



## A prática do design de livros como materialização probabilística: uma proposta de diagrama

*The practice of book design as probabilistic materialization: proposing a diagram*

Gabriela Araujo Ferraz Oliveira, UFRPE  
gabriela.araujoo@ufrpe.br

### Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar um diagrama que compreenda e demonstre os fatores heterogêneos que permeiam a prática do design de livros. A proposta incorpora o paradigma da materialidade probabilística (Drucker, 2009, 2013) como fundamento teórico e prático, expresso pelo pressuposto de que a atividade do design de livro é sempre relacional e contingente e só adquire concretude quando situado. Ao longo do artigo, apresentamos cada uma das categorias, agrupadas em classes, que informam o/a designer de livro para a tomada de decisões de projeto gráfico. Assim, esta contribuição demonstra que o design de livros é uma atividade extremamente complexa que consiste na articulação de demandas que são materializadas em um objeto: o livro.

**Palavras-chave:** design de livro, materialidade probabilística, projeto gráfico.

### Abstract

*This article aims to present a diagram that encompasses and demonstrates the heterogeneous factors involved in the practice of book design. The proposal incorporates the paradigm of probabilistic materiality (Drucker, 2009, 2013) as its theoretical and practical foundation, expressed by the assumption that book design is always relational and contingent, only taking concrete form when situated. Throughout the article, we present each of the categories, grouped into classes, that inform the book designer in making graphic design decisions. Thus, this contribution demonstrates that book design is an extremely complex activity that consists of articulating demands materialized in an object: the book.*

**Keywords:** book design, probabilistic materiality, graphic design.





## Introdução

Ao analisar modelos da cadeia produtiva do livro, Oliveira & Waechter (2024) observaram que o designer não figura como um ator significativo, contrariando fenômenos editoriais contemporâneos, em que a materialidade do livro torna-se um fator determinante para pequenas editoras que têm entrado no mercado (Coutinho & Silva, 2024). Para endereçar essa lacuna, este artigo apresenta um diagrama que compreende e demonstra os diversos fatores que intervêm na atividade do design de livros. A proposta incorpora o paradigma da materialidade probabilística (Drucker, 2009, 2013) como fundamento teórico e prático, expresso pelo pressuposto de que a atividade do design de livro é sempre relacional e contingente; só pode adquirir concretude em situações específicas. Essa abordagem ressalta os aspectos de indeterminação do ato de leitura, em oposição à materialidade mecanicista (Oliveira & Waechter, 2021). Nesse sentido, o designer de livro é um leitor privilegiado: a partir de sua leitura, vai enquadrar os elementos gráficos que vão ser materializados no livro e condicionarão a leitura dos demais leitores.

Não pretendemos esgotar todas as categorias que influem na prática do design de livros em qualquer circunstância, tampouco aparentar que todas possuem sempre a mesma influência a despeito do contexto. Queremos elucidar a quantidade e complexidade de forças explícitas e implícitas que convergem nessa prática, dialogando com a área de Cultura impressa, que se dedica a explorar a “interação entre as dimensões textual e material do livro, especialmente quando elas existem em tensão” (Murray, 2021, p. 4), perpassando seus aspectos sociais, culturais, econômicos e culturais. É importante, ainda, ressaltar que essa visualização busca contemplar aspectos referentes à prática de design de livros no Brasil contemporâneo. Então, é pertinente que ela seja sempre revista e revisada para se adequar aos novos contextos que virão – acrescentando, modificando, excluindo classificações.

Além da necessária generalização, cabe considerar a heterogeneidade dos elementos que compõem a visualização. As categorias e classes que apresentaremos são de naturezas muito variadas: alguns dizem respeito a aspectos imediatos e físicos, outros, dizem respeito à interpretação. Ao contrário de ser uma incoerência, optamos por reunir esses elementos heterogêneos em uma única visualização precisamente porque demonstra os diversos graus de abstração e variedade de categorias com que o designer de livro precisa lidar ao tomar decisões projetuais. Talvez, o maior desafio deste artigo seja explicitar o modo como o enquadramento de todos esses elementos são consolidados e materializados em um único objeto: o livro.

## Metodologia

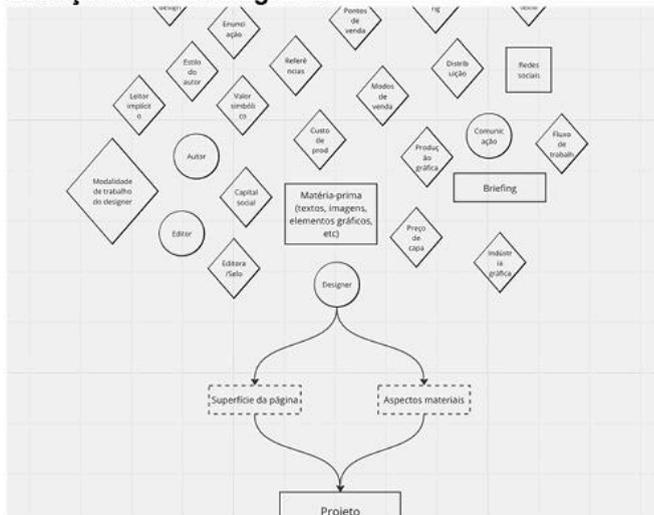
O diagrama discutido a seguir é a síntese da tese que teve como objetivo compreender a prática do design de livros a partir da materialidade probabilística (Oliveira, 2023). A partir da discussão de modelos de cadeia do livro elaboradas pelas áreas da História do Livro e dos Estudos do Livro, diagnosticamos que o design de livro é subrepresentado. Por isso, realizamos uma revisão de literatura em duas dimensões: uma diretamente relacionada ao design de livros – elencando os elementos diretamente relacionados a essa prática, além da contribuição de atores da cadeia que participam da materialização do projeto gráfico – e outra que delinea a

contribuição teórica do paradigma da materialidade probabilística. Esse paradigma defende que “o objeto estético apresenta um conjunto de limitações e possibilidades de interpretações possíveis, e, portanto, pode ser lido de diversas maneiras” (Oliveira, 2023, p. 19), diferente da compreensão mecanicista que pressupõe uma correspondência de significados.

A partir disso, selecionamos cinco personagens que demonstram a diversidade de fatores com que designers de livros precisam negociar e realizamos entrevistas para compreender suas respostas e limitações. Com a contribuição desses profissionais que atuam sob diferentes condições, pudemos tangibilizar a discussão teórica da literatura nas categorias compreendidas pelo diagrama. A Figura 1 apresenta as etapas do processo de seu desenho. Enfim, em sua configuração final, presente na seção de Resultados e Discussão, a proposta cumpre o objetivo de reunir os elementos heterogêneos que compõem essa atividade e são materializadas no projeto gráfico.

Figura 1: Esboços iniciais do diagrama e suas mudanças.

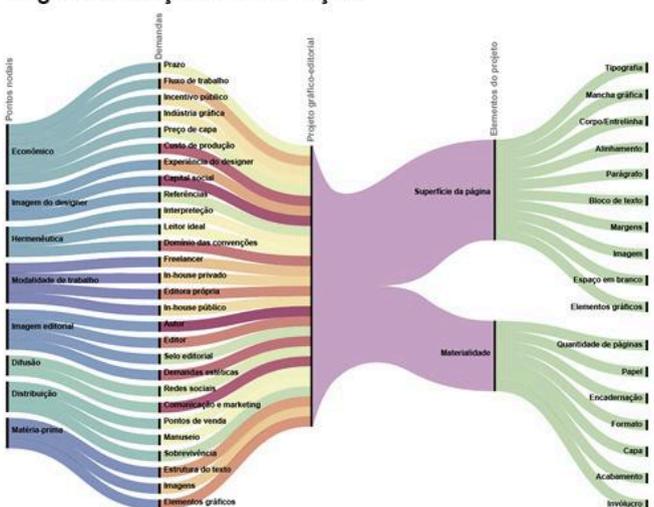
### Esboço inicial do diagrama



Esse esboço elenca os principais elementos a partir da revisão de literatura e das entrevistas. Observamos que esse diagrama possuía poucos elementos gráficos distintivos e não daria conta da heterogeneidade de elementos.

A pergunta que se seguiu foi: quais seriam os fatores que poderíamos agrupar por surgirem de motivações ou naturezas semelhantes? A partir daí, agrupamos os elementos em oito classificações, subdivididas em 28 categorias. Os agrupamentos foram importantes para organizar a discussão e contribuir para o entendimento geral da visualização.

### Segundo esboço da visualização



Esse esboço elenca os elementos a partir do agrupamento em uma leitura linear do processo produtivo do design de livros, razão pela qual está configurada como uma visualização aluvial (ou sankey diagram), para sugerir a sequência de etapas.

Esse tipo de visualização é boa por demonstrar as ramificações e as convergências em cada uma das classificações, além da noção de continuidade entre cada uma das categorias. No entanto, sua configuração mais linear pressupõe uma hierarquia que não é adequada para a nossa proposta; como vimos, o processo do design de livros dificilmente é tão linear.

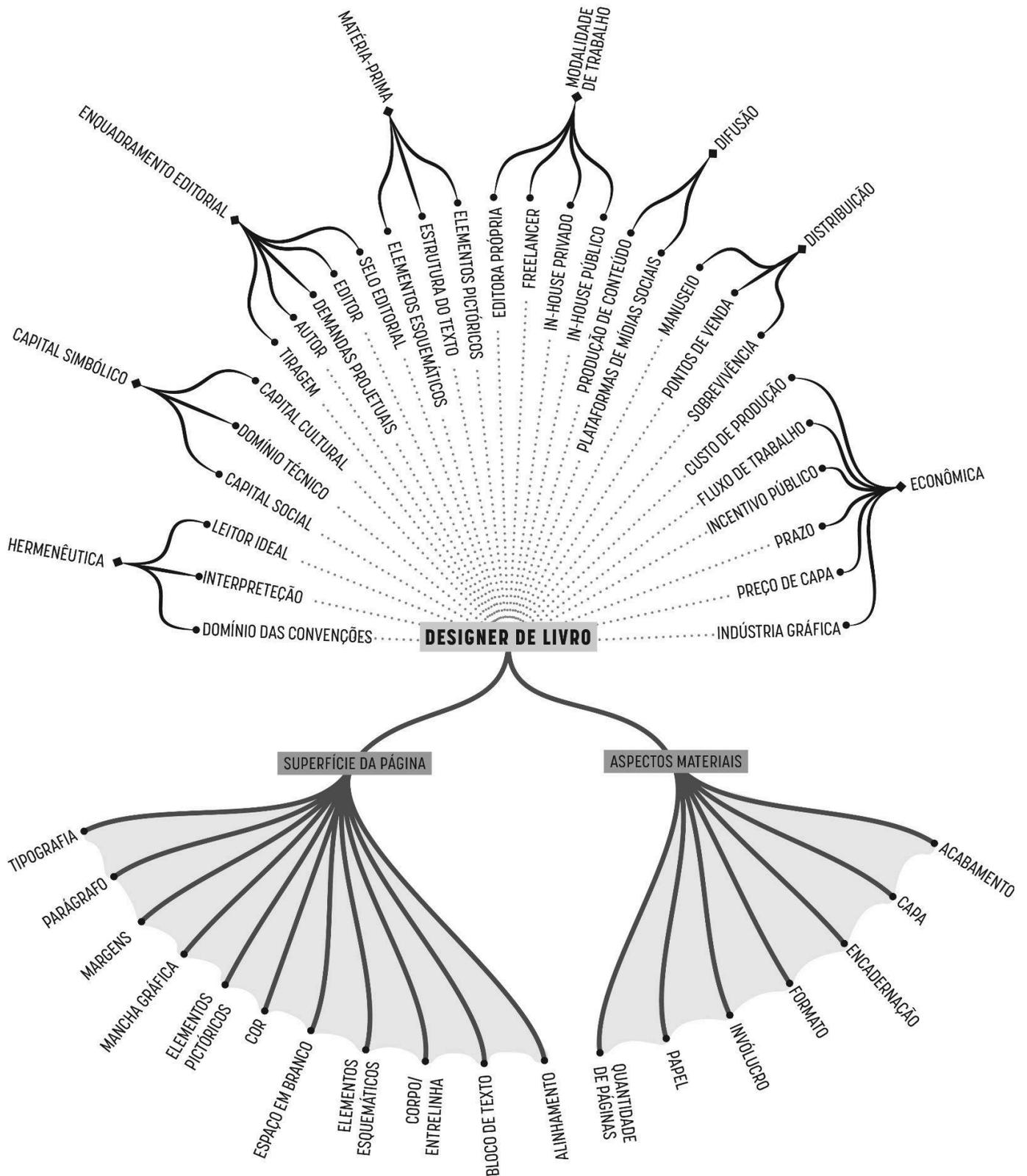
Fonte: A autora.



## Resultados e discussão: o diagrama

O diagrama está dividido em duas grandes partes: categorias e projeto gráfico (Figura 2). As **categorias** contemplam questões que influenciam diretamente na atividade do design de livros, mas que precedem a elaboração do próprio projeto, agrupadas nas seguintes classes: econômico, distribuição, difusão, modalidade de trabalho, matéria-prima, enquadramento editorial, capital simbólico e hermenêutica. As classes foram elencadas e desenvolvidas a partir de contribuições de diferentes disciplinas e campos – elaboradas na revisão de literatura e discussão em Oliveira (2023) – com o objetivo de agrupar os elementos heterogêneos a partir dos seus referenciais teóricos específicos. O **projeto gráfico**, por sua vez, consiste em elementos com os quais o designer de livros opera, compreendidos como a “junção dos elementos visuais e materiais que compõem um livro” (Oliveira, 2016, p. 106). Assim, mantivemos as categorias *superfície da página* e *aspectos materiais*. No uso do diagrama em situações concretas, recomenda-se evidenciar visualmente os fatores mais influentes por meio de zonas, linhas mais espessas ou algo semelhante.

Figura 2: Diagrama da prática do design de livros.



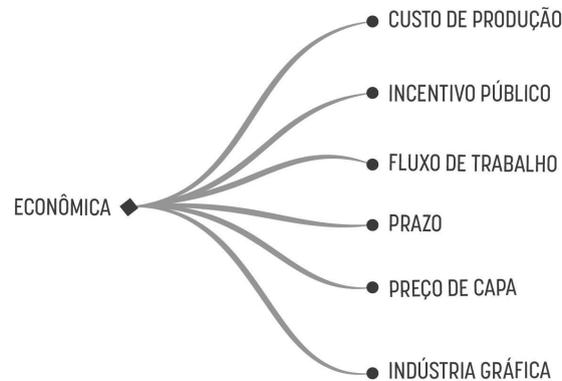
..... CATEGORIAS QUE PODEM INCIDIR NO PROJETO      — SUBDIVISÃO DAS CLASSES EM CATEGORIAS      — PROJETO GRÁFICO EDITORIAL

Fonte: A autora.

## Definição das categorias, por classe

### Econômica

Figura 3: Classe econômica.



Fonte: A autora.

A classe econômica está profundamente imbricada na história e na forma do livro, como Melot (2012) aponta: “a adequação geométrica do livro à fabricação em série, sua adaptação ao modo de produção capitalista, é uma das principais razões de seu sucesso no Ocidente e sua mundialização precoce” (p. 110). A dualidade entre mercadoria e bem social é amplamente reconhecida e discutida na literatura e incrementa a complexidade desse artefato, uma vez que “por sua produção em massa, a indústria do livro oferece ao pesquisador um material rico, onde estão inscritas, a um só tempo, a história econômica, social e das ideias” (ibid. p. 124).

Essa classe possui aspectos de escalas distintas, porém profundamente inter-relacionados. Por exemplo, os aspectos relacionados à **indústria gráfica** foram bem delineados por Barone (2022), que contextualiza a possibilidade de editoras brasileiras terceirizarem a impressão em indústrias de outros países – sobretudo Índia e China – devido ao seu desenvolvimento tecnológico. Hochuli (2020) também diz que o **prazo** é precisamente aquilo que interrompe o seu processo de exploração sistemática do projeto gráfico e o impele a tomar decisões. A determinação dos prazos é definida por outros fatores – como o tipo de trabalho do designer, o tamanho da editora e a interação com outros atores da cadeia. Esse último impacta o **fluxo de trabalho**: a depender do arranjo dos processos e dos atores, há impactos na prática do designer de livro.

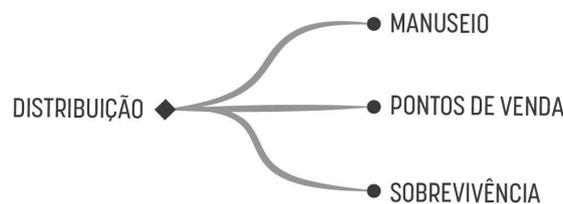
O **custo de produção** pode determinar objetivamente algumas escolhas de projeto: seja em termos de acabamento, formato, cor, quantidade de páginas etc. Esse fator também está relacionado a outros aspectos editoriais e tecnológicos: quanto maior a tiragem, o custo de produção se dilui e diminui o preço unitário, mas a editora precisa ter uma estrutura de distribuição e venda mais arrojada. Isso envolve, como Bhaskar (2013) aponta, um fator muito preponderante de risco – e muito bem contextualizado no Brasil atual por Conti (2023). Intimamente relacionado ao custo, está o **preço de capa**. Entretanto, o preço também pode ser direcionado por outros fatores, como o público: a previsão desse valor pode ocorrer em uma reunião editorial inicial ou estar prevista no briefing. Além disso, o projeto pode ter **incentivo**

**público** por meio de editais de fomento, os quais determinam o valor máximo destinado a cada projeto de livro aprovado para cobrir os custos total ou parcialmente.

A conjunção desses fatores determinará a classe econômica da publicação de livro. Conforme Bhaskar (2013) aponta, esse aspecto dá as bases para uma indústria editorial e a constitui como tal: de maneira geral, é necessário que o livro renda faturamento e algum lucro. Entretanto, dado o alto fator de risco dessa cadeia, essa aposta dificilmente compensa. Logo, o aspecto econômico raramente é o único que orienta qualquer ator do campo: há muitas outras formas de compensação – e, portanto, de capital – envolvidas, conforme apontado por Thompson (2013).

## Distribuição

Figura 4: Classe *distribuição*.



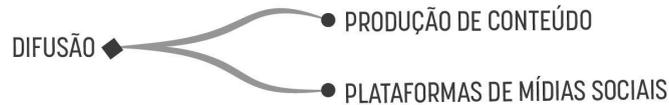
Fonte: A autora.

A classe distribuição diz respeito às condições a que o livro será submetido até chegar ao leitor. Os **pontos de venda**, sejam físicos e/ou online, podem direcionar escolhas de projeto. Por exemplo, hoje é necessário prever como a capa irá se comportar nos sites, em especial a Amazon. Caine (2023) aponta que o poder econômico da Amazon no mercado editorial “está mudando até mesmo a forma como os livros são diagramados (...) [e a empresa reconhece] o poder de uma boa capa que se adeque ao site” (p.35). Por outro lado, nos pontos de venda físicos, há desafios para editoras independentes conquistarem um lugar expositivo adequado: é comum que as publicações desse perfil não possuam lombadas.

O **manuseio** diz respeito tanto aos processos logísticos de transporte, em geral realizados por distribuidoras, quanto ao uso por leitores empíricos – tanto na biblioteca pessoal, mas principalmente em bibliotecas públicas. Intimamente relacionado a isso está o ponto da **sobrevivência**. Esse ponto ressalta o fato que, segundo Melot (2012), os livros são feitos para durar. Isso subentende, também o enquadramento editorial – nos termos de Bhaskar (2013) –, que Warde (1956) delinea de maneira muito clara: “alguém precisou ‘tornar aquilo em um livro’ no sentido literário; e isso envolve duas referências à forma do livro físico” (p. 28). O termo é oriundo da contribuição teórica fundamental do modelo de Adams e Barker (1993), que reitera que, dos fatores que determinam a sobrevivência de um livro, temos seus aspectos físicos: o formato, os materiais de que são feitos, a encadernação, etc. Isso, por sua vez, pode levar o livro a se tornar raro, com o tempo, e adquirir um novo status e, assim, mais valor monetário.

## Difusão

Figura 5: Classe *difusão*.



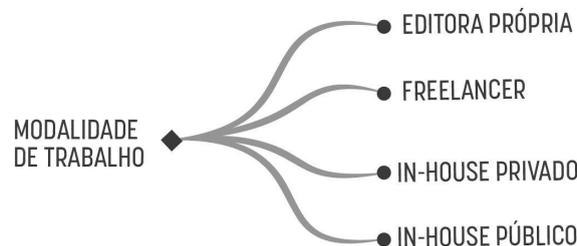
Fonte: A autora.

A difusão também é uma classe que tem ganhado cada vez mais importância com a comunicação digital via plataformas. A categoria de **produção de conteúdo** pode criar demandas imediatas ou mais distantes para os designers. Por exemplo, uma prática que tem se tornado cada vez mais comum é registrar momentos do processo criativo para que isso seja utilizado como conteúdo na difusão do livro, uma vez concluído – adequando-se ao conceito de marketing de conteúdo. Essa categoria pode desempenhar um papel crucial nas estratégias de pré-venda ou financiamento coletivo, fazendo com que designers possam recorrer ao uso de mockups para simular o livro produzido e, assim, convencer os leitores em potencial a financiar o projeto.

Por **plataformas de mídias sociais**, compreendemos as dinâmicas e demandas específicas de plataformas como Instagram, Youtube, TikTok etc. Devido às suas especificidades e complexidade, não seria possível abordar fenômenos como o surgimento de booktubers e booktokers, por exemplo. Todavia, essa dimensão pode informar a produção dos designers, uma vez que uma demanda de projeto para alguns livros consistem em ser “instagramáveis”; um termo corriqueiro para corresponder aos fatores estéticos predominantes nas redes. Esse tipo de fenômeno aponta para o fato de que a familiaridade com esses códigos e convenções informam o projeto gráfico do livro, pois eles devem estar propícios a circular segundo as lógicas das plataformas digitais – que podem ser caracterizados por frases destacadas, títulos grandes, ilustrações, entre outros elementos gráficos.

## Modalidade de trabalho

Figura 6: Classe *modalidade de trabalho*.



Fonte: A autora.

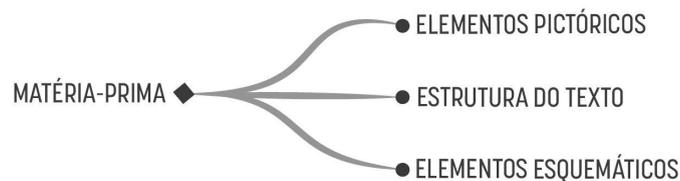
A modalidade de trabalho ao qual os designers de livro estão vinculados também atua diretamente no seu ofício. Desse modo, mapeamos quatro modalidades que contemplam o ofício de design de livros contemporâneo no Brasil. A primeira, **in-house público**, contempla os designers que trabalham em editoras públicas, como em editoras universitárias. Já **in-house privado** é referente aos designers que trabalham em editoras privadas. **Freelancer**, uma modalidade bastante comum no design de uma maneira geral, contempla os designers que

trabalham em projetos pontuais para algumas editoras, mas sem vínculo empregatício. E, por fim, os designers que possuem **editora própria**, nas quais muitas vezes exercem diversas outras funções na cadeia do livro para além do design. É importante evidenciar que as modalidades de trabalho não são excludentes entre si. Ou seja, um mesmo designer pode, por exemplo, ter a sua editora própria, mas também trabalhar como freelancer para outras editoras.

As categorias relativas a esta classe podem ser decisivas para as decisões do projeto gráfico. A depender do grau de familiaridade e confiança que o designer tiver com os outros atores da cadeia – sobretudo, o editor –, a materialização do livro pode variar bastante. Nesse sentido, podemos citar dois casos opostos que indicam o grau de autonomia das decisões do projeto. Quando o designer atua na cadeia apenas como um prestador de serviços, as decisões projetuais tendem a ser determinadas pelos modelos econômicos e por outros atores – o que reduz a sua autonomia. A modalidade de trabalho não é a única categoria que determina, mas tende a exercer um papel predominante, pois vai moldar as relações de trabalho, as instâncias de aprovação, entre outras questões muito práticas e circunstanciais. Por outro lado, quando a função de design e editor coincidem na mesma pessoa, isso amplia o grau de autonomia.

## Matéria-prima

Figura 7: Classe *matéria-prima*.



Fonte: A autora.

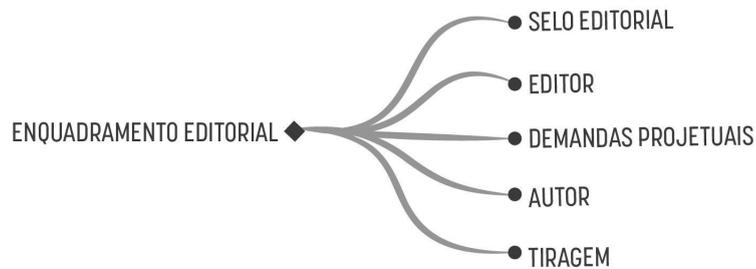
Como matéria-prima, compreendemos tanto os materiais que o designer recebe, quanto os que ele faz para desenvolver o projeto gráfico do livro. Esse agrupamento contempla os elementos que deverão ser compostos em um mesmo projeto gráfico; por isso, algumas dessas categorias figuram também como elementos do projeto gráfico. Nesse ponto, utilizamos uma parte da classificação proposta por Twyman (1982) para a linguagem visual gráfica: elementos pictóricos e elementos esquemáticos.

Pela categoria **elementos pictóricos** compreendemos quaisquer tipos de produção pictórica: fotografias, ilustrações, colagens ou quaisquer outras expressões. Elas podem ser já enviadas por outros atores da cadeia, encomendadas após as primeiras reuniões de projeto, desenvolvidas pelo próprio designer, etc. Nesse sentido, o designer pode atuar como o que Haslam (2007) denomina de diretor de arte: dá diretrizes, referências, dialogando com outros profissionais para combinar esses elementos heterogêneos no livro. Isso tende a acontecer para o projeto da capa, que requer um apelo visual mais contundente, mas pode ocorrer também no projeto como um todo, de modo que o livro materialize uma articulação entre o texto e os elementos pictóricos. Os **elementos esquemáticos** também operam da mesma maneira, com a diferença de que não são imagens: podem ser texturas, padrões, elementos geométricos, etc, sobre os quais trataremos melhor na classe de *Superfície da página*.

A **estrutura do texto** é uma importante orientação para tomadas de decisão de projeto gráfico. Se o texto tem muitos capítulos, se tem diálogos, se tem notas de rodapé, se tem citações, se tem muitas quebras de linha – entre tantos outros possíveis “se” –, todos esses aspectos influenciam nas escolhas de projeto. Historicamente, uma das principais funções do trabalho tipográfico é precisamente a configuração gráfica dos elementos verbais. Nesse sentido, apenas a estrutura do texto é matéria-prima, pois é ela que vai condicionar as decisões do projeto gráfico que vão resultar na linguagem gráfica verbal, conforme Twyman (1982) a conceitua. É nesse sentido, também, que Hendel (2003) aponta que sabe “apenas como fazer o design do livro em que estou trabalhando no momento. Cada livro, como todos os livros, é único” (p.xi). Ainda assim, nessa categoria, não estamos considerando a interpretação que o designer faz do texto e como escolhe traduzir para o projeto – conforme discutido por Goggin (2010) e Mevis (2010).

### Enquadramento editorial

Figura 8: Classe *enquadramento editorial*.



Fonte: A autora.

O enquadramento editorial refere-se aos aspectos mais direcionados à editora que irá publicar o livro. Como Bhaskar (2013) argumenta, as editoras são hoje, mais do que nunca, criadores de quadros, não comerciantes de livros. Esse processo está fortemente calcado nas dinâmicas próprias do campo editorial, exemplarmente discutida por Thompson (2013). Entretanto, dado que nosso foco é na figura do designer de livro, essas dinâmicas foram encapsuladas nesta classe, que orienta esses fatores para o trabalho de materialização do livro.

O **selo editorial** já sugere caminhos para o projeto gráfico, indicando alguns códigos visuais daquele nicho em específico. Isso é endossado pelas considerações de Squires (2007), que afirma que os selos são utilizados para “sinalizar uma identidade das listas e demarcar divisões de gêneros [literários]” (p. 24). Como também aponta Souza (2022), enfatizando o enquadramento realizado para a capa, o designer precisa “estar ciente das particularidades dos selos editoriais e os respectivos públicos para quem a capa projetada se destina” (p. 171). Entretanto, ele também aponta que essa preocupação é frequentemente mediada pela equipe de marketing, de modo que, para o capista há “uma preocupação apenas subjacente quanto às informações que poderiam aprofundar o conhecimento a respeito do leitor que irá consumir o livro” (p. 298).

O **autor** também, com suas particularidades, pode direcionar aspectos projetuais. Por vezes, a figura do autor está inserida no mercado editorial com um status próprio, seja por seu estilo de escrita, seja por ser uma figura pública.

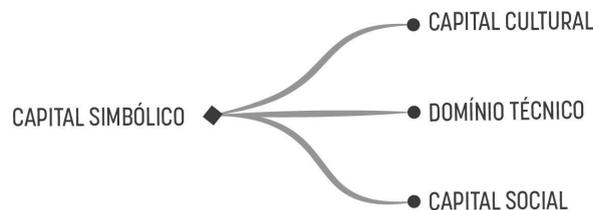
Sobre a **contribuição do editor**, Bhaskar (2013) defende como fundamental para o enquadramento do conteúdo. Isso também reitera Coutinho (2022) de que o livro não é apenas seu texto, mas também as “experiências táteis e visuais, formando um conjunto que permite ao leitor ter contato com mais uma camada da narrativa, dessa vez feita pelo editor e/ou designer do livro” (p. 190). Em larga medida, a atenção a cada projeto de livro emerge hoje graças às condições produtivas e tecnológicas – que, como apontam Hochuli (2005) e Hendel (2003), são atualmente muito distintas e permitem tal grau de especificidade.

Por conseguinte, as **demandas projetuais** ganham relevo na prática do design de livros. Dado que nesta classe nos referimos àquelas demandas especificamente relacionadas à dimensão editorial, elas são oriundas de um planejamento editorial e, via de regra, já estão explícitas no momento inicial do briefing. Por isso, é bastante informada pelas outras três categorias, mas se caracteriza por se tratar do enquadramento específico que o designer deverá fazer com o projeto gráfico. Por exemplo, pode haver alguma necessidade editorial de que um livro tenha capa dura, ou seja impresso em apenas com uma cor; essas demandas são suficientemente abertas para se articular à capacidade de cada designer de responder projetualmente a elas.

Finalmente, a **tiragem** pode exercer influência sobre vários fatores, conforme mencionado na classe *Distribuição*. Nesta classe, podemos pensar na tiragem para ser convertida em valor de troca, como Melot (2012) discorre acerca de como a raridade pode ser fabricada para criar valor. Por outro lado, pode ser um aspecto fundamental para a reprodutibilidade e difusão do conteúdo, como é o caso histórico dos *paperbacks* da Penguin ou da coleção Debates no Brasil.

## Capital simbólico

Figura 9: Classe *capital simbólico*.



Fonte: A autora.

Utilizamos aqui a conceituação de Bourdieu (2013), para nos referir a “toda diferença reconhecida, aceita como legítima, [que] funciona por isso mesmo como um capital simbólico que obtém um lucro de distinção” (p. 111). Como Thompson (2013) aponta, o mercado editorial também é fortemente calcado em uma cadeia de produção de valores, que ele distingue em cinco: econômico, humano, social, intelectual e simbólico. Nesse sentido, os instrumentos



teóricos de Bourdieu são muito bem utilizados para entender o campo editorial por Thompson, aplicado a outros atores da cadeia, como o editor ou o autor. Além dele, Muniz Jr. (2016) também mobiliza esse conceito para compreender o termo independente no mercado editorial.

Por outro lado, nossa contribuição é trazer esses conceitos para uma discussão cuja ênfase está no design de livros. Assim, decidimos explicitar esta categoria apenas na constituição de capital simbólico. Por esta classe, buscamos explicitar precisamente o valor que o trabalho do designer pode agregar na cadeia de valor do livro. Assim, todos os signos que são reconhecidos como distintivos por outros atores do campo podem direcionar o trabalho de design de livro: premiações, lastro cultural, relações sociais, classe social, local de formação, projetos anteriores, entre muitos outros.

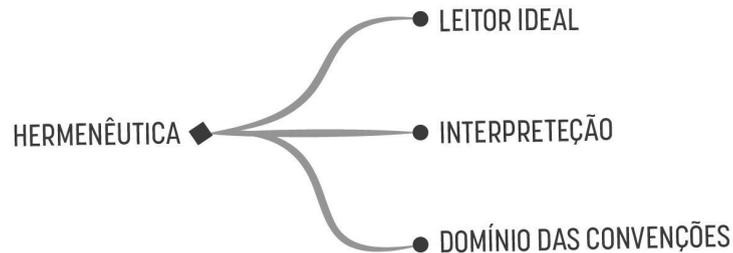
Nesse sentido, o **capital social** “refere-se às redes de contatos e relações que um profissional (...) construiu ao longo do tempo” (Thompson, 2013, p. 11). Já Bourdieu (1986) o define como o que “agrega dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relacionamentos mais ou menos institucionalizados de conhecimento mútuo e reconhecimento” (p. 21). Os efeitos do capital social são mais sensíveis no *networking*, que viabiliza a relação de trabalho; virtualmente toda captação de trabalho depende de capital social.

O conceito de **capital cultural** proposto Bourdieu (2007) busca explicar a apropriação dos “bens culturais acumulados e transmitidos pelas gerações anteriores” (p. 297). Em outra ocasião, Bourdieu (1986) aponta que esse capital pode ser de três tipos: incorporado – internalizado pelo indivíduo –, objetivado – em objetos e bens materiais – ou institucionalizado – cristalizado em instituições como museus, escolas, empresas, etc. Todos podem informar o designer em instâncias do projeto do livro. Por exemplo, o capital cultural incorporado por ser compreendido como as referências adquiridas antes ou depois de ter contato com o texto, sejam de outros livros ou de outros campos (arte, cinema, literatura etc). Podemos reconhecer o capital cultural institucionalizado, por exemplo, pelos currículos e experiências profissionais dos designers. Por fim, podemos pensar como o próprio portfólio dos designers consolidam o seu capital cultural objetivado: cada projeto serve para informar a sua relevância e qualidade de seu trabalho com design de livros.

Nesse sentido, o **domínio técnico** tende a ser muito significativo para as decisões de projeto. Thompson (2013) parece compreender isso em termos de capital humano: “seu conhecimento, habilidades e know-how acumulados” (p. 11). Entretanto, esse termo é mais apropriado para o mundo da gestão; uma vez que estamos enfatizando o ofício do designer de livro em sua dimensão também subjetiva, optamos por direcionar a compreensão para a experiência de cada designer. Via de regra, à medida que o designer fica versado no processo produtivo do livro, pode explorar mais possibilidades ou passar a ser reconhecido por uma “identidade projetual”.

## Hermenêutica

Figura 10: Classe *hermenêutica*.



Fonte: A autora.

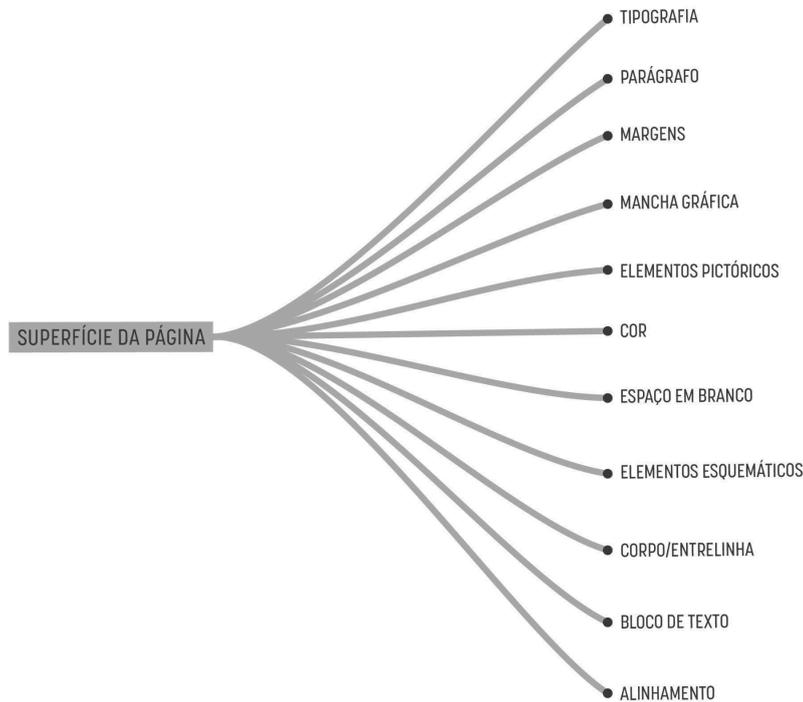
A Hermenêutica contempla o campo da significação e é a classe mais calcada na materialidade probabilística (Drucker, 2009, 2013). A partir da fenomenologia, Oliveira (2016) explicita que todo texto pressupõe um leitor, subentendido no ato de criação. De maneira análoga, propomos que, na materialização do livro, há uma estrutura conceitual que cumpre o papel de um **leitor ideal**. Em outras palavras, como Bhaskar (2013) aponta, o encontro com um conteúdo só se torna “inteligível para os participantes por força do próprio quadro. Os quadros precedem e, portanto, condicionam nossas interações” (s.p.). Assim, durante a elaboração do projeto, o designer pressupõe uma série de interpretações para a configuração que realiza na tomada de decisões. Esse processo, todavia, é altamente probabilístico: depende do repertório do público, do conhecimento do mercado editorial, das possibilidades de enquadramento, e assim por diante. É para esse leitor ideal que o designer materializa dicas na configuração do livro, mas seus significados são sempre recriados pelo leitor empírico.

Nesse sentido, a categoria **interpretação** é o que torna o designer de livro um leitor privilegiado, que poderá condicionar a leitura dos demais leitores por meio da materialização do livro. Assim, isso poderá ser expressado em diferentes graus, a depender das demais categorias: desde a modalidade de trabalho até a imagem editorial.

Por conseguinte, o **domínio das convenções** com que configuramos os livros é um dos aspectos mais fundamentais para a elaboração do projeto e a versatilidade com que o designer poderá enquadrar o conteúdo, criando uma nova camada de informação. Esta categoria está muito próxima aos aspectos que Bhaskar (2013) aponta como fundamentais para o enquadramento, ainda que aqui estejamos enfatizando a dimensão material desse enquadramento, que é acompanhada pelas categorias de enquadramento editorial. Ou seja, o modo com que o designer de livro vai aderir ou romper com essas convenções é o que vai ser materializado na forma do livro, a partir da qual o leitor vai construir suas interpretações. Aqui, desde os aspectos mais específicos – como escolha tipográfica – até os mais estruturais – como o formato – podem iniciar uma cadeia de decisões projetuais.

## Projeto gráfico: superfície da página

Figura 11: Classe *superfície da página*.



Fonte: A autora.

O conceito de escrita diagramática proposto por Drucker (2013) consolida a compreensão de que a configuração gráfica intervém na leitura e no significado do que apreendemos, expressando o valor semântico das relações entre os elementos da superfície da página. Assim, o designer opera com essas convenções diagramáticas, mesmo que não se dê conta de que elas exercem uma função retórica. Por exemplo, a própria organização deste texto em palavras dispostas uma ao lado da outra, seguido de linhas que obedecem limites das margens que determinamos na página, o próprio bloco de texto, os espaços entre os parágrafos, o alinhamento do texto, todos esses elementos em conjunto e diretamente inter-relacionado estão contribuindo para que sigamos as regras da convenção de um texto acadêmico.

Estou sugerindo que as propriedades específicas de elementos gráficos evidentes e óbvios, embora frequentemente ignorados, são uma parte da produção semântica de significado – a expressividade dessas “inflexões” é mais do que superficial e pode ser compreendida como integral para a textualidade. (Drucker, 2006, p. 271)

Se acrescentamos um recuo, mudamos o alinhamento, modificamos a relação entre corpo e entrelinha, como é o caso do parágrafo anterior, devido à sua configuração visual, esse texto já se apresenta como uma citação antes mesmo de ser lido. Com isso, compreendemos que “essas linhas se comportam de maneira um pouco diferente daquelas do parágrafo acima. Nenhum julgamento ou valor vinculados a essas diferenças. Elas simplesmente registram e causam um efeito” (Drucker, 2013, p.3). Portanto, os elementos da página estão inter-relacionados, estabelecem e reforçam convenções e hierarquias entre si.

A classe superfície da página contempla os elementos da linguagem visual elencados por Oliveira (2016), mas adicionamos ainda: os elementos esquemáticos, o espaço em branco, os



elementos pictóricos e as cores. Além disso, é importante apontar que esses elementos não dizem respeito apenas ao que acontece no miolo do livro, mas também na capa. Porém, compreendemos que cada uma dessas partes lida com esses elementos de maneira diferente e que nem sempre todos eles estão presentes. Por isso, reforçamos o caráter singular que cada um dos livros materializa.

Os **elementos esquemáticos**, conforme Twyman (1982), “significa[m] aquelas imagens gráficas que não são nem verbais nem pictóricas” (p. 7). Aqui, nos referimos não àqueles que são impostos, sugeridos ou criados para serem compostos como elementos gráficos no livro – esses são contemplados como uma categoria da matéria-prima. Aqui, nos referimos ao processo elaborado pelo designer de livros durante a criação do projeto gráfico, à própria incorporação da matéria-prima com os demais elementos. Os elementos esquemáticos são o que Drucker (2006) denomina de “gráfico”: “organização estrutural, sem referente pictórico ou semântico, fornecendo enquadramento e apoio do suposto primeiro plano” (Drucker, 2006, p. 271).

Embora seja menos óbvio, o **espaço em branco** é tão importante quanto o espaço impresso, pois ele tensiona, areja ou oprime os espaços “preenchidos”. Nesse sentido,

as dimensões da margem criam um campo que possui um certo peso, grandeza, já que a lacuna entre o cabeçalho da página e a primeira linha do texto possui uma força vetorial, distinguindo um elemento do outro em um sistema textual. Analogamente, a indentação de parágrafo exerce uma função que só possui valor porque está em um todo condicional, e as aberturas e contraformas das letras, sua distinção uma das outras, quebras de palavras e fim das linhas – dispositivos e convenções de que dependemos. Cada um deles opera, age, possui uma função comportamental em relação à sua presença na página. Não coisas, não entidades, esses espaços em branco são campos de força em tensão dinâmica. (Drucker, 2009, p. 8-9)

É importante salientar também que o espaço em branco está vinculado a alguns dos elementos descritos anteriormente: margens, distância entre as linhas e os parágrafos, espaço entre o texto e a imagem, distância entre colunas, entre outros. Portanto, o “espaço em branco (...) não é inerte, não é dado de antemão e neutro, não uma face a priori ou entidade, mas é em si mesmo relacional e constituído por relações dinâmicas” (Drucker, 2006, p. 271).

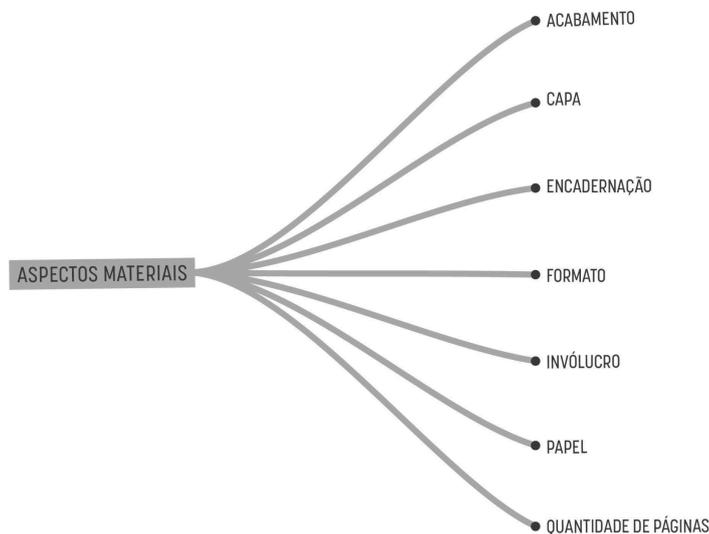
Os **elementos pictóricos** também estão ausentes em Oliveira (2016). Para Drucker (2006), o pictórico é definido como “imagem ou significado visual identificável em uma figura ou em um padrão” (p. 271). Apesar de Oliveira (2016) analisar livros que tinham o foco no texto, eles também possuíam elementos pictóricos e são articulados para a criação de significados – como é o caso do projeto de *Avenida Niévski e Notas de Petersburgo de 1836* (Cf. Oliveira; Waechter, 2019). Posteriormente, Oliveira e Souza (2021) demonstraram novamente como os elementos pictóricos podem ser utilizados em livros “de texto”.

E, por fim, as **cores**. Assim como os demais elementos, o designer também se utiliza das cores para a criação do projeto gráfico para estruturar as informações: “a cor pode ajudar a distinguir diferentes tipos de informação, bem como criar relações entre componentes ou edições de uma publicação” (Samara, 2004, p. 27). Esse aspecto pode ser obtido tanto pela impressão, quanto pelo material utilizado como suporte; isso, em geral, envolve mais custo de

produção, mas os demais fatores apontados nas categorias podem interagir entre si para viabilizar tais decisões.

### Projeto gráfico: aspectos materiais

Figura 12: Classe *aspectos materiais*.



Fonte: A autora.

Os aspectos materiais lidam com as decisões relacionadas às características físicas do livro e é apresentado e discutido por Oliveira (2016). Nesse sentido, compreendemos que “o livro não é apenas aquilo que está impresso nele, mas é também o seu formato, sua textura, seu cheiro e seu lugar no espaço” (ibid. p. 129). Adicionamos ainda que o livro também é o seu peso, o passar das páginas, o abrir de uma página-dupla, pois “os meios que os livros empregam para marcar a troca não são apenas discursivos, antes, eles são formais e materiais (...) [capaz de] se impor como um fato natural, ou mesmo sobrenatural” (Melot, 2012, p. 48).

Como acréscimo aos elementos de Oliveira (2016), explicitamos a **quantidade de páginas**. Essa categoria pode ser determinante para fazer com que os leitores reconheçam uma publicação como livro, pois, como Warde (1956) aponta, “o público tem, em geral, alguma ideia de um número mínimo de páginas, ou uma grossura mínima, para esperar de um tipo particular de tratado ou compilação que é publicada como um livro” (p. 28). Além disso, esse aspecto pode ser determinante para o manuseio do objeto: tanto sua abertura, quanto seu peso, ou ainda seu formato.

Embora esta classe esteja diretamente relacionada ao projeto gráfico, o designer de livro tende a ter menos autonomia de decisões devido ao caráter predominantemente industrial da produção de livros. Em geral, os manuais de design apontam que a primeira coisa que precisa ser definida em um projeto é o formato, sobretudo devido à sua padronização industrial. Jardí (2019) sublinha que as “as razões econômicas são poderosas (...) [pois] teremos que considerar uma série de limitações que são dadas pelos tamanhos em que o papel é fabricado e da máquina pela qual ele será impresso” (p.23-4). Nesse sentido, esse aspecto material está intimamente relacionado às possibilidades de reprodução da indústria gráfica. Por isso, Castedo (2016)



argumenta que o livro é a materialização “de um processo que reflete as decisões da edição, em certo contexto cultural, social, econômico e tecnológico” (p. 28).

Além disso, a dimensão física do livro também está intimamente relacionada à materialidade probabilística. Drucker (2009) exemplifica como a virada de página estabelece uma expectativa de continuidade no leitor, “embora ela se apoie apenas na memória da página anterior, que não está mais à vista. Associações são feitas através das páginas, pela lembrança, probabilisticamente” (p. 6). Ainda nesse sentido, toda a discussão de Melot (2012) está calcada precisamente na forma física do códice que o livro assumiu. Assim, podemos apontar que, “por sua produção em massa, a indústria do livro oferece ao pesquisador um material rico, onde estão inscritas, a um só tempo, a história econômica, social e das ideias” (ibid. p. 124).

### Considerações finais

O diagrama apresenta a materialização do esforço gráfico e teórico para complexificar o debate no campo do design. Em especial, para demonstrar como o design de livro como uma atividade extremamente complexa; para muito além de uma mera fruição estética, nos preocupar com a forma do livro é um ofício que deve estar comprometido com as contingências do mundo. Nesse sentido, consideramos que a conjuntura econômica e social possui implicações em todas as categorias – tal qual as condições tecnológicas. Embora nossa contribuição enfatize a prática e a teoria do design de livro, reiteramos a importância de olhar para o conjunto de fatores sociais, econômicos e históricos que o condicionam. No Brasil, o livro e a leitura nunca foram um dado, um direito a que todos têm acesso.

Dado que o diagrama é estático, ele possui limitações de uso e de reprodução. Por isso, um possível desdobramento seria torná-lo interativo, no qual as conexões e as classificações possam ser rearranjadas, ocultadas ou adicionadas. Com isso, seria mais fácil adequá-lo ao contexto daquele projeto em específico para explicitar quais os vetores mais atuantes naquela situação. Além disso, em consonância com o que Drucker (2014) argumenta, conduzir o diagrama para uma interface digital contribuiria para operar o mesmo processo de desnaturalização das suas próprias convenções.

A maior contribuição que esse diagrama pode fornecer é ser apropriado como uma ferramenta a ser adequada e reelaborada ao ser aplicada a casos específicos. Assim, contribuições futuras poderão articular essas categorias e decisões de projeto a casos específicos, a fim de representar de maneira mais fidedigna a verdadeira complexidade da prática do design de livros.

### Referências

ADAMS, T. R.; BARKER, N. A New Model for the Study of the Book. Em: BARKER, N. (Ed.). **A potency of life: books in society**. The British Library studies in the history of the book. London: The British Library, 1993.



- BARONE, N. **Entre capas e capistas**. Rio de Janeiro: 2AB, 2022.
- BHASKAR, M. **The content machine: towards a theory of publishing from the printing press to the digital network**. London; New York: AnthemPress, 2013.
- BOURDIEU, P. The Forms of Capital. Em: RICHARDSON, J. G. (Ed.). **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. [s.l.] Bloomsbury Publishing PLC, 1986.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BOURDIEU, P. Capital simbólico e classes sociais. **Novos Estudos – CEBRAP**, n. 96, p. 105–115, 2013.
- CAINE, D. **Como resistir à Amazon e por quê: a luta por economias locais, proteção de dados, trabalho justo, livrarias independentes e um futuro impulsionado por pessoas**. São Paulo: Elefante, 2023.
- CASTEDO, R. DA S. **O design editorial na conformação do livro como dispositivo: um olhar a partir de Memórias Póstumas de Brás Cubas**. Tese (Doutorado em Design). UFRGS, Porto Alegre, 2016.
- CONTI, A. Felipe Neto se engana sobre preço dos livros. **Folha de São Paulo**, 19 jul. 2023.
- COUTINHO, S. Editoras independentes: a materialidade diferenciada na era da concentração editorial. Em: UTSCH, A.; LANDI, T. (Eds.). **Materialidade do texto: estudos sobre cultura impressa e literatura**. Belo Horizonte: Moinhos, 2022.
- COUTINHO, S. M.; SILVA, V. S. S. A materialidade do livro no microcosmo gráfico-independente. **Caligrama: Revista de Estudos Românicos**, [s. l.], v. 29, n. 3, p. 95–109, 2024.
- DRUCKER, J. Graphical Readings and the Visual Aesthetics of Textuality. **Text**, v. 16, p. 267–276, 2006.
- DRUCKER, J. Entity to Event: From Literal, Mechanistic Materiality to Probabilistic Materiality. **Parallax**, v.15, n. 4, p. 7–17, nov. 2009.
- DRUCKER, J. **Diagrammatic writing**. Eindhoven: Onomatopee, 2013.
- GOGGIN, J. The Matta-Clark Complex: Materials, Interpretation and the Designer. Em: SMET, C. DE; BONDT, S. DE; MUGGERIDGE, F. (Eds.). **The form of the book book**. London: Occasional Papers, 2010.
- HASLAM, A. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. São Paulo: Rosari, 2007.
- HENDEL, R. **O Design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- HOCHULI, J. **El diseño de libros: práctica y teoría**. València: Campgràfic, 2005.
- HOCHULI, J. **Systematic book design?**. Paris: Éditions B42, 2020.
- JARDÍ, E. **Así se hace un libro**. Barcelona: Arpa, 2019.
- MELOT, M. **Livro,**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2012.
- MEVIS, A. Every Book Starts with an Idea: Notes for Designers. Em: SMET, C. DE; BONDT, S. DE; MUGGERIDGE, F. (Eds.). **The form of the book book**. London: Occasional Papers, 2010.
- MUNIZ JR., J. de S. **Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015)**. Tese (Doutorado em Design). USP, São Paulo, 2016.
- MURRAY, S. **Introduction to contemporary print culture: books as media**. Abingdon, Oxon: Routledge, 2021.



OLIVEIRA, G. A. F. **O design na construção do livro**: A Coleção Particular da editora Cosac Naify. Dissertação (Mestrado em Design). UFPE, Recife, 2016.

OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. da N. A construção de significados por meio do projeto gráfico: uma análise dos livros Avenida Niévski e Notas de Petersburgo de 1836, da editora Cosac Naify. In: **Anais do 9º Congresso Internacional de Design da Informação**. Belo Horizonte: Editora Blucher, 2019.

OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. da N. O design de livros a partir da materialidade probabilística: uma discussão inicial. In: **Anais do 10º Congresso Internacional de Design da Informação**. Curitiba: Editora Blucher, 2021.

OLIVEIRA, G. A. F.; WAECHTER, H. da N. O design em uma teoria da publicação: explicitando a atividade de configuração da informação no mercado editorial contemporâneo, p. 301-315. In: **Anais do 11º Congresso Internacional de Design da Informação**. São Paulo: Blucher, 2024.

OLIVEIRA, G. A. F. **A prática do design de livros**: compreendendo o objeto impresso como materialização probabilística. Tese (Doutorado em Design), UFPE, Recife, 2023.

SAMARA, T. **Typography workbook**: a real-world guide to using type in graphic design. Gloucester, Mass: Rockport Publishers, 2004.

SOUZA, I. L. **A capa do livro como interface entre o design, o mercado e a cultura**: um estudo multicaso de dois selos do grupo Companhia das Letras. Tese (Doutorado em Design) UFPE, Recife, 2022.

SQUIRES, C. **Marketing literature**: the making of contemporary writing in Britain. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007.

THOMPSON, J. B. **Mercadores de cultura**: o mercado editorial do século XXI. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

TWYMAN, M. The graphic presentation of language. **Information design journal**, v. 3, n. 1, p. 2–22, 1982.

WARDE, B. **The Crystal Goblet**: Sixteen essays on typography. Cleveland and New York: The World Publishing Company, 1956.

## Sobre a autora

### Gabriela Araujo Ferraz Oliveira

Graduada, mestre e doutora em Design pela UFPE. Atualmente é professora adjunta do Departamento de Ciências do Consumo da UFRPE. Atua em pesquisas e projetos sobre design da informação, design de livros e visualização da informação.

<https://orcid.org/0000-0002-7369-1557>