



*Projeto Gráfico em Livros da Editora Cosac Naify: Cultura Material, Artesanato e Estetização**

Leonardo Nóbrega**

* Este texto foi apresentado no GT 28 do XVII Congresso Brasileiro de Sociologia, realizado entre os dias 20 e 23 de Julho de 2015, em Porto Alegre (RS), e 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” sob orientação da profa. Dra. Glaucia Villas Bôas e coorientação da profa. Dra. Tatiana Siciliano.

** Doutorando em Sociologia pelo IESP/UERJ.

RESUMO – O objetivo deste artigo é analisar, por meio de entrevistas, catálogos, e artigos de jornal e revista, as categorias sociais presentes na prática editorial da Cosac Naify ao promover o projeto gráfico como elemento fundamental de sua política editorial. 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 para a apresentação do livro, com consequências para o modo como circula, é comprado e lido. Constata-se, a partir do material analisado, uma disputa em relação ao papel do projeto gráfico na política editorial, assumindo a categoria de artesanal diferentes valores a depender do contexto em que dela se faz uso.

Palavras-chave: Campo Editorial; Cosac Naify; Cultura Material; Design Gráfico; Artesanato.

ABSTRACT – This paper aims to analyze, through interviews, catalogs, and magazine and newspaper’s articles, the social categories used in Cosac Naify’s publishing practice, which promotes graphic design as a fundamental element. Not only the treatment of the text to be published, but the format in which it is published, the choice of paper, whether or not illustration, types and page margin, graphic design, in short, is fundamental to the presentation of books, with consequences for how circulates, is bought and read. It appears, from the material analyzed, a dispute regarding graphic design role in editorial policy, taking the craft category different values depending on the context in which it is used.

Keywords: Publisher Field; Cosac Naify; Material Culture; Graphic Design; Craft



¹ O fim da editora Cosac Naify foi anunciado no dia 30 de novembro de 2015 através de entrevista com Charles Cosac publicada no site do Jornal O Estado de São Paulo. Apesar de o encerramento da editora não estar contemplado na presente pesquisa, as discussões aqui esboçadas já apontam tensões que se revelaram decisivas quando da repercussão do anúncio do fim das atividades da Cosac Naify.

Este texto discute e articula algumas das categorias presentes na prática editorial da Cosac Naify ao promover o projeto gráfico como elemento fundamental de sua política editorial. Qual a importância do projeto gráfico nos livros e na definição da identidade da editora? Qual o espaço da produção artesanal diante de dinâmicas de produção crescentemente industriais? Como se relacionam as diferentes percepções dos editores em disputa pela construção da política editorial? Algumas possíveis respostas a tais perguntas serão aqui debatidas, tomando como base entrevistas realizadas com editores, análise de catálogos e artigos de jornal e revista.

A atividade de editar deve ser entendida como atividade intermediária entre o texto escrito e o leitor. É, dessa forma, importante na circulação de ideias, estando inserido em um campo relativamente autônomo. Não somente o tratamento dado ao texto a ser publicado, mas o formato em que é publicado, a escolha do papel, a existência 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 Cosac Naify, desde a sua fundação em 1997 até o encerramento de suas atividades em 2015, foi o trabalho de design editorial. É necessário entender como a editora promoveu sua política editorial, marcou o seu lugar dentro do campo e sugeriu modos de apropriação, bem como a dinâmica das relações sociais dentre os indivíduos envolvidos na concepção da editora desde sua criação até o ano de 2013, período abordado nesta pesquisa¹.

O que se percebe, a partir do material analisado, é um apelo discursivo dado ao trabalho realizado com “qualidade”, presente tanto no projeto gráfico dos livros quanto no cuidado com a tradução, paratextos etc. Tal qualidade é remetida, em diversos momentos, a produção artesanal, cristalizando-se, principalmente, nos livros organizados na Coleção Particular. 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”, a ser garantido por um projeto gráfico padronizado, como na coleção Portátil, porém sem o abandono da “qualidade” no discurso editorial.

Constata-se, portanto, uma valorização, tanto discursiva quanto em processos concretos de produção, do projeto gráfico. Este, porém, tem característica simbólica flutuante, sendo, em alguns momentos, associado a valores artesanais, entendidos como a produção atenta e individualizada dos livros, e em outros, a valores mercadológicos, compreendido como o livro esteticamente atraente e acessível ao consumidor. A partir desta discussão é proposto o questionamento do lugar do artesanal na dinâmica das sociedades modernas, seja em sua defesa da autonomia e criatividade na



² RAMOS, Elaine. Entrevista concedida ao autor. São Paulo: 15 de agosto de 2013.

³ COSAC, Charles. Entrevista concedida ao autor. São Paulo: 4 de dezembro de 2013.

produção (SENNETT, 2013), seja em seu aspecto superficial característico da estética das mercadorias (HAUG, 1997).

A editora Cosac Naify

A editora Cosac Naify foi criada em 1997 pelos sócios Charles Cosac e Michael Naify e tinha como foco inicial a produção de livros de artes. Até o fim do seu funcionamento chegou a publicar mais de mil títulos distribuídos em dez áreas de interesse como Arquitetura, Arte, Ciências Humanas, Cinema e Teatro, Design, Fotografia, Infante-juvenil, Literatura, Moda, Música e Dança.

Ao ser perguntada sobre como vê a editora Cosac Naify, Elaine Ramos, diretora de arte e coordenadora editorial na área de Design, responde: “é uma mistura de Brasiliense com Noa Noa”². Este depoimento é bastante revelador da forma como a editora tenta se posicionar e dos embates que surgem em seu processo. Na afirmação, a Brasiliense pode ser identificada como uma editora que produz em escala industrial, com relevante projeto cultural, em grandes tiragens, com grande capacidade de circulação, porém com projetos gráficos padronizados para os diversos livros. Já a Noa Noa, no lado oposto do espectro gráfico-editorial, estaria relacionada à inovação em escala artesanal, com o toque pessoal daquele que o faz, sem pretensão de alcançar um grande público. Entre o industrial e o artesanal, entretanto, existe um amplo espectro de possibilidades, que o acompanhamento do processo de criação e solidificação da editora pode revelar.

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 projeto de tese sobre o “Quadrado negro sobre fundo branco” (1915) de Malevich e o contexto social da Rússia entre 1905 e 1915, que não chegou a ser concluído³. Um ano depois, em 1997, saíam as primeiras publicações da sua recém-fundada editora, em parceria com seu cunhado, o empresário norte-americano, Michel Naify.

Os primeiros livros publicados foram da área de artes visuais. O conjunto inclui monografias de artistas, como a obra de estreia da editora *Barroco de Lírios*, de Tunga, artista 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 comprimento.

O panorama das primeiras publicações, voltadas para a arte, bem como sua estrutura inicial baseada em relações familiares, marca 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 a 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, por volta do ano 2001, o editor e professor de Literatura da USP Augusto Massi é convidado a ser o diretor editorial e,



⁴ MASSI, Augusto. Entrevista concedida ao autor. São Paulo: 28 de outubro de 2013.

posteriormente, presidente da editora, tendo como missão a sua “profissionalização”. Este processo envolveu, além de uma tentativa de equilibrar as finanças, uma divisão clara entre os setores, a exigência de cumprimento rígido de horários, e o incentivo a uma troca regular entre designers e editores no processo de produção dos livros. O leque de publicações foi consideravelmente ampliado, começando-se a produzir, alguns anos depois, livros infantis, setor que se tornou um dos mais fortes da empresa, assim como Ciências Humanas e Literatura. Outra modificação empreendida por Massi foi a reformulação do departamento de design, convidando Elaine Ramos, que já trabalhava na editora, a assumir a direção do departamento gráfico e formar sua própria equipe. Reuniões entre o departamento gráfico e o editorial, chamadas de “reunião de criação” ou “reunião conceitual”, passaram a fazer parte da rotina de trabalho.

Nas entrevistas realizadas para esta pesquisa, o diálogo entre editores e designers foi apontado por todos como o ponto fundamental para explicar a concepção gráfica dos livros da Cosac Naify. Tal parceria seria fundamental para o entendimento da forma como o projeto gráfico assume relevância no projeto editorial. Augusto Massi diz que se empenhou em dar espaço ao desenvolvimento do trabalho gráfico dos livros, investindo em pesquisa e na formação de equipe qualificada.

O design tem uma dimensão cultural, não deve ser associado simplesmente aos apelos do mercado. Design e mercado andam juntos. Mas, o design é criativo, influencia e forma o gosto. Ele está intimamente ligado a uma ideia de transformação. Ele altera os critérios. A partir de 1986, com o

surgimento da Companhia das Letras houve uma mudança de patamar na nossa vida editorial. As pessoas passaram a não aceitar mais o livro feio, mal revisado, mal traduzido. A Companhia virou sinônimo de qualidade. Penso que a Cosac Naify representou um novo salto de qualidade. Todo o mercado editorial se sentiu pressionado a mudar. No mínimo foram obrigados a se posicionar diante de novas questões: usar ou não usar capa dura, investir num projeto gráfico ousado vende ou assusta, o livro deve ser um objeto de arte, etc. Porém, essa mudança envolve uma discussão e uma decisão mais ampla. Não é só o design, é uma escolha intelectual, uma tomada de posição. É preciso correr risco⁴.

O depoimento de Augusto Massi é revelador da importância dada ao projeto gráfico dos livros na concepção da política editorial: estabelecida como uma tomada de posição intelectual, a discussão da criação gráfica insere-se em todas as etapas e assume parte da direção dos caminhos traçados, indo além dos apelos mercadológicos (mas não os excluindo). As diferentes concepções do que venha a ser o projeto gráfico, operacionalizadas pelos sujeitos envolvidos no processo de construção da política editorial, revela as implicações sociais de tal categoria, em disputa que se verifica tanto no primado por uma produção artesanal autônoma e reflexiva quanto numa elaboração estética típica das mercadorias modernas.

O projeto gráfico na Cosac Naify e a Coleção Particular: experimentação e identidade editorial

Mais do que a formação e adequação do texto à leitura, certamente influenciando no modo como o texto será recebido, o projeto gráfico de um livro é determinante na apresentação de uma editora. Rafael Cardoso (2005, p. 177) afirma que “quando se fala em design de



⁵ MASSI, Augusto. Entrevista concedida ao autor. São Paulo: 28 de outubro de 2013.

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. Também o estudioso do livro, Emanuel Araújo (2008: 373), demarca essa função essencial:

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, p. 373).

Um exemplo recorrente nos depoimentos 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, como se pode ver no depoimento de Augusto Massi:

No fundo, a ideia da Coleção Particular é fruto de uma dinâmica coletiva. De imediato, ela nasceu de uma ida à China, realizada pela pintora Célia Euvaldo, que também trabalhava na Cosac Naify como editora de imagens. A Célia trouxe de lá alguns cadernos com as folhas costuradas na lombada [à direita] e não refiladas [à esquerda]. Os cadernos eram compostos por folhas A 4 dobradas ao meio e com as suas duas extremidades costuradas na lombada. Quando os

cadernos estavam fechados as faces internas do papel se juntavam, formavam uma só página. Mas, ao abri-los, a folha dava uma embarrigada e formava uma espécie de canudo. Dentro da editora todos ficaram impressionados com a simplicidade e as potencialidades daquele caderno. Então, à partir de uma conversa entre Célia, a Elaine e eu, surgiu a ideia de realizarmos algo com aquele princípio. A Célia anteriormente tinha traduzido, por conta própria, uma bela novelinha do Samuel Beckett: *Primeiro Amor*. Juntei as coisas e propus: porque não realizamos um livro de artista? Mas, teria que ser um livro de artista barato, feito em casa. A Elaine soube agregar o imaginário dela. Quando o livro saiu, houve uma recepção crítica extremamente favorável.

Notei que essa experiência poderia ser ampliada para outros campos da editora. Havia um território novo a ser explorado. Poderíamos fazer livros experimentais, artesanais e autorais mas em escala industrial. Para isso, seria necessário ultrapassar as especializações dentro da própria editora. Não privilegiar o editorial nem o design. Era preciso fazer com que o texto se fundisse ao projeto gráfico e que o design gráfico irradiasse todos os sentidos do texto. Daí pra frente, coloquei como um desafio interno conceber, anualmente, um livro que desse continuidade à esta família de seres insólitos e criativos. Penso que a minha maior contribuição dentro da editora, além da preocupação em formar novos profissionais, foi conseguir reunir e motivar vários setores da empresa em torno de algumas poucas ideias fortes e inéditas. A Coleção Particular não lembra nada feito lá fora [do país] ou aqui dentro. Depois dela várias editoras nacionais e internacionais passaram a acompanhar nosso trabalho de perto. É uma criação com a marca de fábrica da Cosac Naify⁵.

O projeto gráfico, como aparece na fala acima citada de Augusto Massi, portanto, está relacionado a uma autonomia na produção do livro, decorrente de uma dinâmica coletiva em que se agregam experiências diversas a serem consolidadas de forma criativa no produto final. A análise da citada Coleção Particular - observando tanto seus aspectos materiais, como capa, miolo,



⁶ Quando do lançamento de *Primeiro Amor*, hoje considerado o primeiro livro da coleção, ainda não existia a Coleção Particular. Foi somente a partir do terceiro volume, *A fera na selva* (2007), 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, lócus privilegiado de poder, é alvo de negociações e disputas.

diagramação, papel, linhas de costura etc., quanto em seus aspectos discursivos, revelados na descrição dos livros no catálogo e nas falas dos editores entrevistados -, ajuda a aprofundar tal perspectiva.

É importante destacar que o termo “coleção” é útil para se pensar as práticas editoriais adotadas pela Cosac Naify e os leitores objetivados por ela. Esta é uma sugestão de Maria Toledo (2010) que, em seu trabalho sobre a coleção “Biblioteca Pedagógica Brasileira”, da Companhia Editora Nacional, desenvolveu um modelo de análise focado na categoria de análise “coleção”.

Esse modelo 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 (TOLEDO, 2010, p. 140).

A Coleção Particular contava, até o fim da realização desta pesquisa, 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 Viévski* (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 Fernandez



Avenida Viévski, de Nikolai Gógol

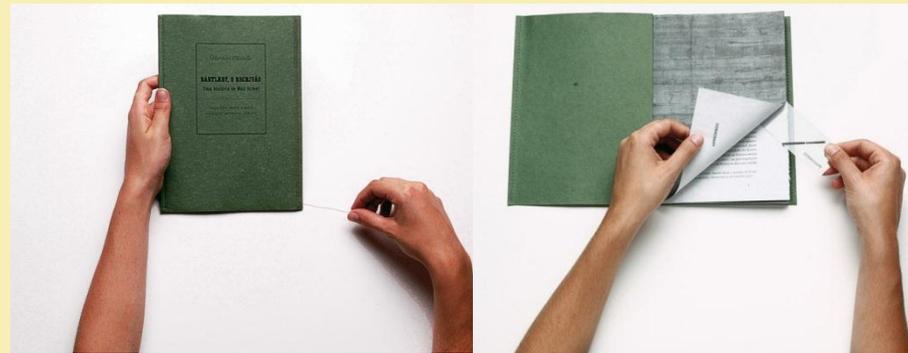
Fonte: <http://editoracosacnaify.com.br>.

O primeiro livro da coleção foi o *Primeiro Amor*⁶, 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 refilada com espátula



Capa descosturada



Páginas abertas

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

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 *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

dos 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).

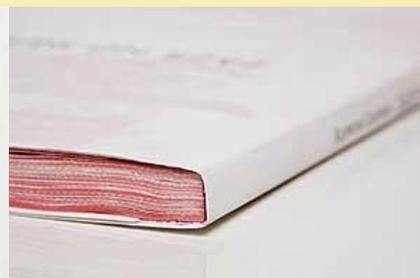
O livro *Zazie no metrô* (2009), de Raymond Queneau, é o quarto livro dentro da Coleção Particular. Conta com 97 ilustrações que ficam escondidas entre as dobras das páginas, visíveis somente através do papel bíblia (papel de baixa gramatura) ou ao se separar manualmente as páginas. As imagens são reproduções 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*.



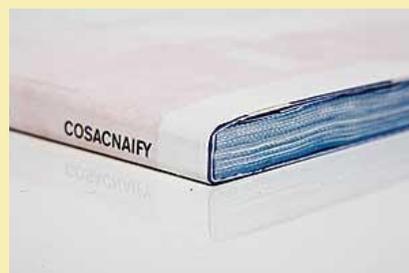
⁷ MASSI, Augusto. Entrevista concedida ao autor. São Paulo: 28 de outubro de 2013.



Zazie no Metrô - livro aberto



Detalhe mancha vermelha



Detalhe mancha azul e lombada



Detalhe projeto gráfico

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 costurada 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.

Segundo Augusto Massi:

A Cosac Naify se firmou como uma editora inovadora quando fizemos livros como *Bartleby*, onde o projeto e os materiais empregados também representavam uma interpretação da novela do Melville. Por exemplo, quando costuramos todos os lados do livro e utilizamos como papel de capa um feltro para radiador de automóvel, estamos sinalizando para o leitor que, a exemplo do enigmático personagem principal, que o significado deste livro está hermeticamente fechado. Quando usamos na capa de *Fera na Selva* um papel de sedex, difícil de se rasgar, estamos sutilmente dizendo que a história de amor narrada por Henry James demorará para ser revelada. Quer dizer, uma obra literária como *Bartleby* torna-se um livro essencialmente de *design*. A força da história, a ótima tradução, tudo conta a favor, mas, neste caso, o que primeiro agarra e prende a sensibilidade do leitor é a sua dimensão de objeto, um *objet trouvé*, colecionável. É esse caráter de descoberta, de achado, de único que faz com que as pessoas comprem dois exemplares. Um para ler, outro para guardar, fechado, intacto. O livro é transfigurado em conceito⁷.

A fala de Augusto Massi ilumina a dinâmica que na sua concepção era desejável que acontecesse na editora: uma interação criativa entre editores e designers, propondo a construção autônoma e criativa de um objeto visto não somente como suporte textual, mas como um fim em si mesmo, algo que pode ser colecionável e exposto, tal qual um objeto de arte.

Esse processo criativo é também destacado por Elaine Ramos, para quem:



⁸ RAMOS, Elaine. Entrevista concedida ao autor. São Paulo: 15 de agosto de 2013.

⁹ MACHADO, Cassiano Elek. Entrevista concedida ao autor. E-mail: 6 de maio de 2013.

¹⁰ FERRARI, Florencia. Entrevista concedida ao autor. São Paulo: 29 de outubro de 2013.

A grande diferença [da Cosac Naify em relação a outras editoras] é que pensamos em cada livro individualmente, evitando a linha de montagem que é o miolo padrão e a capa encomendada. Pensamos o livro como um todo, na íntegra, capa e miolo fazem parte do mesmo projeto, juntamente com o conteúdo específico do livro. Esse é o diferencial principal⁸.

A ideia de que o projeto gráfico de cada livro seja pensado individualmente, sem a diferenciação entre a concepção da capa e a diagramação do miolo, comum na maioria das editoras, está associada ao projeto intelectual do qual fala Massi. Na defesa de tal projeto está a reivindicação de um engajamento pessoal com o trabalho e o reconhecimento de si no produto final. O que é compartilhado por Cassiano Elek Machado, ex-diretor editorial da Cosac Naify, para quem “o vetor central não é nem a qualidade gráfica, é a qualidade [de uma forma geral]”⁹.

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, p. 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 descrevem a si próprios 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. É interessante, neste ponto, observar a fala de Florencia Ferrari, diretora editorial no momento em que as entrevistas foram realizadas, sobre os procedimentos editoriais nos seus primeiros anos de editora, quando ainda era doutoranda em antropologia na USP e assistente editorial na Cosac Naify:

Eu sempre tive bastante naturalidade para lidar com as diferentes áreas da editora, sempre me interessei por design, processos de produção, formação de preço, desempenho comercial etc. Mesmo como assistente editorial do Augusto [Massi], eu interagia com todas as áreas. Naquela época não existia ainda o departamento de direitos autorais e os próprios editores negociavam com editoras estrangeiras ou faziam o contrato com o autor. Brincávamos que era um sistema de alienação zero, um editor quando assumia um livro, fazia o contrato, editava, batia emendas, fazia pesquisa de imagem, ia na livraria falar com o livreiro, participava de todo o processo. Nos reconhecíamos no produto final do trabalho¹⁰.

Como afirma Sapir (2012, p. 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, muito próximo ao simétrico oposto da ideia marxiana de alienação, como fica evidente tanto na concepção de Sapir quanto no depoimento de Florencia Ferrari.

É interessante notar como a categoria “artesanal”, associada à 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, a uma cultura espúria.

A categoria de autenticidade, busca pela qualidade, organicidade na relação entre todos os envolvidos nas diversas etapas, além do tratamento individual dado a cada livro, com o tempo necessário para o amadurecimento dos projetos específicos, remetem a uma forma de organização que está também presente na categoria do artífice desenvolvida por Richard Sennett.

Para Sennett (2013), o artífice é aquele que busca realizar bem um trabalho pelo simples prazer da coisa benfeita. Na origem de sua reflexão está a discordância de uma oposição moderna entre fazer e pensar, que identifica na oposição estabelecida por Hannah Arendt entre o *Animal laborens* e o *Homo faber*. A discordância de Sennett em relação a esta oposição está na máxima que perpassa todo o seu livro: fazer é pensar. Defende com isso que a realização de qualquer trabalho envolve a reflexão sobre este processo, embora

nas sociedades modernas isto esteja perdendo espaço para a necessidade de cumprimento de prazos cada vez mais apertados, especialização de funções ou outras demandas organizacionais.

No artífice pensado por Sennett, mais comum nas guildas e oficinas medievais, mas ainda presentes em diversos seguimentos da sociedade contemporânea, o trabalho de qualidade, que guia seu ofício, é aquele que objetiva a correção, ou seja, a execução perfeita, e não a funcionalidade, mais relacionada a entregar o objeto no prazo estabelecido. Colocado em suas palavras, é o conflito entre “fazer bem e conseguir acabar” (SENNETT, 2013, p.58). O tempo do artífice é mais lento, valoriza o amadurecimento, a reflexão e a imaginação; envolve a comunidade, criando coesão entre os envolvidos e tendo centrada sua atenção em seres humanos integrais (SENNETT, 2013, p.278). Na síntese dessa defesa está o conceito de *experiência*, entendida em suas variações alemãs *Erlebnis* e *Erfahrung*, sendo que “a primeira designa um acontecimento ou relação que causa uma impressão emocional íntima, a segunda, um fato, ação ou relação que nos volta para fora e antes requer habilidade que sensibilidade” (SENNETT, 2013, p.321).

O projeto gráfico entendido como a produção autônoma, coletiva e criativa de um objeto se estabelece, portanto, para além da mera estetização de uma mercadoria como forma de atrair seus potenciais consumidores. A estetização de mercadorias, entretanto, é um expediente usual do capitalismo moderno e que ganha força no século XIX.



Como atesta Mike Fertherstone (1995, p. 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 notável, portanto, a relação entre o desenvolvimento do design gráfico moderno e os movimentos artísticos das vanguardas europeias. Questões estéticas inerentes ao campo artístico passam a fazer parte da realidade industrial, tendo o design como um dos vetores dessa transformação, o que se faz presente na elaboração dos projetos gráficos dos livros aqui analisados. Deve-se ter em conta, entretanto, que a mera produção de mercadorias esteticamente atraentes não corresponde exatamente à defesa de uma produção criativa e autônoma, observável nas falas relacionadas aos livros da Coleção Particular. É no processo de institucionalização do próprio movimento utópico das vanguardas artísticas, entretanto, em cuja essência estava contida também sua semente “regressiva” (Burger, 2008; Huyssen, 1996; Subirats, 1986, 1993), que o processo de aproximação entre arte e vida vai se efetivar na forma de “estética da mercadoria” - agora os elementos artísticos são apropriados para a

fabricação de produtos vendáveis, nem sempre preservando em sua produção a autenticidade cara ao mundo da arte.

Mudanças e continuidades no projeto editorial: a coleção Portátil e os novos desafios organizacionais

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 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. A propensão por um foco no “mercado” ou na “intervenção cultural” faz parte das suas escolhas editoriais, revelando ser pertinente analisar ambas as categorias no caso deste estudo.

Bourdieu afirma ainda que grande parte das tomadas de decisão 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



¹¹ Para mais detalhes sobre este episódio, Cf.: ABUJAMRA, 2012; MASSI, 2012.

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, 2008). O que caracterizaria os bens simbólicos seria justamente a sua alocação, 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” (BOURDIEU, 2008, p.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” (BOURDIEU, 2008, p. 181).

Bourdieu afirma que 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”, embora permeada por desafios à estabilidade econômica de tal empreendimento.

Entre 2001, quando Augusto Massi assume o cargo de diretor editorial da Cosac Naify, e 2011, ano em que sai da editora, várias mudanças ocorreram internamente na configuração da empresa. A Cosac Naify expandiu seu espectro editorial, passando de uma editora que publicava exclusivamente livros de arte para uma editora também focada em literatura, ciências humanas e livros infanto-juvenis, além de ampliar e diversificar consideravelmente seu quadro de funcionários e sua estrutura gerencial. 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 Brasil. 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.

A consolidação da Cosac Naify deu-se juntamente com um panorama de instabilidade financeira interna, recorrente desde o início de suas atividades e que veio a público de forma explícita em 2011 com a saída de Augusto Massi.¹¹ A pressão econômica passa a



assumir importância central nos discursos dos entrevistados, o que revela que a concepção da editora está em constante definição, permeada por disputas internas entre aqueles que fazem parte do empreendimento. As contradições nos discursos, mais do que revelar diferentes possibilidades de caminhos a serem escolhidos, apontam uma constante tensão entre, de forma caricata e exagerada, ser a editora um empreendimento mercadológico ou cultural. É o dilema, repetindo a observação de Bourdieu, entre arte e dinheiro, dilema este que está na base do empreendimento editorial, por excelência uma empresa capitalista e que interfere na dinâmica social e cultural.

Florencia Ferrari, ao assumir a direção editorial com o objetivo de fazer com que a editora deixe de ser deficitária, e Bernardo Ajzenberg, escritor, ex-diretor de redação da Folha de São Paulo e coordenador executivo do Instituto Moreira Salles, que assume a direção administrativa da empresa, marcam essa inflexão, que se consolida com a saída de Augusto Massi da presidência da empresa.

A Coleção Portátil, dedicada à publicação de “livros de bolso”, lançada em 2012, surge nesse momento de mudança na estrutura organizacional da editora. A própria categoria editorial do livro de bolso, como observa Halewell (2012), mais do que demarcar apenas o formato do livro (que, pelo nome, se imagina em tamanho reduzido), demarca uma estratégia de *marketing*. Bernardo Ajzenberg, em entrevista à *Revista Metáfora*, esclarece qual seria, a partir de então, o desafio da editora:

Hoje em dia, a política da casa continua sendo a busca de qualidade, tanto no conteúdo quanto na forma dos livros, porém casada com a necessidade de ampliar o público. Mas sem inviabilizar a editora como negócio, sem elitizar o alcance do livro. Nossa coleçãozinha de bolso responde um pouco a isso, tem uma sofisticação na concepção, mas consegue ser barata. Vários livros que antes a gente só faria em capa dura, agora são em brochura. É um momento que está exigindo muito das pessoas, criatividade no sentido profundo. Todo mundo sabe que era uma editora deficitária, e este ano não vai ser. Estamos comemorando isso vivamente lá dentro (*apud* FUJITA, 2013).

A categoria “qualidade” é utilizada por vários dos entrevistados para definir a identidade da Cosac Naify. Nota-se, entretanto, que esta categoria assume valores diversos a depender da situação a ser explicada. Quando utilizada para falar sobre a Coleção Particular, e os demais “projetos especiais” da editora, “qualidade” se refere a encarar cada livro como único, de forma que o projeto gráfico dialogue com o texto a ser publicado, estabelecendo um conceito para o livro. É uma concepção próxima do artesanal e que tem o design como um projeto de intervenção cultural. Quando usada para demarcar a nova fase da editora, a categoria “qualidade” é relacionada com a “sofisticação na concepção”, e livro não “elitizado”, podendo ser exemplificada pela Coleção Portátil.



¹² FERRARI, Florencia. Entrevista concedida ao autor. São Paulo: 29 de outubro de 2013.



Coleção Portátil – Capas
Fonte: <http://editoracosacnaify.com.br>.



Coleção Portátil a partir do volume 21
Fonte: <http://editoracosacnaify.com.br>.

A Coleção Portátil, em seus primeiros lançamentos, utiliza materiais nada comuns nos livros de bolso fabricados no Brasil, tais como capas com relevo, quatro cores em pantone e costura colorida que permite maior flexibilidade no manuseio do livro. O segundo conjunto de livros lançados apresenta algumas variações, utilizando apenas uma cor em pantone. O que se percebe a partir da análise da descrição dos livros da coleção *Portátil* e do depoimento dos editores, é uma padronização do projeto gráfico, demandada pela necessidade de contenção financeira. Florencia Ferrari, entretanto, afirma não ter havido mudança em relação à concepção dos livros da

editora por conta das mudanças administrativas. Suas afirmações apresentam pontos relevantes:

Não [houve mudanças] no modo de conceber os livros, esse é o nosso desafio, provar que é possível fazer livros [especiais] numa editora financeiramente saudável. Então a coleção Portátil, por exemplo, foi um exercício de quebrar a cabeça para conseguir fazer um projeto muito diferenciado e charmoso (com acabamento, relevo, e cores pantone, costura colorida) a um preço compatível com o mercado. Usamos todo o conhecimento da produção gráfica do livro para encontrar um meio de equacionar essas variáveis e manter um diferencial nos livros, mesmo em livros “de bolso”¹².

Por serem livros anteriormente lançados pela Cosac Naify, não contam com grande parte dos custos iniciais: direito autoral, tradução, revisão de texto (ao menos que seja necessária uma revisão da edição anterior). 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, como no discurso relacionado à Coleção Particular, não se aplica. Também em termos de impressão essa economia existe, na medida em que dois títulos que sejam projetados para terem o mesmo número de páginas são impressos concomitantemente. Estas mudanças em relação àquela concepção individualizada são palpáveis, embora, como afirma a diretora editorial, a preocupação com o projeto gráfico continue presente nas publicações da editora.

As categorias relacionadas ao “artesanal”, portanto, não se repetem 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, levando em consideração, segundo as falas dos entrevistados, o equilíbrio financeiro da empresa e o acesso do públicos a obras de qualidade. A importância dada ao projeto gráfico se mantém, mas não mais na perspectiva de uma produção autônoma e criativa, entendida aqui pela categoria de artesanal, mas apenas como estética mercadológica. O projeto gráfico como projeto cultural perde, portanto, espaço na concepção da política editorial da Cosac Naify, apontando limites inerentes a própria produção de objetos no capitalismo moderno, inevitavelmente submetida a pressões mercadológicas e racionalizantes, em que a estética funciona como elemento que atrai o consumidor, mas não necessariamente sendo resultado projeto intelectual e cultural, como visto em fala anteriormente citada.

Considerações Finais

Na trajetória da Cosac Naify, o projeto gráfico tem papel fundamental na política editorial, sendo um dos motivos de maior reputabilidade da editora. É notável a recorrência a termos como “artesanal”, “individual” e “único” na descrição da prática editorial. A partir dessas categorias, os livros da editora teriam um apelo material, tátil, que se revelariam nos papeis, costura, tipos de letras, cores, ilustrações e diversos outros materiais utilizados em diferentes publicações, todas em diálogo com o texto a ser publicado. Tais categorias convivem, entretanto, com outras relacionadas ao

industrial e comercial, que se corporificam na quantidade de exemplares impressos, na ampla circulação do livro, nas vendas para as principais livrarias do país e em loja virtual própria, além de práticas que advém 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, operacionalizadas dentro de uma lógica industrial (número de exemplares, impressão e comercialização). Já nos livros da coleção Portátil, 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 bonito, porém mais “acessível”.

Nota-se, portanto, uma disputa constante entre o artesanato da produção individualizada e a mercadoria estetizada submetida a pressão comercial que demanda serialização e racionalização da produção. Richard Sennett, mesmo em sua defesa apaixonada do trabalho do artífice, reconhece limitações para a realização de um trabalho autônomo e reflexivo na produção de objetos:

As condições sociais e econômicas, contudo, muitas vezes se interpõem no caminho da disciplina e do empenho do artesão: é possível que as escolas não proporcionem as ferramentas necessárias para o bom trabalho e que nos locais de trabalho não seja realmente valorizada a aspiração da qualidade. E embora a perícia artesanal possa recompensar o indivíduo com o orgulho pelo resultado de seu trabalho, não é uma



recompensa simples. O artífice frequentemente enfrenta padrões objetivos de excelência que são conflitantes; o desejo de fazer alguma coisa bem pelo simples prazer da coisa benfeita pode ser comprometido por pressões competitivas, frustrações ou obsessões (SENNETT, 2013, p. 19-20).

Constata-se, portanto, a tensão entre o tempo do artífice e os prazos apertados das demandas organizacionais da sociedade de mercado. A ambivalência aqui apontada entre o projeto gráfico entendido como uma produção artesanal criativa, autônoma e única, e o projeto gráfico entendido como o produto “belo” e acessível ao público é cara ao dilema moderno presente na ideia de estetização da vida cotidiana, cujo vocabulário do mundo artístico se faz presente nas diversas mercadorias, relegando, entretanto, valores relacionados ao artesanal a segundo plano, subjugados pelo imperativo racional de produção.

Referências Bibliográficas

- ABUJAMRA, Adriana. “Um Personagem à Procura de Seus Autores (Perfil de Charles Cosac)”. *Jornal Valor Econômico*. Jan. 2012.
- ARAÚJO, Emanuel. *A Construção do Livro: Princípios da Técnica de Editoração*. São Paulo: Lexikon/Editora UNESP, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. *Une révolution conservatrice dans l'édition*. Actes de la recherche en science sociales, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *A Economia dos Bens Simbólicos*. In: Razões Práticas: sobre a teoria da ação. Campinas, SP: Papius, 2008.

BÜRGER, Peter. *Teoria da Vanguarda*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

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.

FUJITA, Fábio. As várias carreiras de um autor. *Revista Metáfora*. Acessado em <http://revistametafora.com.br/2013/01/21/as-varias-carreiras-de-um-autor/> no dia 13/08/2013.

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

HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da Estética da Mercadoria*. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1997.

HUYSSSEN, Andreas. “A dialética Oculta: Vanguarda – Tecnologia – Cultura de massa” In: *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

MASSI, Augusto. A versão de Massi. *Jornal Valor Econômico*. Jan. 2012.

SAPIR, Edward. “Cultura: autêntica e espúria”. *Revista Sociologia e Antropologia*, v. 02.04: 35-60, 2012.

SENNETT, Richard. *O Artífice*. Tradução de Clóvis Marques – 4ªed. – Rio de Janeiro: Record, 2013.

SUBIRATS, Eduardo. *Da Vanguarda ao Pós-moderno*. São Paulo: Nobel, 1986.

_____. “Vanguarda, mídia, metrópoles” In: *Vanguarda, Mídia, Metrópoles*. São Paulo, Studio Nobel, 1993.