofo Krzysztof Pomian, é “exatamente o fato de o gosto se dirigir para certos objetos e não para outros, de [o colecionador] se interessar por isto e não por aquilo, de determinadas obras serem fonte de prazer [e outras não]” (Pomian, 1984). As coleções, portanto, mais do que um conjunto de objetos, referem-se à identidade daquele que a constrói e mantém, estabelecendo parâmetros para sua localização hierárquica na sociedade.

A própria ideia de coleção, portanto, e a especificidade decorrente da coleção agora em debate, sugere um modo de apropriação para leitor, como pode ser visto na descrição da Coleção Particular no catálogo da editora: “Nesta coleção, forma e conteúdo estão em estreito diálogo. Com uso de materiais, encadernação, acabamentos, métodos de impressão experimentais, os livros-objeto interagem com a escrita literária e com o leitor” (Cosac Naify, 2012: 560).

A descrição dos livros da coleção, bem como as disputas internas na editora contribuem para a compreensão do projeto editorial. O que hoje é considerado o primeiro livro da coleção é o *Primeiro Amor*⁵, do dramaturgo irlandês Samuel Beckett, lançado pela Cosac Naify em 2004. Com projeto gráfico realizado pela diretora de arte Elaine Ramos, premiada pelo trabalho em 2008 no 7º Prêmio Max Feffer de Design Gráfico da Suzano Papel e Celulose, o livro conta com capa e ilustrações, além da tradução, da artística plástica Célia Euvaldo.

O sucesso da crítica do primeiro livro abriu caminho para o segundo: *Bartleby, o escrivão: uma história de Wall Street* (2005) de Herman Melville. A surpresa do *Bartleby* começa logo na embalagem, em que um adesivo preto com letras brancas diz: *apesar de 12.000 exemplares vendidos acho melhor não comprar*. Após tirar o invólucro, é preciso descosturar a capa puxando uma linha vermelha sobressalente, e depois utilizar uma espátula para soltar as páginas e ler o texto, estando, portanto, o projeto gráfico em interação com o texto e sua leitura.



Capa *Bartleby*



Página retilada com espátula



Capa descosturada



Páginas abertas

Fonte: site da Cosac Naify: <http://www.editoracosacnaify.com.br>.

⁵ Quando do lançamento de *Primeiro Amor*, primeiro livro da coleção, a publicação não era denominada como parte de um conjunto determinado. Foi somente a partir do terceiro volume, *A fera na selva*, que a série foi agrupada sob a rubrica de Coleção Particular. Esta constatação é fundamental na medida em que revela atitudes (tomadas de posição) voltadas para a construção da identidade da editora e, como toda demarcação identitária, locus privilegiado de poder, é alvo de negociações e disputas.

Elaine Ramos foi premiada também pelo projeto gráfico do livro *Bartleby, o Escrivão* no 7º Prêmio Max Feffer de Design Gráfico da Suzano Papel e Celulose, mesmo em que recebeu prêmio pelo *Primeiro Amor*.

O terceiro livro da coleção foi o *A Fera na Selva*, do escritor americano Henry James, publicado em 2007, em duas versões, uma em português e outra em inglês, servindo de edição comemorativa pelos dez anos de criação da editora. O projeto gráfico foi realizado por Luciana Facchini, e conta com mais de dez tipos de papéis com gramaturas e cores diferentes. Recebeu o prêmio de projeto gráfico no 50º prêmio Jabuti, da Câmara Brasileira do Livro (CBL).

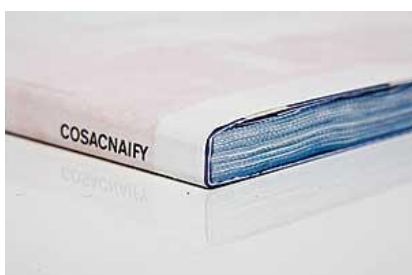
O livro *Zazie no metrô* (2009), de Raymond Queneau, é o quarto livro dentro da Coleção Particular. Conta com 97 ilustrações que ficam escondidas entre as dobras das páginas, visíveis somente através do papel bíblia ou ao se separar manualmente as páginas. As imagens são reproduções de cartazes que circulavam por Paris na época em que se passa a história. O projeto gráfico desse livro, desenvolvido por Elaine Ramos e Maria Carolina Sampaio, foi premiado em 2010 na *American Institute of Graphic Arts*.



Zazie no Metrô - livro aberto



Detalhe mancha vermelha



Detalhe mancha azul e lombada



Detalhe projeto gráfico

Fonte: site da Cosac Naify: <http://www.editoracosacnaify.com.br>.

O quinto livro a fazer parte da coleção é *Flores*, de Mário Bellatin. Com projeto gráfico de Elaine Ramos e Maria Carolina Sampaio, o livro não conta com lombada e vem dentro de um envelope plástico.

O sexto livro da coleção, o *Museu do Romance da Eterna*, de Macedonio Fernández, conta com projeto gráfico de Elaine Ramos. O sétimo e último livro inserido na coleção é o *Avenida Viévski* de Nikolai Gógol, lançado em 2012. O projeto gráfico está assim descrito: “A disposição do texto nas páginas está dividida em dois blocos espelhados, numa referência ao fluxo dos passantes por ambos os lados da via. Em dois volumes embrulhados num jornal da época”. Nota-se, mais uma vez, como nos demais títulos da Coleção Particular aqui descritos, a interação entre concepção gráfica e texto.

Acompanhando a descrição da Coleção Particular e dos livros que dela fazem parte, bem como os discursos dos próprios editores, duas categorias são fundamentais no entendimento da possibilidade de uma valorização estética do livro produzido pela editora: a existência de um público interessado no livro como objeto e a valorização da cultura material.

5- Leitores e Cultura Material

As referências ao *design*, à arte e ao mundo visual fazem parte do que os editores da Cosac Naify imaginam ser seu público, coisa que se confunde com eles próprios, funcionários, no momento em que, como afirma um dos entrevistados, os livros feitos na editora são livros que os editores gostariam de ter para si.

Ao questionar sobre o *feedback* que a editora recebe de seus leitores, o mesmo entrevistado diz que os meios mais propícios para isso são algumas feiras de livros, em que podem ouvir seus clientes, o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), que tem uma interação especial com os professores que adotam alguns dos livros da editora nas escolas, e, principalmente, nas promoções, muitas delas realizadas através do próprio site eletrônico da Cosac Naify, servindo este canal não só como ferramenta de retorno do leitor, mas como *marketing* dos seus produtos. Já que a editora não contaria com orçamento para realizar propagandas, segundo entrevista, os próprios livros realizariam esse papel, dado o “apelo visual” que os diferencia, instituindo-se tanto num objeto que se pode amar de “amor tátil”, como algo que faz parte da identidade daquele que o possui.

Tal perspectiva é reveladora da relação entre a valorização da cultura material e a apropriação identitária daquele que a ela tem acesso. Neste aspecto, é interessante destacar, em comentário de Maria Lucia Bueno (2008: 10), que “o avanço progressivo da economia monetária, da urbanização e dos valores burgueses na Europa no sec. XVIII prenuncia a emergência de um novo modo de vida ligado simultaneamente a valorização da cultura material e da subjetividade, no qual uma se converte na expressão da outra”. A valorização da cultura material como expressão da subjetividade e, ao mesmo tempo, a valorização da subjetividade expressa na cultura material, dão o tom dessa relação entre a posse de um livro e a identidade.

Os fenômenos do consumo e da cultura material geram relações sociais e constituem subjetividades. Esse é o argumento fundamental no trabalho realizado pela antropóloga Mary Douglas em parceria com o economista Baron Isherwood (Douglas e Isherwood, 2004). Para estes autores, antes de se julgar moralmente as práticas de consumo, dever-se-ia perguntar, exatamente, porque as pessoas consomem, o modo de apropriação e o que deixam de consumir. Essa visão antropológica é fundamental para se entender, dentre outras coisas, que o ato de consumir não é questão exclusiva da sociedade ocidental moderna. As relações de troca e sua importância na constituição da lógica social foram analisadas em várias etnografias e são retomadas pelos autores para mostrar que tal prática pode ser vista como uma categoria universal. Dessa forma, pode-se admitir, seguindo a linha de raciocínio de Douglas e Isherwood, que “a função essencial do consumo é sua capacidade de dar sentido” (ibidem) às relações sociais e identitárias dos sujeitos.

José Reginaldo Gonçalves (2007: 27) contribui para pensar de que forma os objetos constroem subjetividades e engendram práticas sociais. Objetos, afirma, “não apenas desempenham funções identitárias, expressando simbolicamente nossas identidades individuais e sociais, mas na verdade organizam (na medida em que os objetos são categorias materializadas) a percepção que temos de nós mesmos individual e coletivamente”.

Os livros da Cosac Naify são produzidos, segundo a concepção dos editores, para um leitor que encare tal produto como algo a ser desejado e colecionado. Tanto a concepção editorial quanto a existência do leitor para tais livros faz parte de uma valorização da cultura material que está intimamente relacionada com a subjetividade, constituinte do consumo moderno segundo Campbell (2001). O livro produzido pela Cosac Naify, entretanto, é um objeto específico, com categorias sociais materializadas em si, como fica patente na fala de um dos entrevistados, quando diz que “a ideia não seria fazer livros de arte, mas, principalmente, cultivar a arte de fazer livros:

O valor artístico como forma de definição do fazer editorial, tendo o belo como constituinte do produto industrial, é, portanto, uma intencionalidade na produção do livro. Tal transposição, entretanto, de valores artísticos para objetos industriais, ou seja, o embotamento da barreira entre arte e os objetos da vida cotidiana, faz parte de um período histórico determinado no capitalismo ocidental, que ganha força no século XIX. Como atesta Mike Fertherstone (1995: 45):

Um movimento duplo sugere a derrocada de algumas das fronteiras entre arte e vida cotidiana, bem como a erosão da condição especial da arte como uma mercadoria protegida. Em primeiro lugar, verifica-se a migração da arte para o *design* industrial, a publicidade e as indústrias associadas à produção de símbolos e imagens (...). Em segundo lugar, tem-se verificado a dinâmica vanguardista no âmbito das artes que, nas formas do dadaísmo e do surrealismo na década de 20 e do pós-modernismo na década de 60, procurou demonstrar que qualquer objeto de uso cotidiano poderia ser estetizado.

É inegável, portanto, que o desenvolvimento do *design* gráfico moderno esteja intimamente relacionado aos movimentos artísticos das vanguardas europeias (Weill, 2010). Questões estéticas inerentes ao campo artístico passam a fazer parte da realidade industrial, tendo o *design* como um dos vetores dessa transformação. Como alerta Adrian Forty (2007), entretanto, o *design* não pode ser visto somente como um meio para se projetar belos objetos ou resolver problemas na indústria: ele é essencial na obtenção de lucro para o fabricante e na transmissão de ideias.

O entendimento da valorização do projeto gráfico no projeto editorial da Cosac Naify passa pela percepção histórica da importância das vanguardas artísticas de início do século XX e da centralidade que o *design* assume posteriormente, acarretando numa crescente valorização da cultura material. As categorias utilizadas pelos editores entrevistados, como o “amor tátil” ou o livro como “objeto de desejo”, remetem ao valor social artístico adentrado na esfera dos produtos industrializados.

Os livros pensados pelos editores, as categorias das quais fazem uso para a sua explicação, a Coleção Particular, com livros que trazem sempre projetos gráficos “especiais”, e mesmo o leitor imaginado para tais

livros, enfim, todo o material analisado nesta pesquisa leva à constatação da crescente importância da cultura material e imagética nas relações sociais que envolvem a produção de livros.

6- Mudanças e continuidades no projeto editorial

Ao tratar da dinâmica do mercado editorial francês, Pierre Bourdieu (1999) aponta o funcionamento de dois polos distintos em constante tensão que são as categorias “literário” e “comercial”. O peso relativo dado a um dos polos de tensão, segundo os critérios de avaliação dos editores, é o que Bourdieu identifica como o dilema entre arte e dinheiro. A posição de uma editora no campo editorial depende do acesso a recursos escassos (econômico, simbólico, técnico) e o poder que esses recursos conferem.

Essa tensão é constante tanto na dinâmica interna da Cosac Naify quanto na forma como ela se relaciona com as demais editoras. No decorrer dos 17 anos de funcionamento, as propensões por um foco no “mercado” ou na “intervenção cultural” fizeram parte das suas escolhas editoriais, revelando ser pertinente analisar ambas as categorias no caso deste estudo.

Bourdieu (1999) afirma ainda que grande parte das tomadas de posição das editoras está relacionada ao lugar que ocupa no campo editorial, o que faz com que aquelas que ocupem uma posição dominante tendam a administrar ativos (capital econômico, simbólico e técnico acumulados) ao invés de propor inovações. Mesmo as editoras inicialmente mais inovadoras tenderiam, com o passar do tempo e à medida que se estabelecem no campo, a assumir uma atitude mais cautelosa.

Tal perspectiva adotada por Bourdieu em relação ao campo editorial pode ser extrapolada, segundo sua concepção, para toda a “economia de bens simbólicos” (Bourdieu, 1983). O que caracterizaria os bens simbólicos seria justamente a sua alocação espontânea, diante da aparente dicotomia entre espiritual e material, no polo espiritual. Essa alocação se dá através da “recusa do econômico” por parte do agente envolvido no mercado de bens simbólicos. O aparente desinteresse econômico desse agente, entretanto, revela-se falso. Embora o campo artístico funcione como um mundo econômico às avessas, “no qual as sanções positivas do mercado são ou indiferentes ou até negativas” (op.cit.180), existe nele uma série de bens escassos valorizados e afirmados através da própria recusa do econômico ou no aparente desinteresse. Uma linguagem permeada de eufemismos expia do campo artístico palavras de cunho econômico. É dessa forma que “o comerciante de quadros, com frequência, intitula-se diretor de galeria (...) [e] editor é um eufemismo para comerciante de livros ou comprador da força de trabalho literária” (op.cit. 181).

Voltando à análise do campo editorial feita por Pierre Bourdieu, quando uma editora está em vias de se estabelecer, tende a se apropriar de um vocabulário inerente ao campo artístico, evitando qualquer ligação com a lógica economicista. Já quando está estabelecida no campo editorial, tende a administrar melhor seus próprios recursos, dando maior atenção, mesmo que de forma disfarçada, à lógica operacional econômica. Essa discussão é importante para que se possa compreender o percurso da Cosac Naify no qual se percebe a defesa de um “projeto gráfico inovador” e de uma concepção de editora “não convencional”.

De 2001, quando Augusto Massi assume o cargo de diretor editorial da Cosac Naify, a 2011, ano em que sai da editora, várias mudanças ocorreram internamente na configuração da empresa. Por volta de 2004, dois anos após ter assumido o cargo de diretor editorial, Massi acumula o cargo com o de presidente da empresa. Em 2008 passa o cargo de diretor editorial para Cassiano Elek Machado. Nesse período, diversos novos projetos foram gestados. A Cosac Naify expandiu seu espectro editorial, passando de uma editora de arte para uma editora de literatura, ciências humanas e livros infanto-juvenis.

A editora acumulou diversos prêmios e publicou uma série de autores importantes, fatores que contribuíram para consolidá-la dentre as editoras mais reconhecidas no Brasil. O *Jornal Valor Econômico* promoveu uma enquete no ano de 2010 com um grupo de críticos e professores das áreas de artes e ciências humanas para identificar qual é a melhor editora do Brasil⁶. A Cosac Naify ficou em segundo lugar, tendo sido lembrada por 76% dos entrevistados, atrás somente da Companhia das Letras, editora já estabelecida e bastante forte no mercado brasileiro, lembrada por 86% dos entrevistados.

O reconhecimento da Cosac Naify desdobrou-se juntamente com uma crise financeira aguda, que em 2011 provocou a saída de Augusto Massi. A editora, entretanto, conseguiu superar os problemas e dar continuidade ao seu projeto.

A pressão econômica assume importância nos discursos dos entrevistados quando se trata de falar das modificações que ocorreram após a mencionada crise financeira de 2011, o que revela que a concepção da editora está em constante definição, permeada por disputas internas entre aqueles que fazem parte do empreendimento. Ao mesmo tempo em que se julga uma editora “diferente das editoras tradicionais”, ao falar tanto da intenção de intervenção cultural quanto de pressões mercadológicas, se busca, em contrapartida, uma concepção administrativa em “bases completamente lógicas e racionais”. Se por um lado o discurso sublinha que a Cosac Naify vai na “contramão do mercado”, por outro, ela demanda uma organização empresarial tradicional que dê suporte material para sua produção. As contradições nos discursos, mais do que revelar diferentes caminhos a serem escolhidos, apontam uma constante tensão entre ser a editora um empreendimento mercadológico ou cultural. É o dilema, repetindo a observação de Bourdieu (1999), entre arte e dinheiro, dilema este que está na base do empreendimento editorial, por excelência uma empresa capitalista e que interfere na dinâmica cultural⁷.

⁶FERRARI, Márcio. Letras Maiúsculas. *Jornal Valor Econômico*. 23/07/2010. A explicação metodológica cabe ao próprio realizador da pesquisa: “A pesquisa promovida pelo Valor não teve a intenção de medir a eficiência empresarial, mas indicar as editoras que mais se destacam culturalmente. A votação se encaminhou naturalmente para a ênfase nas áreas artístico-literária e das ciências humanas e muitos dos votantes mencionaram a capacidade de interferir na vida cultural e de formar leitores como critérios para medir a qualidade de uma editora. Aos 21 especialistas consultados, foi pedido que fossem escolhidas as três melhores casas editoriais. Ficaram de fora as áreas mais especializadas, como as dos livros técnicos, os de autoajuda e os didáticos e paradidáticos, embora a grande movimentação nesses setores nos últimos anos, em que ocorreram grandes fusões e incorporações, certamente influi no quadro geral”.

⁷ Tendo consciência dos limites desta pesquisa, não se pode, a partir do material analisado, afirmar que toda e qualquer editora, em algum momento, passe pelo dilema entre arte e dinheiro. Percebe-se, entretanto, que por se tratar de um empreendimento capitalista (funciona como uma empresa e, por isso, precisa de lucro) que comercializa bens culturais, tal dilema faz parte de muitos empreendimentos editoriais em algum momento de suas atividades.

A Coleção Portátil, lançada em 2012, é dedicada à publicação de “livros de bolso”. Esta categoria editorial, mais do que demarcar um formato de livro (que, pelo nome, se imagina em tamanho reduzido), demarca uma estratégia de *marketing* (Halewell, 2012).

O catálogo da Cosac Naify esclarece o projeto gráfico na Coleção Portátil:

O *design* dos livros da coleção foi pensado nos mínimos detalhes para que seja especial e inovador, como nas demais edições da Cosac Naify. As capas, com relevo exclusivo, trazem cores fluorescentes em uma disposição geométrica que varia a cada título. Os livros, em brochura, têm uma encadernação desenvolvida especialmente para garantir maior flexibilidade ao folhear. Todo o volume é impresso em [papel] *munchen*; a textura e cor agradáveis deste papel, aliadas ao tamanho e espaçamento das linhas e das letras garantem uma leitura confortável (Cosac Naify, 2012).



Coleção Portátil – Capas

Fonte: <http://editoracosacnaify.com.br>.

O que se percebe a partir da análise da descrição dos livros da coleção *Portátil* e do discurso dos editores é uma padronização do projeto gráfico, demandada pela necessidade de contenção financeira. Não necessariamente houve mudança em relação à concepção dos livros da editora por conta das mudanças administrativas.

Por serem livros anteriormente lançados pela Cosac Naify, não contam com grande parte dos custos iniciais: direito autoral, tradução, revisão de texto (a não ser que a segunda edição seja revista). Quanto ao projeto gráfico, há uma economia de esforços da equipe gráfica, na medida em que o mesmo projeto gráfico de capa e de miolo serve para todos os títulos da coleção, de forma que a concepção de livro pensado individualmente não se aplica. Também em termos de impressão essa economia existe, na medida em que dois títulos que tenham o mesmo número de páginas são impressos concomitantemente.

A concepção da coleção *Portátil* inverte o discurso sobre a realização “artesanal” e “individual” do livro, presente quando se fala da Coleção Particular, assim como evidencia a utilização de uma categoria, antes não tão presente na concepção editorial da Cosac Naify, a de “democratização”, a partir de um projeto gráfico serializado e que assegura um preço de capa mais baixo.

As categorias de “artesanal”, “livro como obra de arte” e demais termos correlatos utilizados pelos editores para demarcar a preocupação conceitual dada individualmente a cada livro não se repete nas falas sobre a coleção *Portátil*. Trata-se sem dúvida de um projeto gráfico “de qualidade”, mas que não apela para o individual e único. É importante, ainda, perceber como os termos “qualidade gráfica” sofrem modificações,

variando à medida que as questões financeiras tornam-se mais prementes, e vão sendo até relativizadas. A democratização do livro torna-se mais relevante.

O projeto gráfico de uma obra, mais do que a simples elaboração de uma capa e uma diagramação adequadas, funciona como signo da concepção editorial, influenciando a forma como o texto será circulado e recebido pelo leitor. A elaboração do projeto gráfico de qualidade de um livro demanda o seu tratamento individual e não padronizado. Requer que se busque, acima de tudo, um conceito que aciona uma série de categorias referentes ao universo valorativo da cultura, da arte e do simbolismo. As pressões econômicas as quais qualquer editora está submetida, entretanto, tencionam esta posição relativa aos projetos gráficos, revelando que, em diversos momentos, escolhas devem ser feitas, e nem sempre o apelo cultural ou artístico da obra, apesar do seu poder em atrair consumidores e leitores, assume o lugar de protagonista.

7- Considerações Finais

Na trajetória da Cosac Naify, o projeto gráfico tem papel fundamental no projeto editorial, sendo um dos motivos de maior reputabilidade da editora. As negociações contínuas entre *designers* e editores apresenta um rico panorama de disputas internas pela concepção editorial, revelando a valorização da imagem, materialidade dos livros e centralidade do *design* na sociedade contemporânea.

É notável a recorrência a termos como “artesanal”, “individual”, “único” e “interferência cultural” na descrição da prática editorial. A partir dessas categorias, os livros da editora teriam um apelo material, tátil, que se revelaria nos papéis, costura, tipos, cores, ilustrações e diversos outros materiais utilizados em diferentes publicações, todas em diálogo com o texto a ser publicado. Tais categorias convivem, entretanto, na Cosac Naify, com categorias relacionadas ao industrial e comercial, como “serialidade”, “homogeneidade” e “contabilidade”, que se corporificam na quantidade de exemplares impressos, na circulação do livro, nas vendas para as principais livrarias do país e por loja virtual própria, além de práticas que advêm da necessidade de manutenção da empresa.

A Coleção Particular demonstra a intencionalidade da Cosac Naify em se apresentar aos leitores como uma editora que investe na experimentação gráfica de seus livros. As categorias utilizadas pelos editores para descrever esta coleção são as relacionadas aos valores artesanais, operacionalizados dentro de uma lógica industrial (número de exemplares, impressão e comercialização). Já nos livros da coleção Portátil, coleção de livros de bolso inaugurada em 2012, o que se percebe na fala dos editores é uma maior proximidade com valores relacionados ao industrial e a diminuição dos custos de produção, objetivando um livro mais “acessível”.

Nota-se, portanto, uma disputa constante entre o artesanato da produção individualizada e a pressão comercial, que encontra solução na serialização industrial. A relevância do projeto gráfico no projeto editorial da Cosac Naify se apresenta como tentativa de impor valores individuais, artesanais e estéticos à industrial

editorial. A existência de consumidores e leitores interessados, que não foram objetos desta pesquisa, mas são, sem dúvida, peça fundamental no entendimento dessa dinâmica, revela um universo em que valores estéticos se associam ao industrial, apresentando produtos industriais concebidos com valores artísticos, decorrentes de uma expansão da cultura material na modernidade. É nesse universo social que se explica a relevância dada pela Cosac Naify ao projeto gráfico dos seus livros.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Emanuel. **A Construção do Livro: Princípios da Técnica de Editoração**. São Paulo: Lexikon/Editora UNESP, 2008.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica**. In: *Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre a literatura e história da cultura*. (vol. 1). São Paulo: Brasiliense, 1987.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia dos Bens Simbólicos**. In: *Sociologia*. Organizador: Renato Ortiz. São Paulo: Ática, 1983.

_____. **Une révolution conservatrice dans l'édition**. Actes de la recherche en science sociales, 1999.

BUENO, Maria Lucia. **Apresentação – Cultura e Estilos de Vida**. EM: BUENO, Maria Lucia; CAMARGO, Luiz Octávio L. [Org.] *Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo: SENAC, 2008.

CAMPBELL, Colin. 2001. **A ética romântica e o moderno espírito do consumismo**. Rio de Janeiro: Rocco.

CARDOSO, Rafael. **O início do design de livros no Brasil**. In: CARDOSO, Rafael (org.). *O Design Brasileiro Antes do Design: aspectos da história gráfica, 1870-1960*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

COSAC NAIFY. **Catálogo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron **O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FORTY, Adrian. *Introdução*. In: **Objetos de Desejo – design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. **Teorias Antropológicas e Objetos Materiais. In: Antropologia dos Objetos: coleções, museus e patrimônios**. Rio de Janeiro (Coleção Museu, memória e cidadania), 2007.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil: sua história**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

PEREC, Georges. **A Coleção Particular**. São Paulo. Cosac Naify, 2004.

POMIAN, Krzysztof. **Coleção**. In: *Enciclopédia Einaudi (volume 1) - Memória – História*. Lisboa, Imprensa Nacional: Casa da Moeda, 1984.

SAPIR, Edward. **Cultura: Autêntica e Espúria**. *Revista Sociologia e Antropologia*. V. 02.04: 35-60, 2012.

TOLEDO, Maria Rita de Almeida. **A Companhia Editora Nacional e a política de editar coleções: entre a formação do leitor e o mercado de livros.** In: BRAGANCA, Aníbal; ABREU, Márcia (organizadores). *Impresso no Brasil: Dois séculos de livros brasileiros.* São Paulo: Editora Unesp, 2010.

WEILL, Alain. **O Design Gráfico.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

Periódicos

ABUJAMRA, Adriana. **Um Personagem à Procura de Seus Autores** (Perfil de Charles Cosac). *Jornal Valor Econômico.* Jan. 2012.

FERRARI, Márcio. **Letras Maiúsculas.** *Jornal Valor Econômico.* 23/07/2010

JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO. **Tradução e Projeto Gráfico Preocupam.** *Caderno Ilustrada.* 8 de Outubro de 1997.