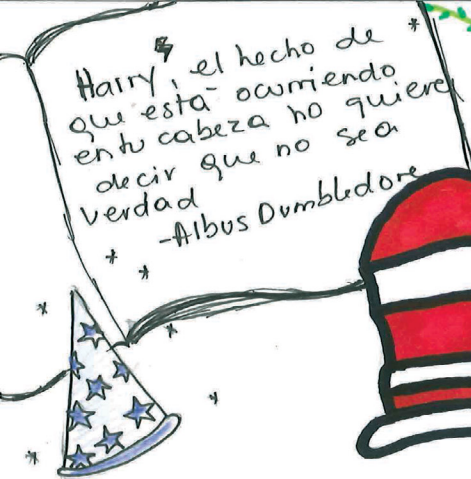


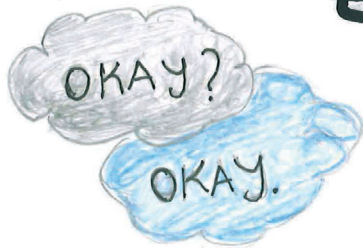
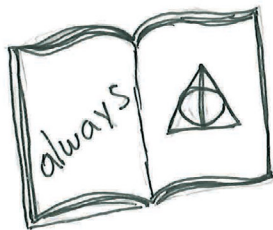


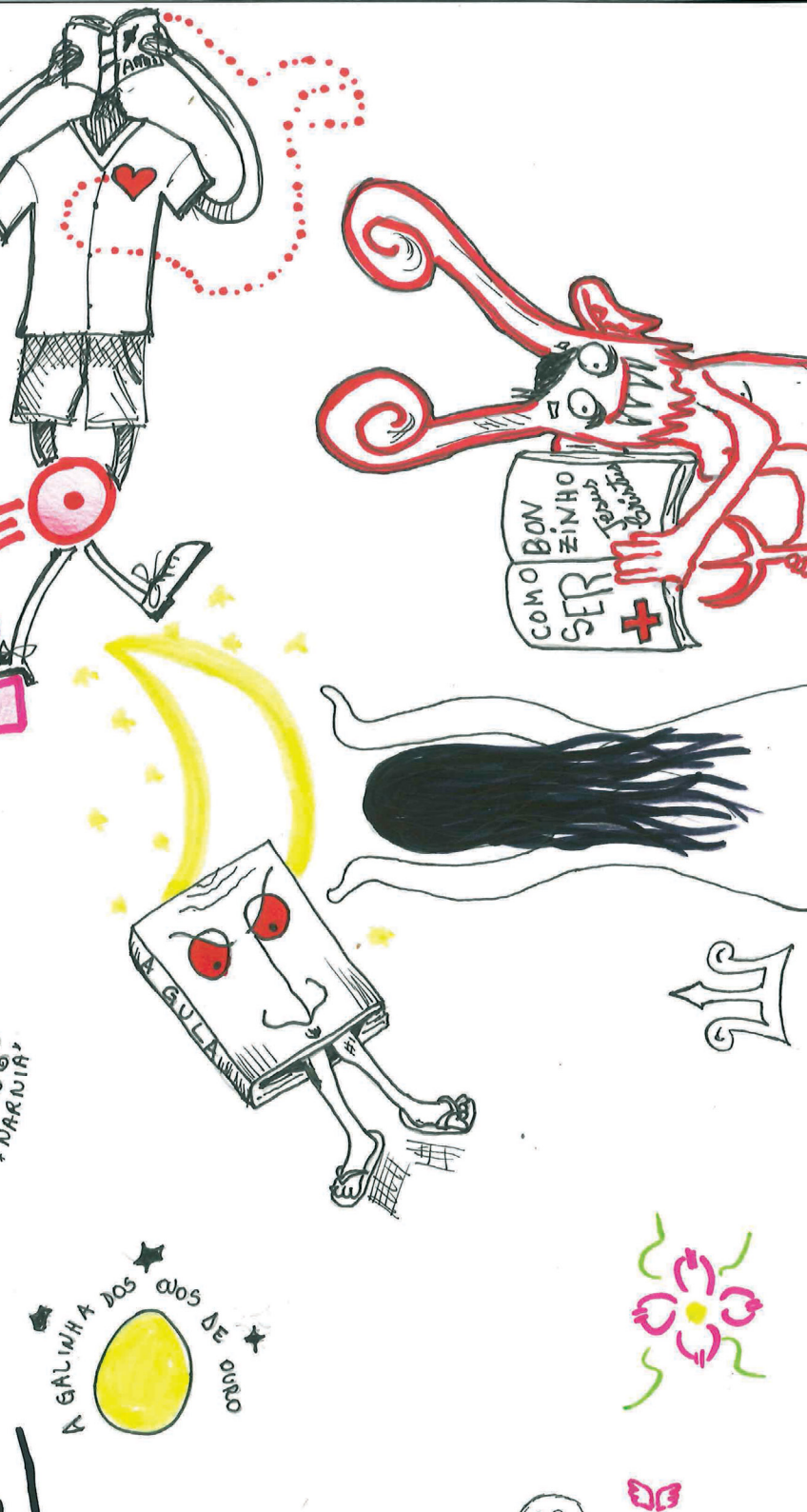
**REVISTA EXPERIMENTAL DO CURSO DE  
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL  
UFSM  
V.3, N.3 – 2014  
ISSN 2316 – 5588**





EO CORVO DISSE:  
NEVER  
MORE





# CARTUM COLETIVO

O cartum coletivo, ação da revista O QI #3, ocorreu durante o **Editasul**, Fórum de Produção Editorial da Região Sul, promovido pelo curso de Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. O evento realizou-se no dia 9 de dezembro de 2013, no auditório do prédio 67. O objetivo do cartum coletivo foi integrar os acadêmicos dos cursos de Comunicação Social (UFSM) e divulgar a revista **O QI**.

Participaram do Cartum Coletivo:

Luiza Betat Corrêa  
Fabio Brust  
Maíara Lima  
Henrique Denis Lucas  
Marina Machiavelli  
Carolina Motter Pizoni  
Sara Tessele  
Jamile M. Colitto  
Carolina Xavier  
Suelen C. Ribeiro  
Raquel Scremin  
Denys Schmitt  
Francieli Jordão Fantoni  
Jaimeson Machado Garcia  
Cesio Müller

## EXPEDIENTE

ORIENTAÇÃO	PROF. <sup>a</sup> CLÁUDIA REGINA ZILIOOTTO BOMFÁ
PROJETO E GESTÃO EDITORIAL	CAMILA NUNES, CARINE MARTINS, EDILAINE ÁVILA, FELIPE AGUIAR, IZABELLI OLIVEIRA, JAIMESON MACHADO, JULIANA FARIAS, JULIANA SEGALLA, MARCOS SOARES, MARINA MAINARDI, THUYLA DE FREITAS
PROJETO GRÁFICO	FABIO BRUST E JAIMESON MACHADO
DIAGRAMAÇÃO E CAPA	JAIMESON MACHADO
REVISÃO	HALYNE MARIA STEFANI DO PORTO E FANIELI MATZEMBACHER PINTON
AVALIADORES	CAMILA MARQUES, CRISTINA MARQUES GOMES, DANIEL BASSAN PETRY, DÉBORA CRISTINA LOPEZ, LAURA STORCH, LILIANE BRIGNOL, MARILIA BARCELLOS, PATRÍCIA M. PÉRSIGO, SANDRA RUBIA DA SILVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA	
REITOR	PAULO AFONSO BURMANN
VICE-REITOR	PAULO BAYARD DIAS GONÇALVES
DIRETOR DO CCSH	MAURI LEODIR LÖBLER
VICE-DIRETOR	WANDERLEI JOSÉ GHILARDI
FACOS	
CHEFE DE DEPARTAMENTO	FLAVI FERREIRA LISBÔA FILHO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL	
COORDENADORA	CLÁUDIA REGINA ZILIOOTTO BOMFÁ
TÉCNICO DE PROGRAMAÇÃO GRÁFICA	MARCELO KUNDE
SECRETÁRIO	DANIER MACIEL FELISBERTO
RECURSOS	PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO – FIEIX – UFSM
TIRAGEM	150 EXEMPLARES

---

O QI: Revista Experimental do Curso de Comunicação Social –  
Produção Editorial. / Universidade Federal de Santa Maria, Centro  
de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Ciências da  
Comunicação, Curso de Comunicação Social, Produção Editorial.  
– Vol. 1, N. 1 (2012) - . – Santa Maria, 2012 - \_\_\_\_.

Anual  
ISSN 2316 – 5588  
V. 3, n. 3 (2014)

1. Comunicação Social – Periódico. 2. Produção Editorial –  
Periódico. 3. Revista acadêmica. I. Curso de Comunicação Social  
– Produção Editorial.



## EDITORIAL

Caro leitor!

Nossa equipe editorial anuncia com alegria o lançamento da edição n.3, v.3, 2014 da Revista Experimental O QI. A O QI tem se preocupado em trazer novidades e se aperfeiçoar a cada nova publicação, contando sempre com participação criativa dos acadêmicos da disciplina de Projeto Experimental em Revista Científicas. Esta edição conta com os artigos e entrevistas sobre Bibliodiversidade e a Produção Editorial no Brasil; A Evolução Tecnológica da Imprensa: da composição manual à composição mecânica; do Impresso ao Digital: dissidências e coexistências; Vitor Cafaggi; Anamorfoses Cronotrópicas: atualizações, tensionamentos e devires; A Elo Editorial como veículo de divulgação de talentos: oportunizando a publicação para novos autores; Fanfic: relação do fã com o produto midiático; Comunicação da Feira do Livro de Santa Maria: a presença da academia, além da sessão de Ilustrações Livres e uma matéria sobre a primeira edição do Editasul, o Fórum de Produção Editorial da UFSM.

Esperamos que apreciem e contamos com sua participação nas próximas publicações

Boa leitura!

Prof<sup>a</sup> Cláudia Bomfá

---

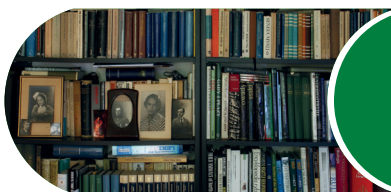
## Sobre a revista O QI

A revista impressa O QI (ISSN 2316-5588) é um produto editorial experimental financiado com recursos do FIEIX, como projeto de extensão, e produzido pelos acadêmicos matriculados na disciplina de Projeto Experimental em Periódicos Científicos, do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com a orientação da Prof<sup>a</sup>. Dra. Cláudia Regina Z. Bomfá. Esses alunos participaram do processo de produção desde a concepção do conteúdo, avaliação, tratamento e diagramação dos textos até a finalização do projeto gráfico e sua publicação.

Com periodicidade anual, a publicação visa apresentar conteúdo científico na área da Comunicação, com ênfase em Produção Editorial. A revista apresenta uma abordagem diferenciada no que se refere à linguagem acessível, com inserção de recursos hipertextuais e elementos imagéticos, levando este conhecimento aos leitores provenientes de iniciação científica, assim como à comunidade acadêmica em geral. A O QI direciona-se ao público de acadêmicos dos cursos de graduação em Comunicação Social e áreas afins, a profissionais da área ligados ao mercado editorial, e interessados no assunto. Visa publicar textos que contribuam para a área de estudo, para o desenvolvimento científico e para a experimentação da Comunicação Social, com enfoque em Produção Editorial e áreas afins. Por ser um periódico de acesso livre, os trabalhos publicados são de distribuição gratuita, em atividades educacionais e não comerciais. Segue o princípio da política de acesso livre, segundo o qual, disponibilizar gratuitamente a pesquisa científica ao público proporciona maior democratização do conhecimento.

*Equipe Editorial*

## SUMÁRIO



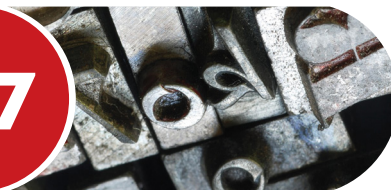
9

ENTREVISTA  
BIBLIODIVERSIDADE E O CENÁRIO DA  
PRODUÇÃO EDITORIAL NO BRASIL

## MATÉRIA

A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DA IMPRESSÃO:  
DA COMPOSIÇÃO MANUAL À COMPOSIÇÃO MECÂNICA

27

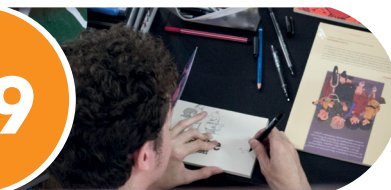


33

ENTREVISTA  
DO IMPRESSO AO DIGITAL:  
DISSIDÊNCIAS E COEXISTÊNCIAS

ENTREVISTA  
VITOR CAFAGGI

39





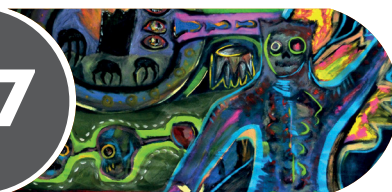


70

GALEIRA  
FOTOS EDITASUL

GALERIA  
ILUSTRAÇÕES LIVRES

67



62

ARTIGO  
COMUNICAÇÃO UFSM NA FEIRA DO LIVRO DE  
SANTA MARIA, A PRESENÇA DA ACADEMIA

ARTIGO  
FANFIC: RELAÇÃO DO FÃ COM  
O PRODUTO MIDIÁTICO

52

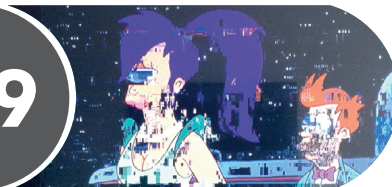


54

ARTIGO  
A ELO EDITORIAL COMO VEÍCULO DE  
DIVULGAÇÃO DE TALENTOS: OPORTUNIZANDO  
A PUBLICAÇÃO PARA NOVOS AUTORES

ARTIGO  
ANAMORFOSES CRONOTRÓPICAS:  
ATUALIZAÇÕES, TENSIONAMENTOS E DEVIRES

49







# BIBLIODIVERSIDADE

## e o cenário da produção editorial no Brasil

**POR FELIPE AGUIAR** acadêmico de Comunicação Social – Produção Editorial  
**TEXTO** desenvolvido na disciplina de Projeto Experimental Aplicado a Revistas Científicas

**BIBLIODIVERSIDADE** é a palavra de ordem no mercado editorial brasileiro. O tema vem ganhando corpo ao longo dos últimos anos no Brasil e no mundo, a partir do momento que os grandes conglomerados de mídia (TV, rádios, etc) e mega empresas, como Google e Amazon, passaram a se interessar pela publicação e distribuição de livros. Nesse sentido, a grande preocupação seria a concentração de empresas no mesmo setor e na mesma área, reduzindo a oferta de livros, e por consequência, a escolha do leitor, devido à redução de títulos, já que, nessa ótica mercadológica, todos os livros devem dar faturamento (nas editoras *“old fashion”*, os livros com mais vendas ajudavam a bancar os livros que vendiam pouco).

O editor independente, André Schiffrin (1935-2013), em entrevista dada à TV Cultura em 2013, comenta que, pouco tempo atrás, o Brasil não sentia os efeitos dessa concentração até a Cia. das Letras ser comprada pelo consórcio Bertelsmann (dona da editora Random House) e Pearson (dona da

Penguin Books), conglomerados de mídia (TV, rádio e propaganda) que uniram seus setores de publicação de livros no mesmo ano. Somente a Random House faturava perto US\$ 2,26 bi anuais (dados de 2012). A Penguin era a 4ª maior editora do mundo, com faturamento de US\$ 1,61 bi anuais (2012). A nova editora controla 25% do mercado atual de livros no mundo. Ainda em 2012, a Amazon comprou a Livraria Saraiva, uma das maiores redes do Brasil, e a Kobo Books, editora de livros digitais, comprou a Livraria Cultura, gerando uma série de questionamentos, mas ao mesmo tempo revelando uma tendência mundial em relação à publicação digital. Assim, fomos buscar entre agentes de mercado e academia um panorama sobre a bibliodiversidade que ao menos nos desse um viés sobre o tema e introduzisse essa questão no debate público.

Conversamos, via e-mail, com editores e estudiosos do mercado editorial, e fizemos algumas perguntas que podem traçar uma cartografia do tema em questão.



**NO QUESITO  
BIBLIODIVERSIDADE, COMO  
VOCÊ VÊ O ATUAL CENÁRIO  
DO MERCADO EDITORIAL  
BRASILEIRO?**



## REVISTA O VIÉS

*A bibliodiversidade editorial no mercado brasileiro, infelizmente, não foge à lógica de concentração, que também é a regra do mercado do jornalismo, área na qual estamos inseridos. Por isso, nos sentimos mais confortáveis em falar. É fato que cada vez mais existem pequenas editoras ou projetos independentes que visam viabilizar a publicação de material editorial de caráter crítico ou não alinhado aos parâmetros dominantes do mercado. Contudo, a produção massiva,*

*aquela que está ao alcance da grande maioria, ainda representa uma mesma linha editorial alimentada pelos best sellers, obras que geralmente não costumam ter características críticas ao status quo e ao senso comum. Por fim, é importante ressaltar que a existência dessas novas (em alguns casos nem tanto) editoras, de caráter contra-hegemônico, cumpre um papel importantíssimo na divulgação de novos autores e obras.*

## FELIPE LINDOSO

*Nós publicamos, hoje, aproximadamente vinte mil novos títulos por ano. Na verdade, acredito que até mais, com o crescimento das plataformas de autopublicação. Existem livros para todos os gostos (e maus gostos também). Então, esse não é um problema. A grande questão, aqui e alhures, é de como fazer esses livros chegarem às mãos de quem quer lê-los. Ou seja, a “descobribilidade” (se alguém achar uma palavra melhor, que coloque na arena).*

*Gabriel Zaid, autor de “Livros Demais” (Summus), que traduzi, diz que existem dois fatores fundamentais nesse processo: 1) cada livro tem um número fixo (mas não predeterminado) de leitores; 2) O problema é fazer que esses leitores*

*encontrem esses livros que, para eles, são importantes. Mas, diz o Zaid, a questão é que esse número fixo pode ser muito pequeno. Eu sempre dou um exemplo: se alguém publicar um livro sobre aranhas transgênicas, haverá, talvez, cem pessoas que vão achá-lo importante. E essas pessoas precisam saber que o livro existe. Agora, se o autor da importante obra sobre aranhas transgênicas alimentar a fantasia de que seu público é tão grande quanto o do Paulo Coelho, vai se frustrar.*

*Assim, ao lado da bibliodiversidade deve-se pensar sempre em como os livros chegam aos seus possíveis leitores, que são em número variável para cada título. Essa é que é, na verdade, a grande questão.*

## EDITORA MARIA PAPELÃO

---

*O livro, no Brasil foi, tradicionalmente, um objeto de classe, propriedade exclusiva das classes privilegiadas. Apesar dos muitos e louváveis esforços por popularizar a leitura no Brasil, os dados ainda indicam que o livro é um objeto pouco frequente na grande maioria dos lares brasileiros, e especialmente ausente na classe trabalhadora. Como mostra, por exemplo, a recente pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (IP-L, 2012), que indica que um 50% da população brasileira é não-leitora (isto é, que no momento da pesquisa não leu nenhum livro nos últimos 3 meses), e que esses leitores leem a modesta média de 3,1 livros por ano. Esses reduzidos indicadores de leitura decrescem ainda mais nas faixas de renda C, D, e E (dos 75% de leitores na faixa A, se passa a 33% na D/E). Obviamente isso repercute na oferta, em que as editoras literárias têm um “leitor ideal” ou um “cliente alvo” com características sociais muito definidas, comercializando produtos muito previsíveis. Isto não mudou desde que o MinC [Ministério da Cultura] passou a ser o principal comprador de livros no Brasil, já que os livros que se levam às bibliotecas das escolas são os mesmos livros que ganham prêmios e vendem nas livrarias, que passam a integrar uma inerte coleção de volumes cobertos de pó, junto aos clássicos que caem no vestibular.*

*Ao lado destas plurisseculares tendências, encontramos iniciativas editoriais interessantes. As editoras cartoneras tiveram origem em um cenário social muito concreto, e numa brilhante e simplíssima ideia: no epicentro da crise econômica argentina, na Buenos Aires de 2003, o escritor Washington Cucurto e o artista plástico Javier Barilaro decidiram fazer livros com papelão, comprado dos catadores do bairro. A partir do sucesso dessa experiência, as cartoneras se multiplicam pela América Latina, gerando centros de pequenos grupos editoriais que publicam textos com características muito diversas, que possivelmente ficariam de fora do circuito literário convencional. Pensamos, por exemplo, no “portunhol selvagem”, de Douglas Diegues, desenvolvido em paralelo à editora Yiyi Jambo Cartonera, na fronteira entre Brasil e Paraguai. Ou no trabalho conjunto da artista plástica Lúcia Rosa com a cooperativa de catadores Cooperglincério, em São Paulo. Mas, além das cartoneras, nossos referentes são outras pequenas editoras que arriscam lançar livros fora do circuito convencional, como a Selo Povo (dirigida por Ferréz em Capão Redondo, São Paulo), ou as Edições Toró (ideada por Allan da Rosa, também nas periferias de São Paulo).*

## ANÍBAL BRAGANÇA

---

*Sempre haverá originais nativos em busca de editores e à espera de publicação. Há incontáveis livros publicados no exterior que poderiam, com proveito, ser traduzidos e editados no Brasil. Nesse sentido, demandas e mesmo queixas de leitores e autores sempre terão fundamento. Entretanto, podemos afirmar que nunca houve, no Brasil, tantos títulos e temas tão diversificados quanto agora. Hoje é muito mais fácil publicar de que antes. O problema está muito mais na distribuição, muito ocupada pelos grandes grupos editoriais e livreiros, que não dão ou*

*não criam espaço para a circulação dos livros de venda mais reduzida, mesmo aqueles de grande interesse cultural. Iniciativas como a LIBRE, a Primavera dos Livros, as feiras de livros universitários e a criação de livrarias virtuais buscam superar esses entraves, mas é necessário estimular mais a criação de livrarias físicas, grandes, pequenas ou médias, onde haja livreiros como mediadores culturais, para que o leitor seja 'surpreendido' por novos lançamentos que não são best-sellers e encontre os 'outros' livros que lhe interessa adquirir e ler.*

## JOSÉ MUNIZ JR.

---

*A ideia de bibliodiversidade é claramente tributária da ascensão da diversidade como valor universal, ênfase que está expressa nos documentos da Unesco, por exemplo. O tema da bibliodiversidade foi pouco estudado, não apenas no Brasil, mas também em outros países. Trata-se de um termo criado por editores e que remete à diversidade cultural no mundo dos livros, mas que carece ainda de*

*definição conceitual e de metodologias adequadas para seu estudo e mensuração. Faltam, também, pesquisas de caráter mais abrangente que nos permitam avaliar qual é o grau de diversidade que o mercado editorial brasileiro possui, uma vez que as pesquisas setoriais já existentes têm um caráter panorâmico e quantitativo, que não nos permite fazer esse tipo de inferência.*



**A concentração de empresas no  
setor editorial brasileiro prejudica  
a bibliodiversidade, ou pode  
ajudar no lançamento de novas  
publicações, autores, etc?**



## REVISTA O VIÉS

---

*Sim, a concentração é prejudicial pois limita o número de publicações, especialmente aos critérios mercadológicos, como já foi dito, e o “boicote” aos novos autores e obras de caráter crítico ocorre justamente por conta de não existir um imediato respaldo comercial nessas publicações. Hoje, é importante salientar, o único critério é o retorno financeiro das grandes editoras e essa lógica anda na contramão*

*da ideia de publicar diferentes leituras de mundo. Na lógica de mercado, e falando especificamente sobre o mercado editorial, existe um determinado formato de produção tido como de sucesso e todo aquele que arriscar fazer um caminho diferente terá dificuldade em divulgar seu trabalho, assim como terão dificuldade de acesso aqueles que procuram material editorial que não siga essa lógica.*

## FELIPE LINDOSO

---

*O processo de concentração é inerente ao sistema capitalista. Mas a entrada no mercado editorial é muito fácil. Hoje é possível ter e fazer funcionar uma editora da sala da própria casa. O fenômeno da concentração está sempre acompanhado de uma alta “taxa de natalidade” de editoras. Todo dia aparece uma nova, que lança seus livros. Além disso, como já mencionei, as plataformas de autopublicação (em impresso e digital) se proliferam cada vez mais. Por outro lado, há também uma grande “taxa de mortalidade”. Boa parte dessas editoras fecha dentro de dois anos. As grandes editoras jogam sempre (ou procuram fazê-lo), no conhecido e no que pode vender muito,*

*segundo sua avaliação. Já essas pequenas e médias, jogam precisamente na diversidade, e são elas que garantem boa parte da nossa bibliodiversidade. Uma das vantagens da internet é que os livros ficam mais difíceis de “morrer”. Quem vasculha a rede acha muita coisa que lhe interessa e que não é encontrada nas livrarias. Ou porque nunca entrou nelas ou porque saiu rapidamente (o turnover é brutal, movido pelas novidades e pela preponderância dos best-sellers). Por isso, volto a insistir: mais que a bibliodiversidade, a grande questão é a “descobribilidade”, que também é agravada pela péssima rede de distribuição e pelo péssimo estado das bibliotecas públicas.*

## EDITORA MARIA PAPELÃO

---

*Antes de focarmos na oferta, acreditamos que, partindo da preocupação pela bibliodiversidade, o importante é salientar a responsabilidade do leitor para que seja ativo na procura de coisas que vão além do esperado e do rotineiro. Esse é o melhor motor para gerar alternativas inesperadas ou fortalecer o que já está acontecendo. O leitor entediado percebe que existe todo um universo literário fora das editoras comerciais, e que produzir e fazer circular livros não é tão difícil nem custoso. Nesse sentido, poderíamos dizer que o coletivo de Maria Papelão, mais que um coletivo editorial independente, é formado por um grupo de leitores que editam. Dito isto, é lógico que a concentração de empresas nunca é boa, mas essa tendência tampouco é um apocalipse onipotente. Para além da oferta dos grandes grupos, existe todo um microcosmo de editoras independentes que não procuram uma rentabilidade comercial para além da sustentabilidade econômica, propondo textos de grande interesse literário, político ou intelectual. E a internet está aí para quem quiser buscar, possibilitando que os livros cheguem a leitores distantes sem a necessidade de distribuidoras comerciais ou livrarias de shopping.*

*Isto nos leva a pensar que não só as lógicas industriais e comerciais das grandes empresas editoriais são perigosas*

*para a bibliodiversidade, como também que uma parte importante da responsabilidade está no setor público que, via sistema escolar (currículo das disciplinas de literatura ou escolha de obras para vestibular), e compra institucional (para Bibliotecas escolares), vai determinando o limitado cânone literário nacional. Da mesma forma, os pesquisadores universitários das Faculdades de Letras, as quais cada vez têm mais recursos e capacidade de ação, deveriam ser muito mais arriscados e ousados na escolha de objetos de pesquisa, em lugar de limitar-se aos clássicos ou seguir ao pé da letra os lançamentos das grandes editoras, desconsiderando muitas iniciativas que ficam fora de foco. Um último tema é a aspiração dos autores para tratar de sua trajetória no meio desse complexo circuito editorial. A grande maioria de autores contempla a auto-edição ou as editoras independentes (dentre elas se encontram as cartoneras) como um cartão de apresentação, como uma fase prévia para chegar às grandes editoras comerciais. É uma aspiração legítima e nós não temos nada contra. Mas como coletivo editorial, nossa aspiração é seguir fazendo edições pequenas trabalhadas com carinho, lançando livros que não teriam lugar nas editoras grandes, ocupando um espaço que nos parece necessário.*

## ANÍBAL BRAGANÇA

---

*Concordo com autores, como Jason Epstein e André Schiffrin, que analisaram o movimento de concentração editorial nos Estados Unidos e Europa, quando afirmam que a busca acelerada por lucros e dividendos leva os editores-executivos a se concentrarem na busca do best seller, sem qualquer pudor quanto ao valor cultural da obra, o que resulta em exclusão*

*de livros que não geram lucros significativos. Essa me parece ser uma regra geral que prejudica a bibliodiversidade, mas há sempre exceções. E não devemos esquecer que a concentração leva à criação de espaços para os pequenos, que geram oportunidades para a publicação de obras de qualidade, mesmo que não tenham grande público.*

## JOSÉ MUNIZ JR.

---

*Responder a essa pergunta pressupõe uma definição clara de bibliodiversidade. Para ensaiar uma resposta minimamente apropriada com as ferramentas conceituais de que já dispomos, é possível observar alguns fenômenos em relação à concentração empresarial no setor. Um deles é que, em geral, as editoras adquiridas pelos grandes grupos passam por uma readequação de seus catálogos: passa-se a privilegiar títulos de venda imediata ou garantida, em detrimento dos títulos de “fundo de catálogo”, nem sempre lucrativos; frequen-*

*temente, passa-se a privilegiar o título estrangeiro em detrimento dos autores brasileiros; o autor estreante fica em segundo plano. Esses títulos acabam por encontrar espaço nas pequenas e médias editoras que, de algum modo servem como “laboratório de êxitos” das grandes [editoras]. Nesse sentido, não há que se idealizar demasiadamente a atividade das pequenas e médias, uma vez que, na atual conformação do mercado, elas acabam por fazer parte de um ciclo de geração de valor nos moldes capitalistas clássicos.*



**O Brasil é um país  
com bibliodiversidade?**



## REVISTA O VIÉS

---

*Talvez. Diversa porém inacessível e pouco valorizada (vide mico-leão dourado). Como já dissemos, existem algumas experiências muito interessantes e valorosas de editoras independentes e/ou “alternativas”, contra-hegemônicas, que*

*se propõe a publicar materiais que fujam à lógica de mercado. Contudo, infelizmente, esse material acaba não tendo o mesmo alcance que aqueles produzidos pelas grandes editoras, o que é ruim para autores e leitores.*

## FELIPE LINDOSO

---

*Sim, como acredito ter dito.*

## EDITORA MARIA PAPELÃO

---

*O Brasil é um país pouco leitor, como é sabido. Mas isso não nos deve levar a pensar que o Brasil é um país pouco literário. É preciso dissociar a literatura do objeto livro, por dois fatos que não podemos esquecer: 1) nem todos os livros são literatura, e 2) nem toda a literatura está nos livros. Se considerarmos outros textos, encontraremos grande circulação de livros no Brasil: milhões de Bíblias, Evangelhos de Kardec ou mitos Yorubás, as profecias de Hercólubus, apostilas de concursos ou de vestibulares, gibis da Marvel ou da Turma de Mônica, livros de culinária ou Kama Sutas... todos esses livros circulam muito mais do que a Companhia das Letras e a LP&M juntas sonham vender em toda sua história. Isso é*

*leitura e bibliodiversidade. Por outro lado, ainda há cordel, blogs e fanzines substituindo mimeógrafos, saraus poéticos nas periferias de São Paulo, histórias de assombração e causos contados de noitinha numa roda de chimarrão, há o hip-hop improvisando batalhas, resiste cantada a palavra kaingang ou guarani sustentando a cúpula celeste, e há também fofocas e lendas envolvendo a vida de jogadores de futebol, há a novela das nove, há mitos pop que marcam a vida das pessoas. Todas essas palavras nunca precisaram do engenho de Gutenberg para seguir vivas, e lá estão elas, incomodando a nossa definição míope e restrita do que é literatura.*

## JOSÉ MUNIZ JR.

---

*Como eu disse anteriormente, essa é uma pergunta que demandaria um trabalho conceitual e dados mais apurados sobre o mercado. Com as poucas informações de que dispomos, é possível formular algumas constatações:*

*1. Olhando comparativamente, o mercado editorial brasileiro é certamente mais bibliodiverso que o de países não democráticos, ou nos quais a democracia ainda não fortaleceu minimamente suas instituições. As editoras brasileiras têm, hoje, liberdade de expressão garantida, ainda que elas encontrem barreiras pontuais (por exemplo, o problema da lei de biografias). Por outro lado, para compará-lo a outros mercados onde a democracia já se consolidou, seriam necessárias ferramentas de análise de que ainda não dispomos (ou que, se existem, ainda não foram aplicadas ao caso brasileiro).*

*2. O mercado editorial brasileiro segue concentrado no eixo Rio de Janeiro-São Paulo, com alguns outros centros secundários de destaque (Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba). A despeito dessa concentração, ele é mais disperso (ou seja, geograficamente mais diverso) do que em países como a Argentina, onde o mercado editorial está mais fortemen-*

*te concentrado na capital, Buenos Aires. Por outro lado, é bem mais concentrado que em países como Espanha ou Estados Unidos, onde a atividade editorial se concentra menos no território, mesmo com a existência de grandes centros editoriais como Nova York, Madri e Barcelona.*

*3. A participação do Brasil como país-convidado na Feira de Frankfurt, em 2013, trouxe à tona alguns problemas mais gerais: num país que se gaba de sua mistura de culturas, cores, credos, onde estão os autores negros e os autores indígenas? Do mesmo modo, podemos nos perguntar: onde estão os editores negros e os editores indígenas? Trata-se, evidentemente, de um problema que vai muito além das conformações do mercado editorial em si, porque remetem a formas de exclusão que se dão, historicamente, em todos os domínios da vida social.*

*4. A essas questões, eu gostaria de acrescentar outra: olhando para o “panteão” de grandes editores brasileiros do passado e do presente, – aqueles que passam para a história como sujeitos capazes de marcar época – fica mais do que flagrante a quase ausência de mulheres. Por outro lado, é necessário notar que os últimos vinte anos parecem representar um mo-*

*mento de transformação dessa relação de forças, e boa parte dos empreendimentos editoriais marcantes do presente são comandados por mulheres. A recente ascensão de editoras à presidência de entidades representativas do setor também parecem indicar caminhos de mudança nesse sentido. Não há nenhuma casualidade nesse fenômeno, haja vista o protagonismo que as mulheres têm assumido em diversos âmbitos da vida social. Contudo, ainda há muito o que fazer e o mercado editorial é uma gota nesse oceano.*

*Conclusão provisória para esta questão: O que não se*

*pode deixar de lado é que pensar bibliodiversidade pode supor não apenas pensar diversidade de livros, mas também diversidade de pessoas, de trajetórias, de ideias, de formações, etc.. Talvez seja legítimo sustentar, como hipótese, que estas diversidades é que vão desembocar, ao fim e ao cabo, numa bibliodiversidade de fato, garantindo não apenas o pleno acesso da população aos livros, mas também a participação dos distintos grupos sociais e minorias na conformação das políticas públicas do livro e da leitura e nas políticas editoriais propriamente ditas.*

## ANÍBAL BRAGANÇA

*Os desafios do Brasil no campo editorial não estão em suposta escassez de bibliodiversidade, mas sim na falta de leitores. A extrema desigualdade social leva imensas parcelas da sociedade à expulsão, no que diz respeito aos acessos a bens simbólicos, especialmente livros impressos, já que muitos brasileiros têm escassa capacidade de consumo e baixa escolaridade. Essa realidade, agravada pelas mudan-*

*ças nas práticas culturais, estimuladas pelas novas tecnologias de comunicação e informação que afastam segmentos de classes médias do consumo e da leitura de livros, criou o nó górdio que sociedade e estado devem desatar para que o Brasil se torne o país que pode e deseja ser, em termos de qualidade de vida e de nível educacional, desenvolvendo as artes e dando maior robustez às áreas científica e técnica.*



**Qual o papel do editor  
com o tema bibliodiversidade?**



## FELIPE LINDOSO

---

*Há editores e editores. Os das grandes empresas estão preocupados em descobrir o próximo best-seller. Os das pequenas e médias se empenham em fazer curadorias de seus catálogos, buscando construí-los de modo coerente com os novos autores das tendências ou áreas do conhecimento ou da literatura que lhes interessam. E os autores que não encontram editoras estão cada vez mais apelando para a autopublicação,*

*mas se perdem no imenso e proceloso oceano dos livros. A verdade é que o mundo dos livros reflete, de certa forma, o mundo real. Então, há livros falando de tudo, todos desesperados em busca de seus leitores. Temos leitores em grande quantidade, mas, infelizmente, para cada autor e para cada editora, parece sempre que estes estão interessados em outros livros que não sejam os que escrevemos e publicamos.*

## JOSÉ MUNIZ JR.

---

*Seria redundante dizer que o editor é o grande agente da bibliodiversidade. Não o editor, mas os editores. Um país bibliodiverso deve, necessariamente, garantir a atividade ininterrupta e financeiramente saudável de muitas editoras, com linhas editoriais distintas, localizadas em regiões distintas, buscando públicos distintos. Editoras pequenas, médias e grandes, editoras independentes, editoras de igrejas, editoras de partidos, editoras de*

*movimentos sociais, editoras de ONGs. Isso nos remete, então, a outra pergunta: qual o papel do governo nesse tema? Que políticas públicas são viáveis e desejáveis para a garantia da bibliodiversidade? O que é possível fazer nas três esferas de governo para fomentar a diversidade cultural no mundo dos livros? São perguntas para as quais ainda temos poucas respostas, mas que devem continuar sendo feitas.*

## REVISTA O VIÉS

---

*Editar. Livremente, sempre levando em consideração a importância da bibliodiversidade como espaço onde se retrata, divulga e informa sobre uma gama enorme de olhares, e não um único.*

## EDITORA MARIA PAPELÃO

---

*Falaremos da nossa proposta. Ainda considerando o panorama anterior, a aposta de Maria Papelão é pelo livro e pela literatura, porque a gente gosta de livros e gosta de ler literatura. Portanto, trabalhamos pensando em um livro-outra e uma literatura-outra, deslocando a noção estabilizada do livro literário para quebrar a estreita gaiola de ouro onde ele está fechado hoje. Não pensamos o livro-luxo: um lindo volume com capa de couro que colocado na rica biblioteca privada, numa prateleira de madeira nobre sobre a lareira, agregue status à mansão do homem de letras. Não pensamos o livro-industrial: seriado e idêntico, repetido a milhares e vendido a mais um cliente impessoal, cuja única ligação emotiva com o objeto passa por fazer submissa fila ante um sacralizado autor numa Feira do Livro, até ganhar o esperado autógrafo-e-dedicatória-com-nome nos cinco segundos de conversa.*

*Não pensamos o livro-lixo, senão o livro-feito-de-lixo para devir luxo. Na Maria Papelão, editora cartonera, as capas são feitas artesanalmente e nunca se repetem, o que permite ao leitor participar do ciclo criativo desde o segundo-zero, desde o momento em que com seu olhar seleciona o livro que levará para casa. Nossas tiragens são curtas e limitadas, não mais de 200 livros (com sucessivas reimpressões segundo nossa capacidade), produzidas no lento tempo do artífice da leitura e da escrita. Mas tudo isso é detalhe, o importante é saber que a bibliodiversidade passa também por uma diversidade de formas de relação social, entre escritor-editor-leitor, que não têm por que ser simplesmente comercial. Para além do trabalho assalariado, a cobiça do edital público, a comercialização focando o lucro, o que pretendemos é fazer circular livros literários feitos com amor, com o convencimento de que isso é importante.*

## ANÍBAL BRAGANÇA

---

*O editor deve discernir bem em qual ou quais áreas tem mais possibilidades de êxito, quer como recompensa material, quer como gratificação espiritual. Na medida de sua originalidade e coragem, ele contribuirá para ampliar a bibliodiversidade no país.*

## Biografia dos entrevistados

**FELIPE LINDOSO** Felipe José Lindoso é graduado em antropologia pela Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Peru, e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em antropologia Social da UFRJ (Museu Nacional). É jornalista, foi sócio fundador e diretor da Editora Marco Zero, de 1980 a 1998. Tem publicados artigos, ensaios e livros, entre os quais “O Brasil pode ser um país de leitores?” (Summus Editorial). É autor do capítulo sobre o Brasil da “História de las Empresas Editoriales de América Latina – Siglo XX”, organizado por Juan Gustavo Cobo Borda, Cerlalc. Escreveu análises para as publicações “Retratos da leitura no Brasil”, de 2008 e 2012. Mantém o blog [www.oxisdoproblema.com.br](http://www.oxisdoproblema.com.br), no qual analisa as questões do mercado editorial brasileiro e internacional. Foi assessor da Câmara Brasileira do Livro (CBL), ocupando diferentes cargos. Foi consultor do Cerlalc. Atualmente dedica-se a projetos e iniciativas na área do livro e da leitura, como consultor do Instituto Itaú Cultural.

**EDITORA MARIA PAPELÃO** Maria Papelão Editora é um coletivo da cidade de Santa Maria (RS, Brasil), dirigida para abrir e consolidar um espaço de ação literária e cultural independente, no qual se busca promover, publicar e projetar vozes e escritas de variados sujeitos e grupos. Editamos livros com capas elaboradas de modo artesanal, por mãos que convertem o papelão que vai para o lixo em objetos de beleza plástica. Fazemos parte da “rede cartonera” que hoje se espalha por toda América Latina e por algumas cidades de Europa. Criada em outubro de 2013, seu primeiro título publicado foi a novela **Tempo embalado para apodrecer**, de Luiza Casanova. Atualmente, está preparando o lançamento da reportagem literária **Estilhaços de Rodolfo Walsh**, de Iuri Muller. No começo era o verbo, e o verbo se fez um ansioso sonho, sonho que agora fazemos circular com palavras sob o abrigo cálido do papelão...

**ANÍBAL BRAGANÇA** Professor Associado da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Coordenador do Lihed – Núcleo de Pesquisa Livro e História Editorial. Autor de **Livraria Ideal, do cordel à bibliofilia**, 2a. ed., Edusp; coorganizador de **Impresso no Brasil – Dois séculos de livros brasileiros**, Edunesp, Prêmio Jabuti 2011 de melhor livro na área de Comunicação. Exerceu as funções de Diretor Científico da Intercom (2003-2005) e Coordenador-geral de Pesquisa e Editoração da Fundação Biblioteca Nacional (2011-2013). Também foi Secretário Municipal de Cultura em Niterói (1999-2000).

**JOSÉ MUNIZ JR.** José de Souza Muniz Júnior é doutorando em Sociologia, mestre em Ciências da Comunicação e graduado em Comunicação Social – Editoração pela Universidade de São Paulo (USP). Trabalhou como revisor, preparador e editor assistente em diversas casas editoriais paulistanas. Atualmente, desenvolve, com financiamento da Fapesp, uma pesquisa sobre as mudanças recentes do campo editorial no Brasil e na Argentina, em perspectiva amparada.

**REVISTAO VIÊS** A revista o Viês é uma revista digital idealizada e desenvolvida inicialmente por oito estudantes de jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (RS). Fundada no dia 7 de novembro de 2009, a revista conta atualmente com dez redatores fixos, dos quais sete já jornalistas formados pela UFSM.





# A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DA IMPRESSÃO:

## DA COMPOSIÇÃO MANUAL À COMPOSIÇÃO MECÂNICA

TEXTO desenvolvido na disciplina de Projeto Experimental Aplicado a Revistas Científicas pelos acadêmicos de Comunicação Social – Produção Editorial

NO SÉCULO III a.C., o editor era responsável pela edição do copista e os livros começaram a se difundir. Esse crescimento propiciou a organização de bibliotecas e o aumento na produção livreira. Porém, não evitou edições defeituosas. Por volta de 290 a.C., Ptolomeu I fundou a Biblioteca de Alexandria, que, por dois séculos, teve grande influência nos caminhos da editoração. A partir do século II d.C., o códice, isto é, “livros com páginas que são viradas, em oposição a rolos de papiro, que são desenrolados” (DARNTON, 2010, p. 40), foi apresentado em rolo (volumen) e evolui para o pergaminho, que usava páginas em couro, mais resistentes do que o papiro.

Depois do declínio de Roma, no século V d.C., a editoração teve grande avanço, com edições cuidadas e preservadas pelos antigos escritores.

Muitos livros foram reunidos em grandes enciclopédias e compêndios. O aumento na quantidade de cópias elevou o padrão dos manuscritos, e, mais tarde, no século XV, as universidades contribuíram para diminuir o formato do livro, que até então era muito grande e difícil de manusear. Nesse período, cabia aos editores divulgar e normalizar o livro, seguindo princípios alexandrinos.

Nesse sentido, objetivamos esclarecer como o processo evolutivo do livro e sua produção se caracterizaram ao longo dos séculos. Para tanto, efetuamos uma exploração referencial de autores especializados na área de produção do livro e de suas inovações. Com base nisso, montamos um cenário que mostra a evolução da impressão, passando pela composição manual e chegando à mecânica.

No início do século XV, algumas novidades tecnológicas incidiram diretamente sobre a indústria do livro, “foram introduzidas na Europa duas grandes novidades de origem chinesa que revolucionaram a indústria do livro: o papel e a xilogravura, que terminaram por associar-se” (ARAÚJO, 2008, p. 45).

A impressão xilográfica, que, segundo Rozendo (2010), acompanhou o trabalho manual nesse período, caracterizava-se pela gravação de letras e imagens num bloco único de madeira, o qual poderia ser reutilizado somente para uma nova impressão do mesmo livro. Esse processo, considerado mais rápido e preciso, foi utilizado por muitos séculos, principalmente na reprodução de imagens e de elementos decorativos.

Contudo, essa técnica ainda era bem limitada. O papel conviveu com o pergaminho por algum tempo, enquanto que a xilogravura logo seria substituída pela tipografia, um processo de composição em que cada caractere é organizado dentro de um código de alta complexidade para, dessa forma, comunicar uma mensagem.

Até meados do século XV, quando se tornou conhecida na Europa a prática tipográfica, a reprodução de livros tinha como meios naturais a pena e a tinta, e como suporte físico, quase sempre o pergaminho. Livros manuscritos, grandes, pesados e trabalhados minuciosamente, eram bens materiais valiosos, e uma biblioteca, se bem equipada, poderia valer tanto quanto uma propriedade (ROZENDO, 2010, p. 15).

A inserção da impressão por tipos móveis, na segunda metade do século XV, significou um avanço real no processo de impressão, e sua difusão foi crucial para

a multiplicação de textos e para a padronização da forma do livro, que ocorreu em menos de trinta anos. Entre as grandes contribuições apresentadas por essa nova técnica, estão: tipos móveis gravados individualmente e intercambiáveis; padronização do alfabeto devido à mesma matriz; controle mais prático e relativamente preciso dos espaçamentos e alinhamentos; substituição da madeira por liga metálica especial, com maior durabilidade do material utilizado para composição; aumento da tiragem, da circulação e da distribuição de cada edição, com a redução de custo e tempo advindas desse novo processo (ROZENDO, 2010).

No setor tipográfico, vários melhoramentos seriam introduzidos por Friedrich K  ning (1774-1833), com a substituição da platina por cilindro e o prelo duplo, que, em 1814, imprimiu o jornal *The Times*; por Richard Hoe (1812-1886), que lançou, em Nova York, a máquina de imprimir dita rotativa, com os caracteres dispostos sobre um cilindro (1846); por Ottmar Mergenthaler (1854-1899), que em Baltimore inventou a Linotipo (1884); e por Tolbert Lanston (1844-1913), que lançou, também nos EUA, a monotipo. (ARAÚJO, 2008, p. 49).

Essas modifica  es, através da tipografia, podem ser consideradas um empreendimento industrial num período em que a indústria em si não existia. Cabe ressaltarmos que a tecnologia ocupa uma posi  o superior em rela  o às atividades intelectuais e sociais, uma vez que está intimamente relacionada com o físico e o material.

Segundo Basalla (1988), os elementos da evolução tecnológica são um produto do intelecto e da imaginação do homem.

O grande divisor de águas para produção de livros foi o desenvolvimento dos tipos móveis em metal, por Johannes Gutenberg, a partir do que foi possível aperfeiçoar a prensa tipográfica. A reutilização dos tipos móveis para compor novos textos foi um passo importante a conquista de imprensa de massa nos séculos que se seguiram.

A incidência dessa nova forma de produção dos livros resultou em ganhos consideráveis para a época, em aspectos como o tempo, o custo e a variedade de produção de impressos. Porém, socialmente, essa evolução não foi aceita de forma unânime, uma vez que “humanistas e estudiosos observaram que, com esse modo de produção, erros linguísticos ou mesmo científicos seriam perpetuados por tipógrafos negligentes” (ROZENDO, 2010, p. 17). A mesma preocupação tinha Johann Froben, a quem se atribui a frase: “O comprador de um livro cheio de erros na verdade não adquire um livro, mas uma praga.” (ROZENDO, 2010, p. 48).

Com o passar dos séculos, as artes gráficas se desenvolveram e o arranjo tipográfico presente durante quase quatrocentos anos avançou para processos mais eficientes e de maior qualidade. Do século XVI datam as primeiras obras de casas publicadoras ou editoras, que tinham filólogos na função de editores, razão pelo qual as técnicas de editoração tiveram grande avanço. Posteriormente, por volta de 1850, o livro adquiriu uma configuração mais ergonômica e irreversível, que chega à metade do século XX como livro de massa ou livro de bolso. Essa reconfiguração trouxe consequências para o

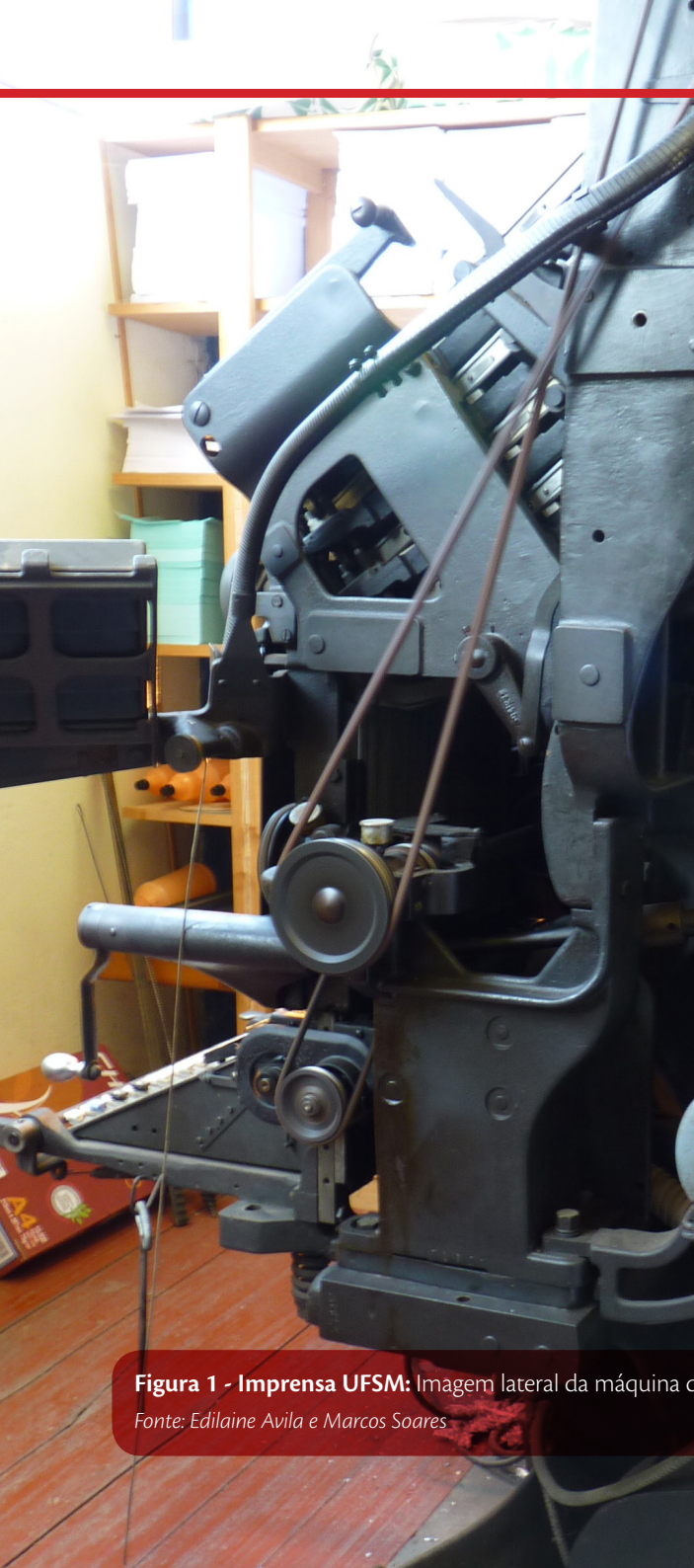
texto, como cuidados tomados para criar uma programação visual capaz de tornar a leitura mais agradável e o texto mais claro.

No início do século XX, a Linotipia influenciou a velocidade e o volume da produção de livros e de outras peças gráficas. A máquina Linotype (Linotipo) foi desenvolvida por Ottmar Mergenthaler em 1884, em Baltimore, Estados Unidos. Funcionava compondo linhas de tipos inteiras, combinando uma espécie de forma tipográfica composta pela linha e pelo chumbo em ponto líquido. Depois de digitada a linha tipográfica, pequenas formas de tipos se agrupavam, formando a linha a ser preenchida por chumbo derretido. Segundo Heitlinger (2007), as máquinas Linotype tomaram lugar de sete ou oito tipógrafos, que produziam as mesmas linhas tipográficas de forma manual.

O advento das máquinas Linotype na composição de jornais, revistas, livros e panfletos refletiu diretamente na circulação desses suportes na sociedade. Na época de sua popularização, o aumento nas tiragens dos suportes de circulação, foi considerável. As Linotypes foram máquinas de baixo custo de produção, intensificaram a circulação da informação.

Esse contato com a história da evolução do livro, sua produção e, principalmente, com a linotipia instigou-nos o desejo de conhecer melhor uma máquina Linotype, que, outrora, teve grande importância na produção de impressos, o que possibilitou que a circulação de informação ter sido intensificada. Assim, iniciamos uma pesquisa na região de Santa Maria para termos contato com a máquina e a analisarmos. Chegamos à Imprensa Universitária, onde há uma Linotype que ainda funciona e é utilizada para ministrar aulas de





tipografia no Curso de Desenho Industrial – Programação Visual da Universidade Federal de Santa Maria.

Na Imprensa Universitária, em breve conversa, Miguel, operador da Linotype, esmiuçou o processo de composição das linhas tipográficas e fez questão de ligar a máquina, apresentada na figura 1, para nos mostrar, na prática, o seu funcionamento. Viajamos no tempo em segundos e, por breves momentos, sentimos e constatamos o que de fato pesquisamos para este texto. Apesar de não ter sido possível ver a Linotipo em pleno funcionamento, pode-se perceber sua capacidade de modificar todo um processo de composição que, no final do século XIX e até a metade do século XX, transformou e acelerou a produção do impresso, que possibilitou a maior circulação da informação.

Ainda no século XX, percebemos a evolução do processo de produção da indústria gráfica, através de três diferentes formas de impressão: composição manual, mecânica e eletrônica. A primeira baseia-se na composição de um tipo a outro até a formação de frases, páginas, livros inteiros ou peças gráficas. Já a segunda mostra um grande avanço em relação à velocidade de composição dos tipos, com máquinas de Linotipo capazes de compor linhas inteiras em poucos minutos, o que acabou acelerando a produção gráfica. Por fim, a terceira, através de máquinas de escrever elétricas e, na sequência, do computador, acelera vertiginosamente a produção gráfica, mudando toda a rotina das redações de jornais, editoras e gráficas.


**Figura 1 - Imprensa UFSM:** Imagem lateral da máquina de composição mecânica Linotype.

Fonte: Edilaine Avila e Marcos Soares

Assim, em grande velocidade, a evolução tecnológica das composições manual e mecânica foi fundamental para o aprimoramento do livro como é conhecido hoje, devido ao seu formato e a sua ergonomia, transformando-se em grande vetor na transmissão do saber: “da escrita ao código foram 4.300 anos; do código aos tipos móveis, 150; dos tipos móveis à internet, 524 anos” (DARNTON, 2010, p. 41). Assim, cada momento evolutivo remonta a um pensar diferente acerca da tecnologia de compor e de produzir o livro.

No século XV, Gutenberg desenvolveu os tipos móveis, acrescentando liberdade de montagem às letras de composição e facilitando a produção de novas linhas e textos. A evolução da tecnologia tipográfica espalhou os horizontes visuais do conhecimento, pois ela foi aplicada a fim de reproduzir uniformemente a nossa forma de

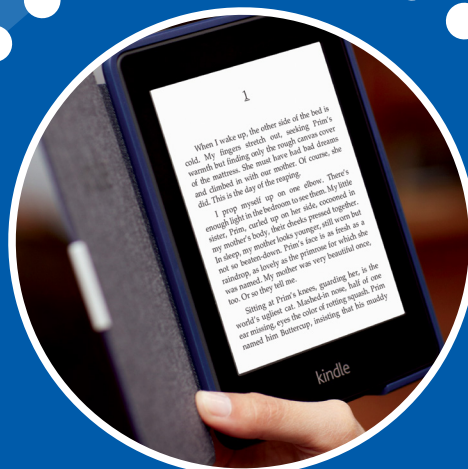
comunicação, que ainda era restrita e unidimensional, pois os livros eram o único suporte pelo qual o saber era adquirido e armazenado. Dessa forma, a tecnologia tipográfica influenciou diretamente nossa forma de comunicar. Também, modificou nossa forma de armazenar o conhecimento, elevando os livros a pequenas bibliotecas pessoais que poderiam render bons valores.

Destarte, cada vez mais evoluído, o livro fez experimentações que, por vezes, nortearam e desenvolveram sua forma. Em sua valorosa relação com o aprimoramento da tecnologia, o livro, a tipografia, a linotipia e tantos outros processos de composição asseguraram, em diversos momentos, a evolução de um suporte, de uma indústria e de uma relação entre o livro e o leitor; do leitor com a indústria e da indústria com a forma de composição. 

## REFERÊNCIAS CONSULTADAS

- ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro**. São Paulo: Ed. da Unesp, 2008.
- BAND, David. **Novo manual de produção gráfica**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- BASALLA, George. **The evolution of technology**. New York: Cambridge University Press, 1988.
- COLLARO, Antônio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 1987.
- DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- HEITLINGER, Paulo. **Linotype (Ottmar Mergenthaler, 1884): linotipia, typesetting**, 2007. Disponível em: <<http://tipografos.net/tecnologias/linotype.html>>. Acesso em: 8 jan. 2014.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.
- ROZENDO, Carol. **Tipógrafos e editores: o período de criação 1450-1550**. São Paulo: Com-Arte, 2010.





# DO IMPRESSO AO DIGITAL:

dissidências e coexistências

**TEXTO** desenvolvido na disciplina de Projeto Experimental Aplicado a Revistas Científicas pelos acadêmicos de Comunicação Social – Produção Editorial **Camila Nunes, Juliana Segalla, Juliana Farias e Izabelli Oliveira**

AO RESGATARMOS a história dos suportes de leitura, podemos observar que sua evolução teve início há milhares de anos. O homem se utilizou de diferentes formas para se expressar e difundir os seus conhecimentos, e seus primeiros registros foram gravados em tabuletas de argila ou em pedras. Posteriormente, surgiram os cilindros de papiro, confeccionados com tiras vegetais e podiam ser facilmente transportados. Tempos depois, o papiro foi substituído pelo pergaminho, um tipo de excerto de couro de animais, e, mais tarde, pelo Códex, uma espécie de placa de madeira encerada. Foi a partir do Códex (ou Códice), que se começou a pensar no livro como um objeto na forma como o conhecemos.

Foi em Roma que o livro começou a tomar forma e dar início à formação de um público leitor. Várias transformações no formato dos livros foram apresentadas ao longo da Idade Média e Moderna, como a substituição do pergaminho pelo papel e a impressão de tipos móveis. O papel, considerado o principal suporte de leitura e, inicialmente, considerado como um artigo de luxo começou a popularizar-se e a ficar mais barato. Na Idade Moderna, surgiram cada vez mais livros portáteis, como os livros de bolso que passaram a trazer gêneros como romance e novela. A partir da Idade Contemporânea, o acabamento do livro foi aperfeiçoado, possibilitando a produção de edições de luxo. No final do século XX,

surgiu o livro digital, originando muitas incógnitas. Este novo formato também passou por várias modificações e aprimoramentos, sendo, hoje, considerado como uma nova mídia. A história do livro é imensa e rica e não cabendo em poucas páginas.

Os amantes do livro impresso, que os comprem, leem e guardam em prateleiras, não pensam em trocar esse formato tradicional por um aparelho eletrônico. Já, para muitos nativos digitais, completamente integrados a esta nova cultura tecnológica, em que não fazemos mais uma leitura linear, mas fragmentada, através de diversos hiperlinks, o formato digital pode ser o único caminho do livro no futuro. Outros leitores e profissionais da área, por sua vez, preferem acreditar na coexistência de ambos os formatos.

As tecnologias mudam o tempo todo. Cabe aos profissionais da área acompanhar esta evolução e satisfazer as necessidades e os desejos dos leitores. Por este motivo, editores e as editoras se viram na obrigação de entender, enfim, o que é esse tal de livro digital.

Estaríamos presenciando mais uma evolução ou uma revolução do livro? O livro digital veio para acabar com o impresso ou apenas complementá-lo? É o que vamos refletir a partir da entrevista com os profissionais do livro, Brique de Lemos e Salete Marchi.



## BRIQUET DE LEMOS

Antonio Agenor Briquet de Lemos é natural do Piauí, mas cresceu no Rio de Janeiro. É filho de tipógrafo e sempre estudou e trabalhou em bibliotecas. No auge da vida, estabeleceu-se em Brasília e hoje é livreiro e editor. Briquet de Lemos dedicou sua vida ao mundo do livro. Professor aposentado da Faculdade de Biblioteconomia da Universidade de Brasília (UnB), atualmente dedica-se a trabalhar em sua livraria, Briquet de Lemos Livraria e Editora, especializada em livros de arte, arquitetura, fotografia e design, que é referência não só em Brasília, mas em todo o país.

**Revista OQI: Diante do avanço das tecnologias, os dispositivos de leitura digital possibilitaram uma evolução ou uma revolução do livro/impresso? Como você avalia.**

**Briquet de Lemos:** Está havendo uma evolução e também uma revolução. A evolução do livro impresso, em termos de facilidade e rapidez de produção e de ampliação de seu mercado, teve seus momentos marcantes com: 1) a invenção da linotipo e outras máquinas de composição mecânica; 2) a introdução da impressão *offset*; 3) a adoção do formato de livro de bolso; 4) o surgimento da fotocomposição e, em seguida, dos sistemas de processamento de textos e da editoração eletrônica. Com esse último avanço, estavam dadas as condições básicas que permitiram a utilização da internet como uma das grandes conquistas na difusão do livro impresso, por meio das livrarias virtuais, e, mais recentemente, do livro digital. Esse conjunto de realizações assinala a evolução do livro como veículo de comunicação e difusão de conhecimentos. A revolução, propriamente dita, começou faz pouco tempo, com o advento do livro digital. É este que está modificando a própria estrutura da indústria editorial, desde a invenção da tipografia de tipos móveis, até a forma como o leitor adquire e lê o livro. Agora precisamos ter os olhos abertos para registrar as diferenças (revolucionárias?) entre os tempos de antigamente e os tempos atuais, no amplo espectro que vai desde as formas de como o autor escreve e como aquilo que ele escreve chega até o público leitor. Avalio, portanto, que estamos vivendo um tempo de mudanças sérias, de transição para um mundo cujo perfil ainda está difícil de vislumbrar.

*“Estamos vivendo um tempo de mudanças sérias, de transição para um mundo cujo perfil ainda está difícil de vislumbrar.”*

- Briquet de Lemos



**O QI:** Em sua opinião, o digital é um concorrente do impresso ou podemos dizer que são complementares?

**BL:** No momento, ainda é difícil dar uma resposta conclusiva. Há áreas em que se nota que são concorrentes e outras em que são complementares. E também há áreas, como a do livro didático, para não falar dos periódicos científicos, em que o cenário é manifestamente favorável ao livro digital.

**O QI:** A interatividade das novas tecnologias acabará com o antigo fascínio do texto na “quietude do papel”?

**BL:** Acredito que ao “antigo fascínio do texto na quietude do papel” poderá suceder um novo fascínio a ser descoberto nas possibilidades da tecnologia da informação e da comunicação. O desenvolvimento dos aparelhos de leitura de livro digitais poderá, cada vez mais, aproximar os leitores dos recursos disponíveis em computadores portáteis e smartphones. Imagino (mas isso não será para minha geração) que os aparelhos de leitura acabarão perdendo espaço para as mídias que ofereçam novas possibilidades de fascínio, com o pleno emprego dos recursos de interatividade e

conexões hipertextuais e multimídia já disponíveis ou que venham a surgir. Até pouco tempo, a exibição em 3D estava restrita a salas de cinema; hoje, está nos aparelhos de televisão. Acho que um dia teremos livros digitais em 3D... É provável que a “quietude do papel” seja preservada com objetivos muito particulares e restritos aos consumidores de maior poder aquisitivo.

**O QI:** Você acredita que o livro está perdendo seu papel emancipador?

**BL:** Para dar uma resposta aceitável, seria preciso que me definissem o que seria o “papel emancipador” do livro. Se esse papel existe, ele não estaria no livro em si, mas no seu conteúdo. E do ponto de vista da difusão rápida e universal de conteúdos, parece que a internet é muito mais “emancipadora” do que o livro.

**O QI:** Qual a relação que o profissional do livro deve ter com as novas tecnologias?

**BL:** A maior possível. O profissional do livro será, cada vez mais, um profissional da informação, ao lado de muitos outros profissionais que ainda hoje atuam de modo desconexo.

### O QI: Na educação, qual o papel do livro diante do potencial das novas mídias?

**BL:** Acho que o livro impresso, a médio prazo, não terá como resistir ao avanço das novas mídias no campo da educação formal. Principalmente pelo que elas oferecem em termos de menores custos de produção e facilidade de acesso rápido e universal.

### O QI: Acha que o digital facilitou a entrada de novos autores no mercado?

**BL:** Sim, cada vez mais se consolida a presença do autor/editor. Além disso, a redução dos custos de produção do livro digital abre, para as editoras, a possibilidade de serem mais ousadas, de correrem mais riscos no lançamento de novos autores. Convém lembrar que o livro digital acaba com um dos grandes medos dos editores de livros impressos: os estoques parados nos depósitos.

### O QI: As editoras/editores estão preparadas para receber e produzir para esse novo leitor? Como ficam os autores e os editores (e seus direitos) diante das possibilidades de apropriação, modificação e difusão dos textos nas redes?

**BL:** Essa ainda é uma questão em aberto. As leis de direitos autorais precisam ser atualizadas. Mesmo assim, não se pode esquecer que a rapidez das mudanças tecnológicas poderá acarretar mudanças ainda mais rápidas no arcabouço legislativo que protege e assegura a remuneração dos produtores de cultura e conhecimento.

### Revista OQI: Como você avalia o mercado editorial daqui a 10 anos?

**BL:** Impossível fazer qualquer avaliação. Mesmo porque eu seria irresponsável se fosse fazê-la, pois, daqui a dez anos, não estarei mais por aqui para ter que enfrentar as cobranças dos meus leitores, irados com a minha falta de antevisão histórica...



"Convém lembrar que o livro digital acaba com um dos grandes medos dos editores de livros impressos: os estoques parados nos depósitos."

- Briquet de Lemos





## SALETTE MARCHI

Salette Mafalda Oliveira Marchi é formada em Comunicação Visual pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), possui especialização em Design Gráfico: Arte na Comunicação, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unissinos), além de mestrado em Artes Visuais pela UFSM. Conta com vasta experiência nas áreas da arte e do design, com foco especial na relação destes com o campo da comunicação.

Atualmente, Salette é professora dos cursos de Design e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA), onde exerce, também, a função de coordenadora da Editora UNIFRA.

**Revista O QI: Diante do avanço das tecnologias, os dispositivos de leitura digital possibilitaram uma evolução ou uma revolução do livro/impresso? Como você avalia.**

**Salette Marchi:** Acredito que estaria mais para evolução, e não revolução, pois se formos avaliar o significado da palavra pelo dicionário Houaiss, entende-se como evolução o produto de um conhecimento, de uma técnica, de um saber que se desenvolveu. Desta maneira, constata-se que o ser humano vem, ao longo dos tempos, interagindo com os objetos por ele criados e, a partir disso, gerando para si novos conhecimentos que o levam a uma nova etapa de sua história e evolução. Já a revolução, encaixa-se como grande transformação, mudança sensível de qualquer natureza, seja de modo progressivo, seja de modo contínuo, o que não é o caso do livro digital. No início do surgimento do livro digital, não houve uma intenção explícita de procura de um novo suporte para o livro impresso. O que aconteceu foi que uma pessoa soube aproveitar a situação que estava acontecendo no campo das tecnologias, no caso, a internet (isto ocorreu com o projeto Gutenberg, criado por Michael Hart em 1971). Assim, a internet pode ser considerada o primeiro aporte para a criação dos e-books. O projeto Gutenberg foi o mais antigo produtor de livros eletrônicos do mundo e teve como objetivo a criação de uma biblioteca de versões eletrônicas livres (também conhecida como e-textos). Essa biblioteca agregava livros fisicamente já existentes que pertenciam ao domínio público e, dessa forma, surgiram, pela primeira vez, em formato digital, a Declaração de Independência dos Estados Unidos da América entre outros tex

tos. Portanto, não houve uma revolução no sentido de mudança: o que se fez foi aproveitar o suporte existente e, a partir disso, começou-se aprimorar o processo.

### **O QI: Em sua opinião, o digital é um concorrente do impresso ou podemos dizer que são complementares?**

**SM:** Não vejo o digital como concorrente do livro impresso, pois acredito que sejam complementares no que diz respeito a outras maneiras de se difundir e assimilar conhecimento (assim como a fotografia no final do século XIX, não foi uma concorrente da pintura). É claro que no início de qualquer acontecimento novo, desperta-se certo “incomodo” ou “estranhamento”. Talvez devemos nos preocupar é com a criação de uma nova relação entre autores, produtores e circulação do livro impresso, assim como devemos estar atentos para novas formas de visualização do livro digital, no que diz respeito ao aspecto estético, gráfico e organizacional. Ou seja, o tipo de letra mais adequado, a quantidade de texto que devemos usar e como deverá ser distribuído entre as páginas, bem como o uso de cores e contrastes que deverão obedecer a critérios específicos, além da possibilidade de utilização de recursos multimídia como sons, gráficos e vídeos. Isto por que o impresso e o digital são linguagens diferentes, tanto do ponto de vista do suporte quanto da significação.

### **O QI: A interatividade das novas tecnologias acabará com o antigo fascínio do texto na “quietude do papel”?**

**SM:** Em minha opinião, não acabará com o fascínio da “quietude do papel”, pois acredito que quem buscará pelo livro digital estará certamente buscando outras

formas de envolvimento com o objeto. Portanto, são outras maneiras de percepção e emersão. Essa questão está relacionada com a maneira de o sujeito ver e sentir o seu mundo e interagir com ele. Desde a descoberta da escrita, o ser humano teve sua percepção alterada, pelo próprio processo de evolução da escrita.

### **O QI: Você acredita que o livro está perdendo seu papel emancipador?**

**SM:** Eu não acredito nisso, porque o livro, enquanto objeto suporte da escrita e meio transmissor do conhecimento, continuará com seu papel emancipador. Não devemos esquecer que sempre existiram outros meios para isso, tanto para a transmissão de conhecimento, quanto para o suporte da escrita. Portanto, ele não é o único meio, mas, enquanto linguagem, possui atributos únicos que o diferenciam de qualquer outro objeto. O que acontece é a existência de outros suportes que têm suas estruturas próprias. Assim aconteceu com o desenvolvimento dos códigos e dos sistemas de escrita, pois foram também necessários os suportes adotados para cada sistema e em cada momento, em que o lugar de onde se tornou um indicador histórico de cada transformação na civilização e de seu momento de evolução.

### **O QI: Qual a relação que o profissional do livro deve ter com as novas tecnologias?**

**SM:** Os profissionais do livro deverão ter uma relação mais estreita com as novas tecnologias, isto é, ver a tecnologia como uma aliada, saber interagir e tirar proveito daquilo que ela proporciona de melhor.

*Os profissionais do livro deverão ter uma relação mais estreita com as novas tecnologias, isto é, ver a tecnologia como uma aliada, saber interagir e tirar proveito daquilo que ela proporciona de melhor.*

- Salette Marchi



**O QI: Na educação, qual o papel do livro diante do potencial das novas mídias?**

**SM:** O papel do livro na educação, em minha opinião, impresso ou eletrônico, foi e sempre será, de extrema importância. Por isso, é o momento de se aposentar no livro eletrônico, por seu caráter democrático e, portanto, visto como um instrumento poderoso na educação. Vejo como vantagens a facilidade para baixar os livros por meio da internet e poder carregar uma série de livros em um único dispositivo. Assim, a edição, a divulgação e o acesso aos livros digitais atingem uma esfera muito maior de pessoas, pois vários usuários e utilizadores podem estar, simultaneamente, consultando e manipulando a mesma obra. Também, a busca de termos ou palavras é mais rápida e eficaz, através dos métodos de busca dos dispositivos.

Alguns exemplares permitem a interatividade e a utilização de recursos multimídia e fazem com que os conteúdos sejam mais rapidamente fixados, bem

como permitem a utilização de links para sites externos e consultas a materiais de outros domínios, ampliando, desta forma, o conhecimento. Assim ajudam também a fomentar o conhecimento livre na rede, portanto é uma forma mais democrática de se adquirir o conhecimento. Por outro lado, não devemos esquecer que no mundo (e isso inclui o Brasil) existe uma gama muito grande de excluídos digitais. As tecnologias por si só não trazem a inclusão e, consequentemente, a democratização da cultura, do conhecimento e da educação: estas questões estão relacionadas à vontade e políticas de governos.

**O QI: Acha que o digital facilitou a entrada de novos autores no mercado?**

**SM:** Sem dúvida nenhuma, o digital facilitou a entrada de novos autores no mercado do livro, pois hoje, via internet tem-se acesso fácil aos meios produtores e distribuidores de produtos culturais. Isso se deve ao

tos. Portanto, não houve uma revolução no sentido de mudança: o que se fez foi aproveitar o suporte existente e, a partir disso, começou-se aprimorar o processo.

**O QI: Em sua opinião, o digital é um concorrente do impresso ou podemos dizer que são complementares?**

**SM:** Não vejo o digital como concorrente do livro impresso, pois acredito que sejam complementares no que diz respeito a outras maneiras de se difundir e assimilar conhecimento (assim como a fotografia no final do século XIX, não foi uma concorrente da pintura). É claro que no início de qualquer acontecimento novo, desperta-se certo “incomodo” ou “estranhamento”. Talvez devemos nos preocupar é com a criação de uma nova relação entre autores, produtores e circulação do livro impresso, assim como devemos estar atentos para novas formas de visualização do livro digital, no que diz respeito ao aspecto estético, gráfico e organizacional. Ou seja, o tipo de letra mais adequado, a quantidade de texto que devemos usar e como deverá ser distribuído entre as páginas, bem como o uso de cores e contrastes que deverão obedecer a critérios específicos, além da possibilidade de utilização de recursos multimídia como sons, gráficos e vídeos. Isto por que o impresso e o digital são linguagens diferentes, tanto do ponto de vista do suporte quanto da significação.

**O QI: A interatividade das novas tecnologias acabará com o antigo fascínio do texto na “quietude do papel”?**

**SM:** Em minha opinião, não acabará com o fascínio da “quietude do papel”, pois acredito que quem buscará pelo livro digital estará certamente buscando outras

formas de envolvimento com o objeto. Portanto, são outras maneiras de percepção e emersão. Essa questão está relacionada com a maneira de o sujeito ver e sentir o seu mundo e interagir com ele. Desde a descoberta da escrita, o ser humano teve sua percepção alterada, pelo próprio processo de evolução da escrita.

**O QI: Você acredita que o livro está perdendo seu papel emancipador?**

**SM:** Eu não acredito nisso, porque o livro, enquanto objeto suporte da escrita e meio transmissor do conhecimento, continuará com seu papel emancipador. Não devemos esquecer que sempre existiram outros meios para isso, tanto para a transmissão de conhecimento, quanto para o suporte da escrita. Portanto, ele não é o único meio, mas, enquanto linguagem, possui atributos únicos que o diferenciam de qualquer outro objeto. O que acontece é a existência de outros suportes que têm suas estruturas próprias. Assim aconteceu com o desenvolvimento dos códigos e dos sistemas de escrita, pois foram também necessários os suportes adotados para cada sistema e em cada momento, em que o lugar de onde se tornou um indicador histórico de cada transformação na civilização e de seu momento de evolução.

**O QI: Qual a relação que o profissional do livro deve ter com as novas tecnologias?**

**SM:** Os profissionais do livro deverão ter uma relação mais estreita com as novas tecnologias, isto é, ver a tecnologia como uma aliada, saber interagir e tirar proveito daquilo que ela proporciona de melhor.

*Os profissionais do livro deverão ter uma relação mais estreita com as novas tecnologias, isto é, ver a tecnologia como uma aliada, saber interagir e tirar proveito daquilo que ela proporciona de melhor.*

- Salette Marchi



**O QI: Na educação, qual o papel do livro diante do potencial das novas mídias?**

**SM:** O papel do livro na educação, em minha opinião, impresso ou eletrônico, foi e sempre será, de extrema importância. Por isso, é o momento de se aposentar no livro eletrônico, por seu caráter democrático e, portanto, visto como um instrumento poderoso na educação. Vejo como vantagens a facilidade para baixar os livros por meio da internet e poder carregar uma série de livros em um único dispositivo. Assim, a edição, a divulgação e o acesso aos livros digitais atingem uma esfera muito maior de pessoas, pois vários usuários e utilizadores podem estar, simultaneamente, consultando e manipulando a mesma obra. Também, a busca de termos ou palavras é mais rápida e eficaz, através dos métodos de busca dos dispositivos.

Alguns exemplares permitem a interatividade e a utilização de recursos multimídia e fazem com que os conteúdos sejam mais rapidamente fixados, bem

como permitem a utilização de links para sites externos e consultas a materiais de outros domínios, ampliando, desta forma, o conhecimento. Assim ajudam também a fomentar o conhecimento livre na rede, portanto é uma forma mais democrática de se adquirir o conhecimento. Por outro lado, não devemos esquecer que no mundo (e isso inclui o Brasil) existe uma gama muito grande de excluídos digitais. As tecnologias por si só não trazem a inclusão e, consequentemente, a democratização da cultura, do conhecimento e da educação: estas questões estão relacionadas à vontade e políticas de governos.

**O QI: Acha que o digital facilitou a entrada de novos autores no mercado?**

**SM:** Sem dúvida nenhuma, o digital facilitou a entrada de novos autores no mercado do livro, pois hoje, via internet tem-se acesso fácil aos meios produtores e distribuidores de produtos culturais. Isso se deve ao


fato de se ter facilidade de acesso aos gerenciadores de e-book, como também a existência de recursos interativos e multiplataformas para a criação e a distribuição de livro digital. Assim, ferramentas de edição, hyperlinks e as possibilidades de pesquisa são algumas das vantagens que os e-books têm sobre os livros impressos, que, além de todo o processo de produção editorial tradicional, dependem de processos gráficos relacionados à impressão e de meios de distribuição, como editoras e livrarias.

**O QI: As editoras/editores estão preparadas para receber e produzir para esse novo leitor? Como ficam autores e editores (e seus direitos) diante das possibilidades de apropriação, modificação e difusão dos textos nas redes?**

**SM:** Acredito que exista uma preocupação por parte das editoras e dos editores quanto a esse desafio. É muito difícil um controle maior, assim é um risco que se corre. Sabemos que existe uma infinidade de con-

teúdos disponíveis circulando livremente na internet, porém muitos destes materiais existentes na rede são obras de autores que nem sempre recebem suas devidas referências quando citados; ou têm seus trabalhos disponíveis em sites em que não há autorização de utilização. Com a disponibilização de livros em formato digital, existe maior facilidade de plágio, pois facilmente pode-se transportar e utilizar conteúdos dos mais diversos autores. As pessoas, de um modo geral, acreditam que todas as informações disponíveis na internet são de domínio público, porém esta prática é ilegal e está sujeita a penas.

**O QI: Como você avalia o mercado editorial daqui a 10 anos?**

**SM:** Pergunta difícil de responder, pois, para isso, eu deveria ter um conhecimento maior sobre o mercado, logo teria que me aprofundar em algumas pesquisas a respeito disso. 



*Com a disponibilização de livros em formato digital, existe maior facilidade de plágio, pois facilmente pode-se transportar e utilizar conteúdos dos mais diversos autores. As pessoas, de um modo geral, acreditam que todas as informações disponíveis na internet são de domínio público, porém esta prática é ilegal e está sujeita a penas.*

- Salette Marchi



# VITOR CAFAGGI





**TEXTO** desenvolvido na disciplina de Projeto Experimental Aplicado a Revistas Científicas pelos acadêmicos de Comunicação Social – Produção Editorial **Carine Martins, Marina Mainardi e Thuylla de Freitas**

VITOR CAFAGGI é um ilustrador e cartunista mineiro, que até pouco tempo trabalhava de forma independente na produção e na distribuição de seu trabalho. Começou a se dedicar aos quadrinhos em meados de 2008, quando divulgava suas tirinhas através do Orkut, narrando as aventuras do jovem Peter Parker, na série **Punny Parker**.

Foi por meio desse personagem que surgiram diversos convites que alavancaram a carreira de Cafaggi, como o do jornal **O Globo**, em que publica Valente, e claro, o convite para participar de **MSP 50**, a revista especial que convidou artistas a recriar personagens de **A Turma da Mônica**. Nele Vitor criou uma tirinha do Chico Bento.

Em 2012, ganhou o Troféu HQ Mix, na categoria Novo Talento, pelas publicações independentes **Duo.tone** e **Valente para sempre**, a primeira coletânea do personagem. Em 2013, levou o prêmio na categoria Publicação de Tiras, pela segunda coletânea do cachorrinho, **Valente para todas**. Também em 2013, lançou, em parceria com sua irmã Lu Cafaggi, o segundo volume da série **Graphic MSP, Laços** no qual recriam os personagens de a Turma da Mônica em uma emocionante aventura inédita.

Conversamos com Vitor e agora vocês podem conhecer um pouco mais dele e de seu simpático personagem Valente.

e e i

Como você começou  
no ramo dos quadrinhos?

**VITOR  
CAFAGGI**

Comecei publicando as tirinhas do  
Puny Parker, no Orkut, em 2008.

e e i

Quais suas principais referências?

**VITOR  
CAFAGGI**

Bill Watterson, Charles Schulz, Jeff Smith,  
Bruce Timm, Skottie Young, Sonny Liew,  
Chris Bachalo, Arthur Adams e Kyle Baker.



Acompanhe mais aventuras do Puny Parker em: <http://punyparker.blogspot.com.br/>



Várias pessoas falaram que choraram com suas histórias.  
 Você tem a intenção de emocionar seus leitores?  
 Você já chorou fazendo alguma história?

**VITOR  
CAFAGGI**

Com **Laços** me emocionei sim, mas não a ponto de chorar. De todos os meu trabalhos, o único que chorei enquanto produzia foi **Duotone**. A cena em que Tim se despede de seu cachorro me traz muitas lembranças de infância. A última tirinha do **Puny Parker** também trouxe uma carga emocional muito grande. Eu não queria terminar aquela tira. O Puny é a representação máxima do porque eu comecei a fazer quadrinhos, de toda a inocência que existe nisso.



Como "nasceu" o Valente?

**VITOR  
CAFAGGI**

Recebi, por e-mail, o convite do Globo, no dia do meu aniversário. Um dos jornalistas responsáveis pelo **Segundo Caderno** conheceu meu trabalho por indicação do Sidney Gusman, editor do **MSP 50**, e me perguntou se eu tinha alguma outra tira além do Puny Parker para apresentar para eles. Eu não tinha nada, mas perguntei para ele quanto tempo eu teria para criar alguma coisa. Ele me disse, na época, que era urgente, que em pouco tempo eles iriam mudar todas as tiras do jornal e que procuravam alguma coisa no estilo das tiras do Puny. Três dias depois, toda a história do Valente já estava criada e suas cinco primeiras tiras já estavam chegando, pelo correio, no jornal.



Qual a relação entre a personalidade  
 do Valente e a sua?

**VITOR  
CAFAGGI**

Valente sou eu adolescente. Tudo que acontece com ele é inspirado em situações que aconteceram comigo. Os amigos, as ex-namoradas, todo mundo é inspirado em alguém que conheço.



Como foi realizar uma releitura de um clássico da literatura juvenil como **A Turma da Mônica**, em **Laços**?

**VITOR CAFAGGI**

Foi um privilégio muito grande. Durante todo o processo, e até hoje, me sinto, acima de tudo, um privilegiado. Criar a história foi bem simples, todo o processo de criação foi bem tranquilo, foi como brincar com velhos amigos de infância. Só paramos pra pensar no que estávamos fazendo, no tamanho do projeto, já bem no finalzinho. Isso foi bom, porque só aí a gente se desesperou.



Em sua obra **Laços** dá para notar semelhanças com os filmes de aventura juvenil dos anos 80 e 90. Vocês se inspiraram em alguma obra dessa época?

**VITOR CAFAGGI**

Em várias! Todas as referências surgiram em conversas que Lu e eu tivemos. Tudo que está lá faz referência a filmes, brinquedos e personagens que estão muito vivos na nossa memória. E são coisas muito sutis. Às vezes até saem sem a gente querer. Por exemplo, na cena em que o líder da turma rival se espanta ao ver a turma saindo do parque, ele está com uma expressão parecida com a do Apollo Creed, quando ele vê o Rocky se levantando na luta pela enésima vez, no primeiro filme. A posição do Cascão dormindo, com o braço pra trás, veio da posição que o Marty Mcfly dorme em **De volta para o Futuro**.



Quais os comentários mais comuns dos seus leitores?

**VITOR CAFAGGI**


Os leitores sempre se identificam muito com meu trabalho. Eles sempre se enxergam nos personagens e adoram encontrar referências a filmes e histórias do seu passado. Muita gente me manda mensagem dizendo: "eu sou o Valente!"

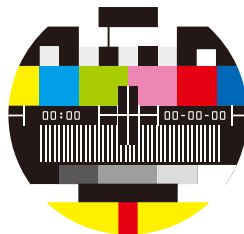




Após todo esse sucesso alcançado de forma independente com os gibis “Valente para Sempre” e “Valente para Todas” o autor, agora passa a ser publicado pela editora Panini e o terceiro volume “Valente por opção” já foi lançado no FIQ (Festival Internacional de Quadrinhos) de 2013 e os dois volumes anteriores foram reimpressos. A maior diferença sentida por ele é que hoje ele tem mais tempo dedicado a criação, já que a distribuição é feita pela editora. Vitor co-

menta, em um evento em que esteve em Santa Maria, que chegou a passar semanas inteiras apenas indo aos correios para manter as encomendas em dia, chegando a uma média de 60 a 80 exemplares enviados por semana.

Com esse tempo extra, Vitor promete diminuir o tempo entre as edições de Valente, que deverá ter seis volumes. Além de se dedicar ao personagem, a parceria com a irmã Lu deve voltar em 2015 para Turma da Mônica Laços 2. 



## ANAMORFOSES CRONOTRÓPICAS: ATUALIZAÇÕES, TENSIONAMENTOS E DEVIRES

*Chronotropic anamorphoses: updates, tensions and becomings*

Me. Daniel Bassan **Petry**<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente artigo propõe um tensionamento sobre o conceito de “anamorfose cronotrópica”, de Arlindo Machado. Ao considerar as tecnologias contemporâneas de transmissão de vídeo, procuramos adaptar o conceito para o ruído criado nas falhas de transmissão por streaming, que, ao criar múltiplos resultados sobre a visualização de um mesmo objeto, encaixa-se no conceito de anamorfose e por deslocar-se e possuir uma relação temporal. Neste caso não mais na captação, mas na exibição das imagens, caracterizando-se como cronotrópica.

### PALAVRAS-CHAVE

anamorfozes cronotrópicas, software, audiovisual.

### ABSTRACT

*This article intends to test the concept of “chronotropic anamorphosis” proposed by Arlindo Machado. While considering contemporary technology of video transmission we try to adapt the concept to the noise that is generated with streaming failed transmissions, that which, while creating multiple results of the same images, fits under his concept of anamorphosis, and due to the movement in time, no longer occurring during the capture of the images, mas in it's exhibition, is chronotopic*

### KEYWORDS

*software, audiovisual, chronotropic anamorphosis.*

<sup>1</sup> Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio Dos Sinos, bolsista CAPES/PROSUP. Professor assistente da ULBRA Canoas. danielpetry@gmail.com

Em 1993, Arlindo Machado propôs um conceito que torna-se cada vez mais evidente e latente na sociedade contemporânea. Parte desta evidência ocorre por transformações sociais e tecnológicas que nos permitem viver em uma cultura cada vez mais embasada na visualidade (MIRZOEFF, 1999), e pelas especificidades técnicas do imediatismo que a troca de informações, através de redes, nos acostumaram a desfrutar. Segundo o autor, anamorfose é “relativizar ou “perverter” os cânones mais rígidos da perspectiva geométrica do Renascimento.” (MACHADO, 1993, pg.100), ele exemplifica ao dizer que

as técnicas clássicas de anamorfose consistem num deslocamento do ponto de vista a partir do qual a imagem é visualizada, sem eliminar, entretanto, a posição anterior, decorrendo daí um desarranjo das relações perspectivas originais. Em outras palavras, a anamorfose nasce de uma duplicidade de pontos de vista na construção de uma imagem... (ibid)

Então, quando dois espectadores que visualizam um mesmo material temos a possibilidade de uma anamorfose, desde que um deles veja o objeto a partir de um ponto de vista diferente do outro e não anule a visão do outro. No final da explicação, Machado explicita que a duplicidade de pontos de vista deve ocorrer na construção de uma imagem. É a partir daí começamos nossos questionamentos: afinal, quando que uma imagem é construída? Na radiação da luz que é captada pelo material sensível? Na captura deste material? Na edição e modificação dele? Alguns dos exemplos utilizados pelo autor se usam de pós-produção para a

criação da anamorfose. Tomaremos isto como um indício de que não é somente na captura que podemos anamorfar uma imagem. Partiremos do pressuposto de que a imagem é uma virtualidade, uma possibilidade que se atualiza quando é vista. A única imagem material é aquela que vemos neste instante e que, assim que o instante passa, torna-se somente memória (BERGSON, 2006). Todas as vezes que vemos uma imagem ela é construída e instantaneamente destruída. Então, a construção da imagem se dá sempre que ela for exibida, tornando-a sempre uma potencial anamorfose.

Ele define as anamorfoses como cronotrópicas “por se referir às ‘deformações’ resultantes de uma inscrição do tempo na imagem” (MACHADO, 1999, p. 100). Ou seja, a transcorrência do tempo deve, de alguma forma, afetar a imagem de modo que não a permita ser próxima do objeto que está representando ou da própria intenção de como a imagem deveria representá-lo. Dependendo de que tipo de equipamento utilizarmos para captar uma imagem, é possível que deformações sejam implicadas a ela (intencionalmente ou não), tal como a distorção de uma lente grande angular ou ao achatamento da perspectiva de uma lente teleobjetiva. Estas deformações podem ser consideradas anamorfoses, conforme o exposto pelo autor, mas não se encaixariam em cronotopias.

Antes de tensionarmos a cronotopia proposta pelo autor, vamos buscá-la em um empírico contemporâneo. Ao falar de uma fotografia de Jacques-Henri Lartigue, o autor descreve o objeto da seguinte forma:

O fotógrafo utilizou uma câmera com obturador de plano focal ou de “cortina”, um obturador, portanto,

que se abre no formato de uma fenda e que “varre” o quadro da câmera em instantes sucessivos, expondo cada parte do filme em diferentes intervalos de tempo. Uma vez que o tempo de exposição era demasiado longo em relação ao movimento do carro fotografado, este último resultou visivelmente distorcido, com os volumes comprimidos e as linhas verticais inclinadas para frente (as rodas do automóvel) ou para trás (os espectadores ao fundo). Isso ocorria porque, à medida que o obturador ia “varrendo” o quadro, o motivo ia se deslocando, de sorte que a cada posição do primeiro correspondia um avanço na posição relativa do segundo. (ibid. pg. 104)

Em nossos exemplos, expostos na Figura 1, a explicação técnica é a mesma, mas os objetos fotografados movem-se em uma velocidade maior, tornando as “deformações” (palavra escolhida pelo autor) ainda mais evidentes. As hélices aqui além de possuírem inclinações incomuns parecem se desmaterializar, constituindo diversos objetos desligados uns dos outros.

Algumas das tecnologias eletrônicas atuais não registram os quadros completamente, como é feito com os fotogramas na película: somente nos “quadros-chave” (*keyframes*), há a imagem inteira; nos outros, são registradas somente as diferenças existentes entre as imagens. Portanto, os quadros seguintes são somente pequenos pedaços de informações que determinam a diferença dele para o anterior, o mínimo necessário para que eles sejam calculados e reconstruídos. O intervalo de quadros, até o próximo quadro-chave, pode ser determinado pelo técnico ou pelo programa e afeta o número de dados necessários de serem



**Figura 1**  
Hélices de aviões<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Imagem composta pelo autor, originais disponíveis em [http://farm3.static.flickr.com/2319/2300288187\\_1c5dd4eb2d.jpg](http://farm3.static.flickr.com/2319/2300288187_1c5dd4eb2d.jpg) e <http://www.suggymoto.com/Blog/wp-content/uploads/2010/08/RollingShutterProp.jpg>

<sup>3</sup> A principal aplicação se dá através da codificação de vídeos chamada de H264. O padrão de codificação aberto é utilizado por diversas câmeras e mídias de vídeo.

armazenados assim como a capacidade de processar essas “diferenças”. Um computador muito antigo será incapaz de manter o fluxo de imagens, pois não será possível calcular os quadros na mesma velocidade com que precisam ser exibidos. Se decidirmos por muitos quadros-chave, teremos um arquivo muito grande, o que pode acarretar em outros problemas de armazenamento. Assim, o acesso ao quadro-chave torna-se é essencial para que se possa construir a imagem em movimento. Essa dependência de um quadro para a criação do outro é uma das soluções mais empregadas na atualidade para a transmissão de vídeos pela internet<sup>3</sup>, sendo também aplicada no padrão de TV digital brasileiro.



A transmissão de dados nunca é infalível. Nas redes computacionais, há processos de redundância e verificação, como tentativa de aumentar a eficiência destas comunicações; mas ainda assim existem falhas. Ao assistirmos um vídeo que é transmitido ao vivo, o aparelho (computador ou televisor) receberá as informações conforme elas vão sendo disponibilizadas e, por não possuir a informação inteiramente ao seu dispor, é incapaz de adiantar-se e preparar o vídeo antecipadamente ou, em caso de algum erro, retornar e verificar qual o dado foi perdido. A simultaneidade é cruel por não dar margem para correções de erros; uma vez que o instante passou é substituído pelos instantes seguintes (assim como a memória no proposto por Bergson). Em um processo de transferência de vídeo, em que há a possibilidade de uma grande dependência sobre os quadros anteriores, a perda de um quadro-chave poderá acarretar em anamorfoses cronotrópicas intensas.

Na Figura 2, é possível verificar uma transmissão de televisão (através do sistema digital) em que há uma interrupção do sinal e, consequente, perda de parte das informações. O movimento das imagens não é completamente interrompido, mas, sem os quadros-chave, os cálculos de diferenças ocorrem tomando como base os quadros errados, gerando “deformações” severas. Se nas anamorfoses citadas por Machado há um viés possivelmente poético e artístico, criando imagens surreais, mas muitas vezes inteligíveis, nas que identificamos, há a destruição delas. Estes possíveis erros tendem a parecer como algo pontual, incomum, mas já estão imbricados na cultura visual contemporânea. É possível verificar, em dois audiovisuais recentes, a presença de tais características



**Figura 2**  
Transmissão televisiva  
do canal Band com  
interrupções de sinal.

nas imagens. Em **Revolution** (2012, Erick Kripke), a história se baseia na interrupção do fornecimento de energia elétrica para o planeta, o que afeta as estruturas sociais e formas de organização. Em **Falling Skies** (2011, Robert Rodat), diegeticamente, há uma invasão alienígena no planeta e as cidades são atacadas agressivamente. Na abertura dos dois programas (Figura 3), no momento em que são dados os títulos das séries e tende-se, de alguma forma, repassar suas temáticas, é possível verificar ruídos semelhantes aos identificados na Figura 2. Eles foram inseridos propositalmente e, indo ao encontro do que argumenta GRUSIN (2013), relacionam blecaute ou falhas de comunicação com problemas de estruturação da sociedade.

As deformações presentes na abertura dos seriados foram criadas de forma artificial, ou seja, não correram espontaneamente, mas inseridas por um programador, na tentativa de criar um efeito. Machado não distingue as anamorfoses propositas das acidentais, mas o que faz com que as aberturas destes



seriados não sejam anamorfoses cronotrópicas é que elas não foram criadas a partir do resultado “de uma inscrição do tempo na imagem”, mas sim da manipulação da mesma através de um software cultural. Já na imagem retirada da televisão propomos que exista uma anamorfose cronotrópica, pois foi a perda de informação somada à necessidade de fluxo temporal que resulta na imagem obtida.

A intenção do artigo é tensionar e, se necessário, atualizar o conceito de anamorfose cronotrópica para as práticas e ferramentas presentes nas novas mídias contemporâneas (MANOVICH, 2002). Ao realizar este movimento, é evidenciada a atemporalidade do conceito proposto. O fluxo de imagens em movimentos cresce junto com a introdução de tecnologias capazes de manipulá-los e transmiti-los. O conceito de Machado parece resistir à ação do tempo e das novas mídias, podendo ser aplicado em ferramentas e resultados inexistentes na época em que foi concebido, ampliando-se gradativamente.

## REFERÊNCIAS

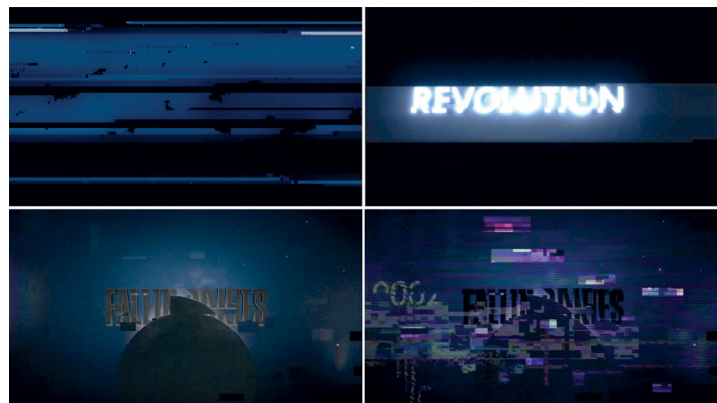
GRUSIN, Richard. **The Dark Side of the Digital**. Informação verbal, em 07/08/2013, São Leopoldo, RS e 20/11/2013, Curitiba - PR.

BERGSON, Henri. **O pensamento e o movimento**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MACHADO, Arlindo. **Anamorfoses cronotópicas ou a quarta dimensão da imagem**. In PARENTE, André (Org.). Imagem-Máquina: A era das tecnologias do virtual. Rio e Janeiro, Ed.34, 1993.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2002.

MIRZOEFF, Nicholas. **An Introduction to visual culture**. London and New York: Routledge, 1999.



**Figura 3**

Na parte superior quadros captados do seriado "Revolution", na parte inferior do seriado "Falling Skies".



# A ELO EDITORIAL COMO VEÍCULO DE DIVULGAÇÃO DE TALENTOS: OPORTUNIZANDO A PUBLICAÇÃO PARA NOVOS AUTORES

*Elo Editorial as a Talent Divulcation Vehicle: Providing Publishing Opportunities to New Authors*

Inari Jardani **Fraton**<sup>1</sup>

Fabio Rücker **Brust**<sup>2</sup>

## RESUMO

O presente artigo pretende apresentar a missão social da Elo Editorial, editora que se compromete em publicar textos de autores que, por qualquer razão, não tenham alcançado a publicação em casas editoras maiores e mais divulgadas no mercado. Para tanto, fazemos uma análise do mercado editorial, desde o nacional até o regional, para, assim, apresentar a justificativa da criação da editora.

## PALAVRAS-CHAVE

Novos autores, lançamento de talentos, produção editorial.

## ABSTRACT

The present article aims to show the social mission of Elo Editorial, a publishing house that compromises with publishing texts of authors which, for some reason, haven't reached the publication in bigger publishing houses that have better disclosure in the market. To do so, we make an analysis of the editorial market, from the national to regional, to show a justification for the publishing house's creation.

## KEYWORDS

New authors, talent release, editorial production.

## 1 INTRODUÇÃO

Uma editora é o local onde ocorrem todas as transações e os processos necessários para a publicação de um livro, desde a recepção do original, a partir do autor, até a impressão e a distribuição da obra como livro em suas várias formas, respeitando o ciclo necessário para que a sua execução possa ser concluída de forma organizada e completa. Desta forma, percebemos que o ofício de editor “trata-se de uma profissão de natureza intelectual e comercial que visa buscar textos, encontrar autores, ligá-los ao editor, controlar o processo que vai da impressão da obra até a sua distribuição.” (CHARTIER, 1998, p. 50). Além do mais, os editores “(...) imprimem uma marca muito pessoal à sua empresa. Seu sucesso depende de sua inventividade pessoal (...)” (CHARTIER, 1998, p. 50).

Dentro desse panorama, a Elo Editorial apresenta-se como uma pequena editora, seguindo as mesmas etapas essenciais que devem ser conceituadas dentro de qualquer empresa que se proponha à publicação de obras autorais. Sua organização, para tanto, leva em consideração a divisão de tarefas entre seus colaboradores, abrangendo tudo o que deve ser executado até a finalização do livro: avaliação, seleção, revisão e preparação, concepção do projeto gráfico, diagramação, capa, e, por fim, a impressão.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 O CENÁRIO EDITORIAL BRASILEIRO

Podemos notar, no mercado editorial brasileiro, uma série de vícios difíceis de serem quebrados. Como podemos ver em diversas pesquisas<sup>3</sup>, a maior parte dos livros mais-vendidos e, portanto, a maior parcela do mercado, é controlada pelas grandes editoras. Uma porção significativa destas, por sua vez, é gerida pelos mesmos grupos editoriais que, consequentemente, acabam sendo as principais detentoras deste mercado, deixando pouco espaço para iniciativas novas ou que se oponham a essa hegemonia.

Com isso, é fácil compreender a dificuldade que pequenas e médias editoras têm para se inserirem neste concorrido mercado, assim como a dificuldade para autores iniciantes, ainda sem nome ou reputação formados junto da crítica e do público, conquistarem seu espaço nessas editoras tradicionais.

O problema de penetração, enfrentado pelos autores, é o principal ponto da questão do mercado editorial brasileiro, que fecha as portas a autores de qualidade, esquecidos pelas grandes editoras detentoras da maior parte deste mercado, devido a certos tipos de preconceitos. Ou seja, as editoras acabam julgando insegura a adoção de um autor que ainda não possui nenhuma obra publicada, o que nos leva a um círculo vicioso: os autores “desconhecidos” não obterão sua tão esperada “vaga” dentro do mercado para, assim, passarem a ser conhecidos e, por consequência, continuarão recebendo negativas que o manterão onde estão.

<sup>3</sup> É possível ter acesso a dados do ano de 2013 no link que segue:  
<http://www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx>

## 2.2 O CENÁRIO EDITORIAL ESTADUAL

O Rio Grande do Sul participa de forma muito superficial dentro do contexto do mercado editorial brasileiro. A única editora que pode ser considerada grande dentre as gaúchas é o Grupo A que, por sua vez, é um grupo editorial composto por cinco selos. O restante das editoras está dentro da classificação de “média” ou “pequena”, sendo, desta forma, pouco representativas, apesar de suas propostas ou publicações. Algumas delas possuem maneiras mais tradicionais de publicar livros e textos diversos, enquanto outras partem de ideias inovadoras e diferenciadas em relação às primeiras. A Elo Editorial visa encaixar-se neste segundo grupo, como será visto a seguir.

## 2.3 O CENÁRIO EDITORIAL SANTA-MARIENSE

Dentro do mercado municipal, existe um número pequeno de editoras efetivamente ativas. Além disso, a maioria delas se apresenta dentro do ramo de editoras universitárias e/ou de publicações técnico-científicas, sendo que quase nenhuma delas publica literatura como seu foco principal. O que percebemos, com base nisso, é uma necessidade de abrir espaço para todos os escritores da cidade e região que gostariam de publicar seus textos e que, devido ao cenário literário atual, ainda não possuem qualquer oportunidade para fazê-lo. Para tanto, o objetivo da Elo Editorial se justifica pela necessidade da existência de uma editora aberta e democrática na cidade, e pela grande demanda de autores talentosos sem espaço em editoras maiores.

## 2.4 A ELO EDITORIAL INSERIDA NO CONTEXTO MERCADOLÓGICO

A Elo Editorial nasceu voltada para o autor. O objetivo de sua criação é ser uma editora com a qual o autor possa dialogar para que seus textos sejam conhecidos pelo público, sem qualquer retorno financeiro para seus idealizadores.

Apesar de iniciante, com nascimento em 15 de abril de 2012, a editora já encontrou em seu público-leitor grandes admiradores da iniciativa, em geral por autores que ansiavam por oportunidades desse tipo para publicar seus textos.

Sua principal função social – possibilitar a publicação de autores desconhecidos do público – é cumprida com esmero por todos os colaboradores da editora, tendo sempre como meta apresentar produtos de qualidade tanto gráfica quanto em relação ao conteúdo textual.

### 2.4.1 O BANG LITERÁRIO

O produto editorial da Elo chama-se **Bang Literário**. O conceito de seu nome é apresentar textos que possam ser lidos rapidamente e em qualquer situação, apresentando temas relevantes e diversos. Com periodicidade semestral, conta sempre com vinte textos (dez prosas e dez poesias) que passam por todos os processos de edição: avaliação, seleção, preparação, revisão e diagramação, até chegar à forma final como revista.

Visando diminuir os custos e tornar possível sua realização, todas as edições são impressas em 64 páginas, de maneira a fechar um caderno – sendo os

cadernos calculados na progressão geométrica 2, 4, 8, 16, 23, 64 – na cor preta. A capa é composta apenas por uma das quatro cores básicas da impressão *off-set*: ciano, magenta, amarelo ou preto (CMYK).

Apesar de todos os percalços pelos quais a editora passou, e ainda passa, todo o trabalho nela imbuído continua calcado pelo mesmo princípio: “(...) a edição é o momento em que um texto se torna um objeto e encontra leitores.” (CHARTIER, 2001, p. 44-45). Ou seja: nossa missão é tornar conhecidos os autores que publicamos. Ou ao menos, fazer com que seus textos encontrem leitores e sejam lidos e, com isso, completar o ciclo iniciado na concepção deste produto. Afinal, “é o modo como os atores definem que serão produzidos, distribuídos, lidos, as apropriações realizadas que elaboram seu sentido social, sua identidade, sua natureza.” (GONÇALVES, 2009, p. 101-102)

### 3 CONSIDERAÇÕES

A Elo Editorial surge no mercado editorial brasileiro como uma alternativa para que autores de Santa Maria, do estado e do país publiquem seus textos sem qualquer tipo de exigência em relação à editora – seja financeira ou contratual, fugindo das opções convencionais e pouco acessíveis das grandes editoras tradicionais.

Com base em sua missão social, a Elo Editorial tem o objetivo de garantir a qualidade em todos os seus produtos e eventos, nunca esquecendo de levar em consideração sua principal ideologia: ser um elo entre o autor, o editor e o leitor.

### REFERÊNCIAS

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo, Editora UNESP, 1998.

\_\_\_\_\_, Roger. **Cultura Escrita, Literatura e História**. Porto Alegre : ARTMED Editora, 2001. p. 44-54

GONÇALVES, Márcio. **O que aprender com os livros?**, In: GONÇALVES, Márcio; COUTINHO, Eduardo.(Orgs.). Letra Impressa: comunicação, Cultura e Sociedade. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 83 - 104.





## FANFIC: RELAÇÃO DO FÃ COM O PRODUTO MIDIÁTICO<sup>1</sup>

*Fanfic: Fan relation with the product media*

Sara González **Tessele**<sup>2</sup> Raquel Carolina Floss **Pedrotti**<sup>3</sup> Jamille Marin **Coletto**<sup>4</sup>

### RESUMO

As fanfics ganharam popularidade na década de 1990, com a expansão da internet e da *Web 2.0*. Neste artigo, pretendemos demonstrar essa apropriação do produto midiático *fan fiction*, como um exemplo de transmídiação e cultura da convergência a partir da sua desterritorialização.

### PALAVRAS-CHAVE

fanfic; transmídiação; cultura da convergência.

### ABSTRACT

The fanfics became popular in the 1990 with the expansion of internet and Web 2.0. In this article we intend to show this appropriation of the fan fiction how a media product, like an example of trans media and convergence culture considering the deterritorialization.

### KEYWORDS

fanfic; trans media; convergence culture.

<sup>1</sup> Artigo produzido na disciplina de Comunicações Científicas no segundo semestre de 2013, orientado pela Prof<sup>a</sup>. Ms. Tanise Pozzobon. Acadêmicos do curso de Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

<sup>2</sup> saratesssele@gmail.com

<sup>3</sup> raquelcarolinafp@gmail.com

<sup>4</sup> jmarincoletto@gmail.com

## INTRODUÇÃO

As mudanças fazem parte de nossas vidas, principalmente quando o assunto é *internet*. Desde 2004, ocorre a evolução da *Web 1.0* para a *Web 2.0*, que resulta em uma rede (sistema de interconexões) mais versátil, disseminando a ideia de que o usuário também poderá compartilhar, produzir e disseminar informação e conhecimento. A *Web 2.0* se constitui como um elemento novo na sociabilidade contemporânea, enfatizando a colaboração *on-line* e a partilha (redes sociais, wikis, etc.) entre seus usuários.

Diante dessas novas oportunidades, foi possível a disseminação das *fan fictions*, histórias escritas por fãs que se encarregam de explorar obras com as quais eles sentem afinidade. O termo se tornou popular na internet no final do século XX.

A origem das fanfics é incerta. Segundo Félix (2008), as mais antigas têm seu nascimento entre o século XVII e XVIII, inspiradas nas obras **Orgulho e Preconceito**, de Jane Austen, e **Dom Quixote de la Mancha**, de Miguel de Cervantes. Porém, esses fãs escreviam continuações para as obras, outros finais e até mesmo se utilizavam desses personagens para outras histórias. Isso mudou com o surgimento dos direitos autorais.

Em meados de 1967, surgem as fanfics semelhantes às atuais, inspiradas no seriado **Star Trek**. Porém, eram restritas às comunidades de fãs em seus eventos, ao contrário do que vemos hoje. Fenômenos literários como **Harry Potter** e **Crepúsculo** fizeram com que os fãs se aventurassem mais no desenvolvimento de fanfics (FÉLIX, 2008).

As fanfics, neste artigo, são apresentadas como um novo produto midiático, embora essa prática não seja recente. Ainda buscamos promover uma discussão a respeito das fanfics e como seus produtores e leitores, os próprios fãs, apropriam-se das histórias ficcionais, propondo, a partir delas, mudanças na narrativa original.

## AS FANFICS COMO PRODUTO MIDIÁTICO

Com a liberação dos polos de emissão que Lemos (2006) observa em seus estudos, todos somos produtores e receptores de conteúdos, diferentemente das décadas anteriores, que tinham como polo central os sistemas de comunicação de massa. Hoje, todos possuem as ferramentas necessárias para escrever, publicar, ser lido e ter um feedback.

Dentro do processo estudado por Lemos, há uma migração entre o público e os variados mercados midiáticos. Assim, surge uma cultura da convergência, definida por Jenkins (2008, p.29) como o fenômeno "(...) onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis." Dessa cultura, surgem movimentos e apropriações criados pelos usuários. O ativismo do usuário é essencial quando inserido dentro de uma cultura que pressupõe ser participativa. Por isso, o consumidor/usuário se torna o protagonista do século XXI, encontrando na *Web 2.0* o meio adequado para fazer de sua voz uma poderosa ferramenta, em um novo ambiente onde há: "(...) um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados

por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura.” (JENKINS, 2008, p.46).

Uma forma de participar dessa cultura é a apropriação dos produtos midiáticos como fazem os *Fan Fiction Writers*, que utilizam esse termo para diferenciar-se dos escritores de ficções originais. Eles são fãs que produzem histórias a partir daquelas pelos quais eles sentem afinidade, compartilhando-as entre eles e criando novas narrativas. Para o *Fan Fiction Writer*, o prazer encontra-se (além do deleite de consumir o seu produto midiático) no consumo de obras produzidas por eles mesmos ou de maneira colaborativa.

As comunidades de fãs, interativas, se concentram através do conteúdo semelhante de suas fanfics. Assim, são formados espaços onde esses usuários com um mesmo interesse se encontram, oferecendo divulgação e dicas de outros autores, para editar e construir a história. Nelas podemos verificar a dualidade do processo de territorialização e desterritorialização, observado por Caldas (2006 apud SEABRA), já que muitos fãs, de diversos lugares do mundo, reúnem-se dentro de uma comunidade virtual para discutirem e trocarem ideias a respeito de suas obras. Entre os sites mais procurados estão o animeSPIRIT<sup>5</sup> e o Fanfic Addiction<sup>6</sup>.

A transmediação das ficções literárias é uma característica da contemporaneidade. São diversos os livros adaptados para o cinema ou para a televisão, pois os fãs e as mídias precisam de novos suportes para tornarem a história mais real. Além dessa transmediação, existem diversas outras, como a fanfic, os blogs, os grupos no facebook para discutir sobre as histórias e, ainda, os programas de televisão. Levando em consideração que: “(...) o cinema

é uma forma de arte e entretenimento tão poderoso, que a televisão não pode viver sem” (TORRES, 1998, p. 28), percebemos essa forte relação em outros produtos midiáticos, como as fanfics e a literatura, nas quais os fãs sentem necessidade de contribuir e fazer parte das histórias que eles gostam. A narrativa transmídia vem surgindo:

[...] como a arte de criação de um universo que visa ampliar e enriquecer a experiência de entretenimento para todos os consumidores, possibilitando-lhes experimentar, de forma plena, o universo ficcional, repensando os limites da participação dos consumidores nas relações com os produtos. (PORTO-RENÓ, et al, 2011, p.206)

A relação entre produtor e consumidor vem mudando e hoje existe uma tolerância pela parte dos produtores em relação às modificações em suas obras, tanto que são raros os processos de violação dos direitos autorais no mundo das fanfics. Essa mudança acontece em virtude de os consumidores, fãs dessas obras, estarem em todos os lugares publicando suas criações. Ademais, não existem meios para controlar essa apropriação e consequentemente a publicação.

## CONSIDERAÇÕES

Que a internet oportunizou as pessoas a divulgarem seus trabalhos, é fato. E isso é percebido nos tipos de publicações encontradas nela, desde histórias fictícias até artigos científicos. Uma das publicações que ganha uma importância maior no século XXI é a fanfic.

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://animespirit.net.br/fanfics/>>. Acesso em 17 nov. 2013.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://animespirit.net.br/fanfics/>>. Acesso em 17 nov. 2013.

São várias as possibilidades de criação: a partir de filmes, livros, inspirações em celebridades ou até mesmo em uma música. Normalmente os autores originais dessas histórias deixam “furos”, os quais os fãs, a partir das fanfics, procuram explicá-los para outros admiradores daquela mesma obra.

Fanfics são o produto de uma dedicação que não espera lucros. São também um trabalho que, muitas vezes, é desenvolvido em grupo e que proporciona ao seu autor diversos conhecimentos, desenvolvendo senso crítico, pelo fato de estarem olhando a partir de seu ponto de vista para outra obra. Essa interação

prepara o indivíduo para a vida, sendo construídos laços de amizade e relações de trabalho colaborativo que os ajuda a desenvolver diversas qualidades aplicáveis em qualquer carreira e em nosso cotidiano.

Este artigo procurou apresentar as fanfics como um produto midiático presente no século XXI, havendo, ainda, muito a ser explorado em relação a essa prática que ganha força na internet. Porém, fizemos aqui uma análise focada nos conceitos da cultura da convergência de Jenkins (2008), da transmidiação e da desterritorialização da informação, conceitos presentes em vários estudos sobre os produtos midiáticos.

## REFERÊNCIAS

FÉLIX, T. C. O dialogismo no universo fanfiction uma análise da criação de fã a partir do diálogo Bakhtiniano. **Revista ao pé da letra**. Pernambuco, v. 10, n. 2, p. 119 – 133, jul/dez. 2008.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, A. **Cibercultura como território recombinate**. Disponível em: <<http://www.colartedigital.art.br/?p=114>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

SEABRA, L. Redes sociais e moda: diálogos contemporâneos. In: **Anais do IV Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual**, Goiânia-GO, FAV, p. 604-617, junho, 2011. Disponível em: <<http://www.fav.ufg.br/seminario-deculturavisual/Arquivos/2011/Anais-SNAPCV-2011-.pdf>> Acesso em: 14 out. 2013.

O'REILLY, T. **What is Web 2.0**: design patterns and business models for the next generation of software. O'Reilly Publishing, 2005. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 01 out. 2013.

PORTO-RENÓ, D., VERSUTI, A. C., MORAES-GONÇALVES, E., GOSCIOLA, V. **Narrativas transmídia**: diversidade social, discursiva e comunicacional. In: Palavra Clave, Bogotá, CO, v. 14, n. 2, p. 201 – 215, dez. 2011.



## COMUNICAÇÃO UFSM NA FEIRA DO LIVRO DE SANTA MARIA, A PRESENÇA DA ACADEMIA

*UFSM Communication on the book fair of Santa Maria, the presence of the academy*

Carolina Schulz **Xavier**<sup>1</sup> Marília de Araujo **Barcellos**<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente artigo relata a execução do projeto de extensão “Produção Editorial em ação do autor ao leitor, da academia à sociedade”, na Feira do Livro de Santa Maria de 2013. A proposta contemplou as seguintes atividades: exposição, oficinas, troca--troca, Café Intercom e autógrafos. A participação no evento consiste em levar à sociedade atividades inseridas na programação paralela da feira, que incentivem o gosto pela leitura, estabeleçam relação dos alunos com o mercado editorial e que permitam reflexões a respeito da posição do sujeito enquanto indivíduo da história da comunicação, de maneira interdisciplinar.

### ABSTRACT

This study reports the execution of the extension project “Editorial production in action, from the author to the reader, from the academy to the society” in the book fair of Santa Maria of 2013. The project contemplates the following activities: exhibition, workshop, book exchange, Café Intercom and autographs. The participation on the event consists in bring activities to the society in the parallel program in the book fair that incentive the pleasure of reading, establish an relation between the student and the editorial market, and that allow reflexions about the position of the person as an individual in the history of communication, in an interdisciplinar way.

### PALAVRAS-CHAVE

comunicação, produção editorial,  
feira do livro, leitura.

### KEYWORDS

communication, editorial production,  
book fair.

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Produção Editorial na Universidade Federal de Santa Maria, bolsista FIEIX, carolina.s.x@hotmail.com.

<sup>2</sup> Profa. Dra. Marília de Araujo Barcellos – Orientadora, Coordenadora do Projeto de Extensão e docente do Curso Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM. Email: mariliabarcellos@gmail.com.



## 1 MEMÓRIA E INCENTIVO À LEITURA

Em 2012, o Curso de Comunicação Social - Produção Editorial esteve presente pela primeira vez na Feira do Livro de Santa Maria. Na ocasião, criou atividades que resgataram e firmaram a relevância da história da comunicação no contexto de livros, leituras e memórias. Diante da acolhida das ações pela sociedade, achamos por bem dar continuidade ao projeto, de maneira a realizar uma nova versão em 2013. Foi quando, aproveitando a comemoração dos 40 anos da feira, tendo como patrona a Profa. Maria Eugênia Mariano da Rocha Barrichello, organizamos a exposição que levou o trabalho de muitos anos em campanhas publicitárias para a “parede da memória”, espaço que concentrou a história da Feira por meio dos cartazes preparados ao longo dos anos, testemunhados pela história pessoal e pela identidade dos visitantes da feira e usuário da leitura.

A exposição “Reminiscências, memórias e histórias” se inspirou no tema da própria feira do livro 2013, “Suas histórias contam os nossos 40 anos”, realizada pela agência Facos, do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), conforme figura 1.

Ocorrida na Casa de Cultura, espaço cedido pela Prefeitura Municipal de Santa Maria, a exposição apresentou os muitos anos de história das campanhas publicitárias criadas pela Facos Agência para a Feira do Livro, composta por cartazes e adesivos contendo citações profundas que remetem à memória e ao sentimento que os livros nos trazem. Alguns livros, com diferentes aromas, possibilitava ao visitante associar

suas memórias. Em seguida, era convidado a relatar na forma escrita. Ademais, houve um espaço para a troca e doação de publicações impressas.

Complementando a programação paralela, o curso de Jornalismo, por meio dos corpos docente e discente da pós-graduação, contribuiu na divulgação, na assessoria de imprensa, no agendamento de entrevistas e na distribuição de *releases* na imprensa. O curso de Relações Públicas realizou o Café Intercom, evento de cunho nacional, relacionado à Sociedade Brasileira Interdisciplinar de Comunicação, no qual sete títulos produzidos na Editora Facos-UFSM foram apresentados e autografados pelos autores e organizadores. Outra atividade realizada durante a feira foi a sessão de autógrafos de quatro títulos no estande de lançamentos, sendo três da Editora Facos-UFSM. Um deles é da autoria da patrona da feira e diz respeito à História da Feira do Livro. Duas outras obras com interfaces com a comunicação, uma da área da Arquivologia e outra da área da História, indicam a parceria com outros departamentos e pós-graduações.



Figura 1

Ambiente da Exposição *Reminiscências, Histórias e Memórias*

A exposição em conjunto com o projeto Educação propôs um espaço para duas oficinas abertas à comunidade: a oficina de ilustrações baseadas em histórias em quadrinhos e uma oficina de contação de histórias para o público infantil, que ficaram a cargo de acadêmicos do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial. Ademais, a exposição contou com ações interdisciplinares realizadas por todos os cursos de Comunicação Social da UFSM conforme demonstrado no quadro 1:

Curso	Ação
Publicidade Propaganda	Campanha publicitária
Jornalismo	Assessoria de imprensa/release
Relações Públicas	Café Intercom
Produção Editorial	Exposição, troca-troca, oficinas.

**Quadro 1** - Participações dos cursos por ações

## 1.1 Objetivos

A proposta proporciona ao discente o contato direto com os agentes da cadeia produtiva da publicação (autores, editores, livreiros, distribuidores, formadores de opinião, leitores), bem como aproxima academia e mercado, no sentido de favorecer o conhecimento do mercado de trabalho para o futuro egresso do curso. Igualmente, estabelece parcerias com entidades do setor editorial dentro e fora da universidade e registra a marca da instituição junto aos profissionais da área. Este projeto contempla a circulação e a difusão das produções realizadas no meio acadêmico, de modo a ampliar o diálogo com pares e com a sociedade. Além disso, incentiva o debate em torno de temáticas desenvolvidas na

academia que atendem às discussões da área de Comunicação. Tal debate estreita a relação do saber acadêmico e a comunidade, além de prestigiar a iniciativa cultural local.

## 2 TRAJETÓRIA DAS AÇÕES

### 2.1 Pilares teóricos utilizados

Em se tratando de trabalho empírico, o projeto “Produção Editorial em ação do autor ao leitor, da academia à sociedade” tem como pilares teóricos a literatura utilizada em sala de aula, voltada para a formação em comunicação, para o resgate histórico e para estruturação das relações no campo editorial.

Diante disso, buscou-se conceitos de relações entre os agentes abordados na sociologia, com postulados de Pierre Bourdieu, em especial na obra “As regras da arte” (BOURDIEU, 1996); em referencial teórico histórico na obra de Roger Chartier, intitulada “A aventura do livro: do leitor ao navegador - conversações com Jean Lebrun” (CHARTIER, 1998); e, para a seleção das citações, foi utilizado o livro “O livro entre aspas” (CARRENHO; DIOGO 2005). Além de pesquisa na internet e nas redes sociais, que tratassem do tema. Além disso, foram consultados conceitos a respeito de eventos voltados para a área, os do livro “Organização de Feiras de Livros” (ZANCHETTA, 2010), de Sonia Zanchetta, que auxiliou na compreensão da estrutura do evento.

A abordagem teórica corroborou para a preparação dos conteúdos na pré-produção, na produção e na pós-produção das atividades, no sentido de contribuir para a seleção das citações, elaboração da exposição, desenvolvimento das oficinas e preparação do relatório.

## 2.2 Desafios na execução

Em sala de aula, ocorreu o primeiro contato com os alunos matriculados nas disciplinas de Edição e Produção de Livros e de Produção em Hipermídia, ambas ministradas pela professora Marília Barcellos, coordenadora do presente projeto. Os graduandos do curso de Produção Editorial, de todos os semestres, foram convidados a participar do projeto como voluntários, totalizando 15 participantes; além disso, contamos com um bolsista FIEIX e bolsistas de outros projetos do corpo docente de Produção Editorial. Após montadas as equipes, foram feitas divisões de tarefas para pré-produção, produção e pós-produção; definimos por grupos de interesse, líderes e grupos de apoio. Para um melhor contato entre as partes envolvidas no evento, foi criado um grupo no Facebook para a troca de ideias, orientações, postagem de arquivos com sugestões, etc.

Pré-produção: Planejamento e construção do conceito aplicado na exposição Reminiscências, Memórias e Histórias; pesquisa de paradigmas de exposições, com fotos e ilustrações de outros trabalhos que circulavam nas redes de mídia social; seleção, escaneamento e impressão dos cartazes das propagandas feitas pela Agência FACOS ao longo dos anos para a Feira do Livro de Santa Maria; consulta à gráfica para orçar o tamanho e material das peças de sinalização e pôsteres; orçamento dos cartazes e dos adesivos a serem impressos, pedido de material no almoxarifado; escolha das citações a serem expostas; recolhimento dos livros doados para o troca-troca; montagem da exposição, distribuição e colagem dos cartazes; montagem do espaço para a troca de livros e para a experiência com os livros de aromas.

Produção: Recepção e atendimento ao público durante os 15 dias do evento, inclusive feriados e finais de semana. Os alunos e professores participantes se revezaram no acompanhamento e realização da experiência dos livros de aromas com os visitantes na exposição. Foram realizadas oficinas, além de noite de autógrafos com apresentação dos livros pelos autores.

Pós-produção: Desmontagem da exposição; análise e início da transformação dos depoimentos dos visitantes nos livros de aromas em e-book; compilação dos relatórios elaborados pelos graduandos participantes, a fim de certificar Atividade Complementar de Graduação (ACG).

## 2.3 Público envolvido

Além de ter o reconhecimento da Comissão da Feira do Livro de Santa Maria, que encaminhou certificado de agradecimento às ações, também contamos com o depoimento do público-alvo, no caderno da atividade de Aromas, e o registro de 250 visitantes na exposição, registrados no cadernos de presença. Além disso, o Departamento de Ciências da Comunicação avalia que as ações fazem parte do calendário, reforçando a imagem da Facos e da instituição. O retorno favorável dos acadêmicos participantes que encaminharam relatório com auto-avaliação e sugestões para próximas versões, igualmente acrescentam à avaliação e servem de argumento para próximas versões. A venda dos livros durante o Café Intercom e lançamento na Feira indicam, igualmente, o interesse pelas publicações e pelo trabalho realizado.

### 3 CONSIDERAÇÕES

Como resultado as ações apresentam mais de 250 visitantes na exposição, além de lotação máxima nos lançamentos de livros no Café Intercom, nas seções de autógrafos e nas oficinas realizadas com visitantes da feira. Entre os depoimentos deixados, por escrito, pelos visitantes da Feira, podemos ler memórias sobre entes queridos, situações engraçadas, lugares, poemas, sensações, lembranças da infância de pessoas de todos os gêneros e idades, conforme registra o caderno de presenças (s/p;2013):

**“Doce ‘cheiro’ dos cafés da tarde na casa da minha vó. Doce lembrança da minha infância.” Visitante Carina Carvalho.**

**E “O cheiro dessas coisas me lembra das melhores coisas do mundo, um sabor de liberdade.” Do participante Mateus Camargo.**

O espaço para troca de livros foi um dos mais utilizados, com mais de 50 livros para troca. Os visitantes trouxeram e levaram diversos livros, voltando mais de uma vez.

Igualmente, considera-se que a mídia proveniente das ações foi positiva, resultando em cobertura em diferentes meios de comunicação, conforme pode se comprovar a seguir: matéria e programação no Jornal **Diário de Santa Maria**, página B3, no dia 06/05/2013; matéria no portal na internet da UFSM<sup>3</sup>, postagem no site de Claudemir Pereira<sup>4</sup>, cobertura pela Tv Campus<sup>5</sup>; matéria no site do Intercom<sup>6</sup>, permitindo o desdobramento das ações para além da Praça Saldanha Marinho e registrando-as por meios midiáticos. O número de visitantes registradas no caderno foi de 281 pessoas, que puderam deixar suas lembranças e seus depoimentos, em formato oral ou escrito. Diante disso, o projeto visa à publicação dos depoimentos como livro digital.

Consideramos que a proposta atingiu os objetivos, em especial no que diz respeito à extensão dos saberes de sala de aula para a sociedade, atuando de forma interdisciplinar.

<sup>3</sup> Site UFSM. Disponível em < [www.ufsm.br](http://www.ufsm.br) >, acesso 05/05/2013.

<sup>4</sup> Site Claudemir Pereira. Disponível em <<http://www.claudemirpereira.com.br/2013/05/cultura-curso-de-comunicacao-da-ufsm-onde-o-evento-nasceu-participa-ativamente-da-feira-do-livro>>, acesso em 03/05/2013.

<sup>5</sup> TV Campus, entrevista. Disponível em <[www.youtube.com/watch?v=tY3Vo3L76QU](http://www.youtube.com/watch?v=tY3Vo3L76QU)>, acesso em 30/04/2013.

<sup>6</sup> Portal Intercom. Disponível em

<[http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4094:destaques-ufsm-realiza-segunda-edicao-do-caffe-intercom-em-santa-maria-a-universidade-federal-de-santa-maria-ufsm-realiza-no-dia-7-de-maio-as-19h-a-segunda-edicao-do-caffe-intercom-em-santa-maria-rs-em-2013-este-evento-levara-para-a-400-feira-do](http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4094:destaques-ufsm-realiza-segunda-edicao-do-caffe-intercom-em-santa-maria-a-universidade-federal-de-santa-maria-ufsm-realiza-no-dia-7-de-maio-as-19h-a-segunda-edicao-do-caffe-intercom-em-santa-maria-rs-em-2013-este-evento-levara-para-a-400-feira-do)>

### REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador - conversações com Jean Lebrun**. São Paulo: Unesp, 1998.

CARENHO, Carlo, DIOGO, Rodrigo Magno. **O livro entre aspas**. Rio de Janeiro: Casa da palavra, 2005.

ZANCHETTA, Sônia. **Organização de Feiras de Livros**. Porto Alegre: CRL, 2010.



## Pequeno Breafing, Grande Trabalho

Adão deLima Jr.



delimajr.blogspot.com

## AUTOR

Adão Silveira  
de Lima Jr  
(Adão deLima Jr)<sup>1</sup>

Modalidade: Desenho

<sup>1</sup> Coordenador de Publicidade  
da Coordenadoria de  
Comunicação Social da  
Prefeitura Municipal de  
Alvorada



**AUTOR** | Marcos Souto<sup>2</sup>

*"Alguns trabalhos, baseados (em sua maioria) em uma pesquisa individual desenvolvida no curso de Artes Visuais da UFSM com base no mito do herói, com referências literárias, artísticas e musicais."*

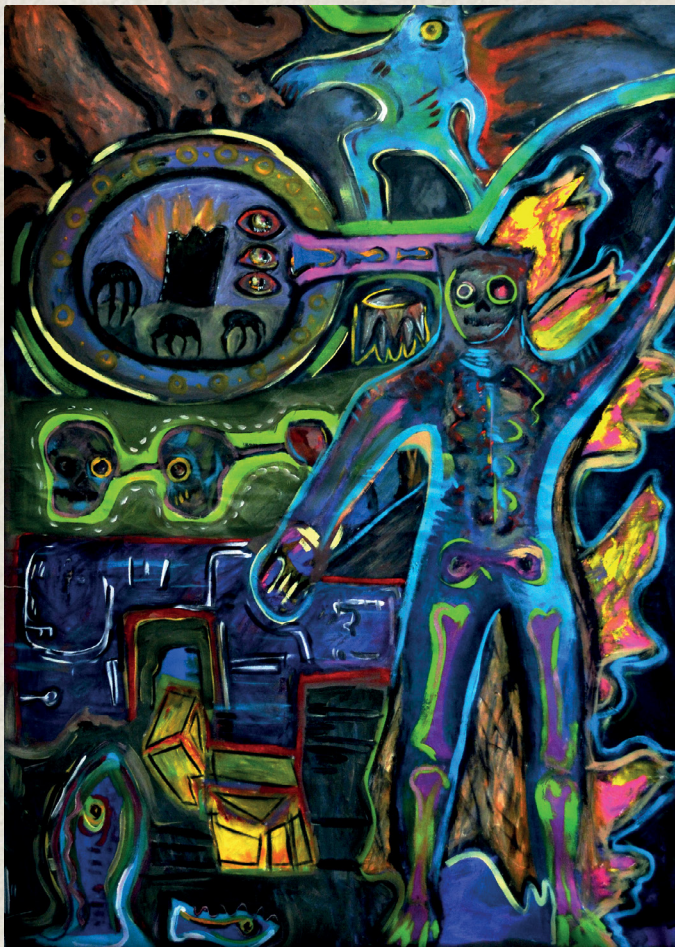
- Marcos Souto



**Modalidade:** Gravura em Metal

<sup>2</sup> Estudou Artes visuais na  
Universidade Federal de  
Santa Maria





**Modalidade:** Pintura



**Modalidade:** Desenho




# EDITASUL

FOTOS

## EDITASUL | Fórum de Produção Editorial da UFSM, realizado pelo Curso de Graduação em Produção Editorial

No dia nove de dezembro de 2013, realizou-se, nas dependências da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), o primeiro Fórum de Produção Editorial da UFSM, EDITASUL, evento promovido pelo curso de Comunicação Social – Produção Editorial, com a coordenação da professora Cláudia Regina Z. Bomfá, em parceria com o Laboratório de Pesquisa e Produção de Publicações Científicas (PUBLICA). O objetivo deste evento é a divulgação e o lançamento de produtos editoriais desenvolvidos pelos acadêmicos do curso, bem como a promoção de debate entre profissionais da área, aproximando universidade e mercado de trabalho. Na primeira edição, estiveram presentes profissionais do mercado editorial, dentre os quais, o ilustre editor e professor da UNB Antonio Agenor Briquet de Lemos,

que discutiu largamente as temáticas referentes às publicações científicas e sua trajetória no mercado editorial. A edição ainda contou com a presença da editora e professora do Centro Univseritário Franciscano (UNIFRA), Salete Mafalda Oliveira Marchi, que relatou sua experiência na área de design, artes e comunicação e como coordenadora da editora, com os autores Ana Esther Pithan e Auri Sudati, que trataram da temática referente à autoria independente. O evento contemplou também com o lançamento das revistas Animus, Cadernos de Avaliação do CCSH, Cadernos de Comunicação, O Qi e Revista do Lappe. Pretende-se promover este evento em edições anuais, com temáticas direcionadas aos interesses dos alunos e dos docentes da área de Produção Editorial. 





FOTOS: CESIO MÜLLER E MARCELO KUNDE

