

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA POLITÉCNICA E DE ARTES
Curso de Design

Vitoria Meneses de Castro

O UNIVERSO DO DESIGN EDITORIAL:
O processo gráfico e suas protagonistas

GOIÂNIA
2025

Vitoria Meneses de Castro

O UNIVERSO DO DESIGN EDITORIAL: o processo gráfico e suas protagonistas

Trabalho de conclusão de curso para obtenção de nota na disciplina Trabalho de conclusão de curso II do curso de Design da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GOIÁS), sob orientação da Prof^{ra}. Dra. Ana Paula Neres de Santana Bandeira.

GOIÂNIA

2025

Vitoria Meneses de Castro

O UNIVERSO DO DESIGN EDITORIAL: processo gráfico e suas protagonistas

Trabalho de conclusão de curso para
obtenção de nota na disciplina Trabalho de
conclusão de curso II do curso de Design da
Pontifícia Universidade Católica de Goiás
(PUC-GOIÁS), sob orientação da Prof^a. Dra.
Ana Paula Neres de Santana Bandeira.

Goiânia,

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof^a. Dra. Ana Paula Neres de Santana Bandeira

Prof^a. Dra. Genilda Alexandria

Designer Débora Antônio

AGRADECIMENTOS

Agradeço profundamente à minha família, meu alicerce e porto seguro. Foi graças ao amor incondicional de vocês que cheguei até aqui. Aos meus amigos, obrigada por caminharem ao meu lado com paciência, humor e afeto. Obrigada por celebrarem minhas pequenas vitórias, por me ouvirem nos dias de caos e por me lembrarem, sempre, que eu não estava sozinha. Vocês tornaram essa jornada mais leve, mais bonita e muito mais possível.

Sou grata também a todas as pessoas que encontrei ao longo desse percurso e que contribuíram com habilidade, gentileza e paciência para a construção deste projeto. Este trabalho também é de vocês.

À minha orientadora, Ana Bandeira, deixo meu sincero agradecimento pela parceria e acompanhamento ao longo deste último ano. Ao Sérgio e a todos os professores que fizeram parte desses quatro anos de formação, guardo cada aprendizado com enorme carinho.

Encerrando este ciclo, levo comigo as risadas, os desafios, as frustrações, as descobertas e a felicidade que marcaram essa fase tão significativa da minha vida. É difícil traduzir em palavras a saudade que ela já deixa no meu coração. Dedico este trabalho a todos que fizeram parte dessa trajetória e contribuíram para que eu me tornasse quem sou hoje. Muito obrigada.

RESUMO

RESUMO

O presente trabalho investiga o design editorial contemporâneo com foco na produção gráfica e no protagonismo feminino dentro das editoras independentes. A pesquisa analisa o livro como objeto cultural, visual e sensorial, destacando sua materialidade, seus modos de leitura e sua dimensão política. Por meio de revisão bibliográfica, entrevistas, análise de similares e estudo de caso, o estudo evidencia a relevância das mulheres na cadeia produtiva do livro e discute como suas atuações influenciam práticas inovadoras no mercado editorial. O projeto final, um livro-objeto em formato sanfona, incorpora elementos interativos, táteis e narrativos que materializam o conceito de desdobramento, tornando o livro uma experiência estética e simbólica que reforça a visibilidade e a valorização dessas profissionais.

Palavras-chave: Design Editorial, Livro-objeto, Produção gráfica, Editoras independentes, Protagonismo feminino

ABSTRACT

ABSTRACT: This work investigates contemporary editorial design with a focus on graphic production and female protagonism within independent publishing houses. The research analyzes the book as a cultural, visual, and sensorial object, highlighting its materiality, reading modes, and political dimension. Through a literature review, interviews, analysis of similar works, and case studies, the study underscores the relevance of women in the book production chain and discusses how their contributions influence innovative practices in the publishing market. The final project, a book-object in accordion format incorporates interactive, tactile, and narrative elements that materialize the concept of unfolding, turning the book into an aesthetic and symbolic experience that reinforces the visibility and appreciation of these professionals.

Keywords: Editorial Design, Book-object, Graphic production, Independent publishers, Female protagonism

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Relação Percentual E Estimativa Populacional	18
Figura 2: O Livro Amarelo Do Terminal.....	22
Figura 3: Painel de referência visual.....	37
Figura 4: Pesquisa de similares.....	38
Figura 5: Espelho editorial.....	39
Figura 6: Painel semântico de identidade visual I.....	40
Figura 7: Painel semântico de identidade visual II.....	41
Figura 8: Visualização das tipografias.....	43
Figura 9: Visualização das tipografias II.....	43
Figura 10: Construção da paleta.....	44
Figura 11: Paleta de cor com aplicação.....	45
Figura 12: Primeira Versão Da Tipografia Do Título.....	48
Figura 13: Aplicação De Cores Na Tipografia Do Título.....	48
Figura 14: Ajuste De Posição E Tracking	49
Figura 15: Versão Final Da Capa	50
Figura 16: Elementos Monocromáticos Usados No Projeto.....	51
Figura 17: Diagramação De Página.....	53
Figura 18: Diagramação De Página Em Sequência.....	54
Figura 19: Diagramação Verso.....	54
Figura 20: Diagramação Impressa Verso.....	55
Figura 21: Colagem capa dura no miolo.....	56
Figura 22: Processo de vincagem.....	57
Figura 23: Processo de vincagem sanfona.....	57
Figura 24: Colagem.....	58
Figura 25: Colagem II.....	59
Figura 26: Montagem de envelopes.....	60
Figura 27: Produto em dupla de páginas.....	60
Figura 28: Produto Finalizado.....	61
Figura 29: Produto Em Pé.....	62
Figura 30: Produto Efeito Sanfona.....	62

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	10
1.1.	Justificativa	10
1.2.	Objetivo Geral	11
1.3.	Objetivos Específicos.....	11
1.4.	Procedimentos metodológicos.....	12
2.	EDITORAS INDEPENDENTES E TRADICIONAIS.....	12
2.1.1.	Características e diferenças estruturais.....	13
2.1.2.	Produção e cadeia produtiva do livro no mercado.....	14
2.1.3.	O Papel das Editoras Independentes na Inovação do Design Editorial.....	16
2.2.	DESIGN GRÁFICO E EDITORIAL UMA EXPERIÊNCIA DE LEITURA.....	18
2.2.1.	Relações Interdisciplinares no Processo Criativo.....	18
2.2.2.	O Projeto Gráfico como Narrativa Visual.....	20
2.2.3.	Materialidade e Experiência de Leitura.....	20
2.3.	PRODUÇÃO GRÁFICA E DESIGN DE LIVRO.....	23
2.3.1.	Elementos do Projeto Gráfico.....	24
2.3.2.	Processos Criativos e Técnicas de Produção.....	25
2.3.3.	Desafios e Oportunidades no Mercado Editorial.....	26
2.4.	AS MULHERES NO MERCADO EDITORIAL.....	28
2.4.1.	A Presença Feminina nas Editoras Independentes.....	29
2.4.2.	Invisibilidade e Reconhecimento no Design Editorial.....	30
2.4.3.	Estudos de Caso: Editoras Lideradas por Mulheres.....	31
2.5.	A RELAÇÃO DO TEMA COM O DESIGN.....	32
3.	METODOLOGIA DE PROJETO.....	34
3.1.	Metodologia.....	34
3.2.	Conceito.....	35
3.3.	Painel De Referências.....	36
3.4.	Análises de similares.....	37
3.5.	Espelho Editorial.....	38
3.6.	Processos criativos e experimentações.....	39
3.7.	Identidade Visual.....	40
3.7.1.	Naming.....	41
3.7.2.	Tipografia.....	42

3.7.3.	Paleta Cromática.....	44
3.7.4.	Título.....	47
3.7.5.	Elementos Gráficos.....	50
4.	PRODUTO FINAL.....	52
4.1.	Diagramação.....	52
4.2.	Especificações Técnicas e Processuais.....	55
4.3.	Produto finalizado.....	60
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
6.	REFERÊNCIAS.....	65

1. INTRODUÇÃO

O livro, enquanto objeto cultural, tem passado por transformações significativas na contemporaneidade, seja na forma como é utilizado, percebido ou produzido. Se historicamente cumpriu o papel de reunir e preservar textos, hoje ele também se constitui como artefato gráfico, simbólico e sensorial, cuja materialidade contribui para a construção de experiências de leitura. Nesse contexto, o design editorial atua como mediador essencial entre conteúdo e forma, articulando elementos como tipografia, projeto gráfico, materiais e acabamento, a fim de construir narrativas visuais que dialogam com o leitor.

Com o avanço das tecnologias, o mercado editorial expandiu-se para além do livro impresso tradicional, incorporando produções digitais e modelos diversos de circulação. Entre essas transformações, destaca-se o crescimento das editoras independentes, que propõem maior liberdade criativa, valorizam produções estéticas experimentais e ampliam o espaço para autorias antes invisibilizadas. Dentro desse cenário, a atuação de mulheres na cadeia produtiva do livro — do design à produção gráfica, tem grande relevância, embora ainda seja pouco reconhecida e documentada.

Assim, compreender o design editorial sob a perspectiva das mulheres que o constroem é fundamental para revelar suas contribuições, discutir apagamentos históricos e destacar como suas práticas influenciam soluções gráficas inovadoras. Este trabalho busca investigar esse panorama e, simultaneamente, propor um livro-objeto que materialize essas reflexões por meio de uma narrativa visual e interativa.

1.1 Justificativa

O design do livro desempenha papel central na mediação entre forma, conteúdo e experiência de leitura, sendo responsável por organizar visualmente narrativas e tornar o livro um objeto significativo. No entanto, observa-se uma lacuna importante no reconhecimento das profissionais que atuam nesse processo, especialmente das

mulheres que compõem grande parte do mercado editorial, mas permanecem frequentemente invisibilizadas. Ao mesmo tempo, editoras independentes vêm ganhando força ao propor modelos mais experimentais, inclusivos e sensíveis ao aspecto material e simbólico do livro.

Diante desse cenário, este estudo se justifica pela necessidade de dar visibilidade às mulheres que atuam no design editorial, reconhecendo suas contribuições, seus modos de criação e suas transformações no campo. Além disso, busca-se compreender como essas profissionais, especialmente nas editoras independentes, têm impulsionado práticas inovadoras que ressignificam o livro enquanto objeto cultural, gráfico e afetivo. Assim, a pesquisa contribui para o debate sobre autoria, mercado editorial e diversidade nas formas de fazer design.

1.2 Objetivo Geral

Dar visibilidade à atuação de mulheres no design editorial contemporâneo, com foco em profissionais que integram ou lideram editoras independentes e cujas práticas contribuem para a inovação gráfica e narrativa do livro.

1.3 Objetivos específicos

- Diferenciar as características estruturais e funcionais de editoras tradicionais e independentes.
- Analisar a relação entre design gráfico, design editorial e experiência de leitura.
- Investigar processos de produção gráfica aplicados ao livro enquanto objeto material, narrativo e sensorial.
- Evidenciar a atuação de designers mulheres e suas contribuições para o mercado editorial independente.

1.4 Procedimentos Metodológicos

A pesquisa adotou três procedimentos metodológicos principais. O primeiro consistiu em uma revisão bibliográfica em livros, artigos, monografias e outros materiais publicados, com o objetivo de fundamentar teoricamente o design editorial, a cadeia produtiva do livro, a materialidade do objeto e o protagonismo feminino no mercado editorial. Além das referências acadêmicas, foram também utilizados conteúdos midiáticos, especialmente episódios do podcast *Lombada* (Spotify), que contribuíram para ampliar o repertório sobre práticas editoriais contemporâneas, processos criativos e debates sobre o trabalho de designers mulheres no campo editorial.

Em seguida, foi realizada uma entrevista com Cecília Arbolave, cofundadora da editora Lote 42 e idealizadora da Banca Tatuí, a fim de compreender, sob uma perspectiva profissional, os modos de operação, desafios e especificidades do mercado editorial independente. Por fim, desenvolveu-se um estudo de caso a partir da análise de projetos gráficos produzidos por designers mulheres atuantes no cenário editorial independente, examinando suas linguagens visuais, escolhas materiais e contribuições para a inovação no design de livros.

2. EDITORAS INDEPENDENTES E TRADICIONAIS

Uma editora é aquela que está por trás do processo de editoração de obras literárias a fim de comercializá-las, ou seja é uma organização com fins lucrativos que organiza e coordena o processo de publicações de livros e revistas, principalmente. De maneira geral, editoras se especializam em alguma área dentro do universo do livro, para especificar sua produção, podendo ser: livros acadêmicos, didáticos, jurídicos, romances, poesias, obras de referência, partituras, etc. Além disso, é comum elas arcarem com o custo de produção, divulgação e distribuição.

No mercado atual é possível classificar as editoras de duas maneiras. A primeira delas seria conforme o seu porte, no qual existem três tipos, editoras de grande porte aquelas que publicam best-sellers internacionais e escritores consagrados dentro e fora do país. Editoras de médio porte que publicam em

parceria, seja com o próprio autor, como instituições ou empresas, e por fim nessa classificação, editoras pequenas que funcionam com a terceirização de seu trabalho para o autor, onde, pode ocorrer às vezes do escritor custear sua publicação. A segunda maneira de classificar editoras seria conforme seu próprio funcionamento, ou seja, de acordo com seu modelo de negócio.

Nessa identificação é possível observar duas categorias: as editoras tradicionais onde todo o processo de produção é feito por conta delas, desde a edição, diagramação, capa, divulgação e publicação, possuem a própria equipe integrada e não costumam terceirizar seus processos. Apesar de já terem renome no mercado, e maior alcance, os autores geralmente recebem uma porcentagem menor das vendas, e não possuem muita contribuição dentro projeto criativo. Além do mais, são pertencentes e associadas a grandes grupos, às vezes, até mesmo internacionais, esse tipo de editora pode ser visto em casos como a Editora O Globo que pertence ao Grupo Globo, e a Companhia das Letras que pertence a multinacional Penguin Random House.

Há também o modelo das editoras independentes que possuem um modelo de negócios híbrido e mais autônomo, dessa forma, é possível terem a própria equipe, mas também pode ocorrer de terceirizar alguma etapa do processo do livro. Costumam dar mais oportunidades para autores pequenos com diversas formas artísticas de expressão, e em questão da publicação do livro o autor pode contribuir financeiramente para a produção do livro, em alguns casos, mas a editora costuma bancar o processo de editoração. É válido ressaltar que, as editoras independentes constituem quantitativamente o maior número dentro do mercado editorial, ou seja, em existência sua presença é maior do que editoras tradicionais, exemplos que podemos observar é a Lote 42, que produz livros de diversas estéticas e conteúdos, e também a Negalilu que publica livros de narrativas únicas e preocupa em entrelaçar a estética da produção gráfica com o conteúdo escrito.

2.1.1 Características e Diferenças Estruturais

Aquelas que atuam de maneira mais convencional possuem uma relação pouco aproximada com o autor/autora uma vez que não há um envolvimento suficiente, ou alguma operação em conjunto para lançamento do projeto do escritor,

o lado comercial é muitas vezes imposto na obra da editoração, e o interesse em autores e autoras inéditos é quase nulo, preferindo aqueles que já tem um lugar de destaque em comercialização de obras literárias. Além disso, ainda sobre os autores do livro, uma pesquisa da UNB coordenada pela professora e doutora Regina Dalcastagnè, revelou que 72% da autoria dos livros publicados é atribuída a homens brancos residentes da região Sul e Sudeste que se declaram heterossexuais. Dessa forma, é possível dizer que as editoras tradicionais que são quem mais publica no Brasil, já possuem uma característica clara de publicar aquilo que sabem que será vendido, e que está dentro de determinados padrões, sem expandir horizontes, sua produção é em tiragens altas, e seus pontos de vendas são livrarias também de grande porte e visibilidade, como as Livrarias Cultura e a Livraria da Vila.

Em oposição, é notável que editoras independentes são aquelas consideradas de pequeno ou até médio porte. Suas tiragens são limitadas e sua produção gráfica tem alto valor estético agregado ao conteúdo do livro que vai ser publicado, além disso, preocupa-se em ter contato e apoio direto com a escritora ou escritor da obra, trazendo ele para o lançamento e para a parte do processo criativo também. Seus pontos de vendas variam, podendo ser livrarias de rua, mas é visto também em livrarias maiores como a já citadas, contudo não em grandes quantidades. Além disso, ocorre a comercialização em feira de livros independentes, ou em feiras de artes gráficas, e outro ponto é o on-line, como no site da própria editora, uma vez que seus livros não chegam em grandes livrarias.

2.1.2 Produção e cadeia produtiva do livro no mercado

A cadeia produtiva do livro é basicamente composta pelo autor, editora, distribuidora, ponto de venda e leitor. Seguindo essa lógica, de sequência produtiva, em casos convencionais, em que o autor procura publicar seu livro através de editoras, há o contato onde é analisado o conteúdo e a editoração do livro, como revisão ortográfica, gramatical, de estilo e fluxo de escrita para garantir a clareza. Logo após segue para o projeto editorial, no qual muitas vezes o formato e material gráfico do livro já são pré-definidos com as gráficas para que facilite as grandes tiragens, e é onde há pouca inovação do design gráfico do livro como objeto. Por conseguinte, impressão sendo feita, o livro segue para as distribuidoras, que são

agentes logísticos para a difusão dos livros até os pontos de vendas, quando chegam ao leitor. Em editoras tradicionais, esse processo segue uma média de 6% de lucro para o autor e autora, sobre a venda do livro, e assim seria o modo operacional desse tipo de editora, seguindo um determinado fluxograma que melhor funciona para o porte dela.

Nesse sentido, o modo operacional de uma editora independente não segue um fluxo só, não é sistematizada. Como indicado pela Larissa Mundim, fundadora da editora Negalilu, em uma palestra para o projeto Madalena Caramuru em 2020, promovido pela UFG, o mercado *indie* busca por heterogeneidade e faz uma ruptura com o sistema e a cadeia produtiva, uma vez que busca por métodos diversos de distribuição de seus livros já que não chegam nas grandes livrarias renomadas, procuram por variadas estratégias de comercialização. Elas buscam representar e fortalecer a autoria de pessoas não vistas, minorias de maneira geral, como população que moram fora do eixo sul/sudeste, mulheres, pessoas negras, comunidade LGBTQIA+, dessa maneira, os escritores ao buscar a editora já se depara com uma maior aceitação e valorização de seu trabalho, tendo como uma prática comum oferecer 10% de lucro sobre a venda. Além do mais, há uma busca por enobrecer o projeto gráfico e o design, mantendo uma experimentalidade nas suas obras, resgatando técnicas analógicas e artesanais, como serigrafias, impressão em gravuras, e costuras feitas à mão. E também, tem um maior domínio da linha de produção e tiragens menores, o que acaba por incentivar o colecionismo por parte do consumidor. Ademais, o desafio principal é a venda e a distribuição em escala, uma vez que elas não possuem um espaço concebido em grandes livrarias, e recorrem para formas de circulação alternativa, como em feiras literárias e de artes gráficas, por exemplo a Feira Míolos (SP), a e-cêntrica (GO) e a MOTIM (DF). É possível também, terem seu próprio ponto de venda, como livrarias de rua, vendas online e campanhas nas redes sociais, além de se manterem constantes em eventos.

Sendo assim, a análise da cadeia produtiva do livro evidencia contrastes marcantes entre o modelo tradicional e o independente de editoração e produção. Enquanto o sistema convencional prioriza a padronização, grandes tiragens e a lógica comercial, oferecendo baixa margem de lucro aos autores e pouca abertura à inovação gráfica, as editoras independentes propõem uma ruptura significativa. Elas

valorizam a diversidade, a experimentação estética e a representatividade de vozes marginalizadas, além de buscarem métodos alternativos de circulação e venda. Nesse cenário, as editoras independentes se afirmam como agentes de transformação cultural, ampliando o acesso e o reconhecimento de novos autores, ao mesmo tempo que resgatam o livro como objeto sensível e expressivo, indo além de sua função meramente mercadológica.

2.1.3 O Papel das Editoras Independentes na Inovação do Design Editorial

Segundo o sociólogo José de Souza Muniz Jr. (2016) ser independente é sinônimo de ser autônomo e livre, e como consequência é assumir as responsabilidades por suas escolhas, riscos e acertos, além disso, ele diz também que publicar é uma ação política de tornar público sua posição ideológica (MUNIZ, 2016). Partindo desse ponto, no mercado editorial ser independente vai além da questão da autonomia, do suporte financeiro e de não pertencer a um grupo maior, ela está na fuga de operações estruturadas, é uma concepção de reinventar sua produção, e comercialização dos seus produtos, e assim, esse movimento deu origem a novas formas de publicar, e também, transformou a maneira como se compreende a autoria e a natureza material dos livros produzidos.

Portanto, é importante dizer que as renovações socioculturais impulsionaram novas formas de produção editorial, onde há multiplicidade em quem pode assumir o papel de editores, dando origem à autopublicação e ao mercado independente. O designer Jorge Otávio Zugliani observa que com o movimento de valorizar a cultura, o mercado editorial independente consegue contribuir com isso e fomentar o design editorial.

Como desenvolvido anteriormente, as mudanças nos modos de vida, incluindo uma valorização da cultura como bem simbólico e material, levou a uma série de transformações que afetaram a concepção, produção, distribuição, circulação e comercialização dos produtos editoriais. Isso gerou novas modalidades de publicações e redefiniu a identidade e propriedade dos objetos criados. Trata-se, nesse tópico, da ação editorial no sentido conceitual de ser editor diante desse novo papel e abordagem: o da autopublicação. Importante esclarecer que autopublicar não se refere, necessariamente, publicar a si mesmo, mas o autor que, enquanto escritor, ilustrador, designer, artista ou o profissional com formação em outras áreas do conhecimento, assume a autoridade de publicar algo, inscrevendo-se no universo que passou a ser chamado de “independente”. (ZUGLIANI, 2020, p.69)

Nesse contexto, uma busca por uma linguagem específica em publicações independentes não faria sentido, ao analisar essa área é possível ver um movimento diverso, de pessoas e pensamentos de origens distintas. O que reúne essa dinâmica é a vontade por liberdade e experimentação, e isso reflete nas escolhas por materiais e soluções gráficas propostas para o livro que produzem enquanto objeto. Podendo dizer que, de acordo com o filósofo Abraham Moles (1981), objeto seria uma coisa com caráter material, que pode ser percebido pelos sentidos e pensado em contraste com quem o observa. Trata-se, portanto, de uma criação humana destinada à interação e à experiência sensorial.

As editoras independentes, ao colocarem seus produtos nesse lugar, assumem o livro como um objeto com identidade própria, estruturado como um sistema que articula narrativas verbais e visuais, e não apenas um produto com ou sem potencial de venda. Desse modo, se observa livros feitos por pequenos grupos, que raramente passam por grandes livrarias, possuem característica mais táteis com composição de diferentes materiais, as decisões estéticas são alinhadas com o conteúdo e muitas vezes é até possível que ajudem a concretizar a narrativa. Portanto, é possível dizer que o livro enquanto objeto dentro do design contribui para o experimental e contemporâneo, o seu desenvolvimento não só é rico graficamente, como também desenvolve produção cultural e reafirma o design como uma manifestação de cultura contemporânea.

2.2 Design Gráfico e Editorial uma experiência de leitura

O design gráfico e editorial não se limita apenas à organização visual de textos e imagens, mas participa ativamente da criação de uma experiência de leitura. A forma como o conteúdo é apresentado, por meio da diagramação, tipografia, uso de imagens, cores e ritmo visual, influencia diretamente o modo como o leitor se relaciona com a obra e com a narrativa.

Nesse sentido, o design editorial deixa de ser apenas uma ferramenta técnica e passa a ser um mediador sensível entre o conteúdo e o leitor, capaz de facilitar ou dificultar o acesso à leitura. Isso ganha ainda mais relevância quando se considera que, segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (IPL, 2024), apenas 47% da população brasileira se declara leitora. Diante desse cenário, pensar o design editorial como uma experiência que acolhe, estimula e conecta o leitor ao conteúdo é fundamental para ampliar o interesse pela leitura e democratizar o acesso ao livro. Além de que, com o avanço de livros digitais e e-book, os livros físicos na contemporaneidade, cumpre um papel que vai além de contar uma narrativa, ele pode integrar na formação cultural e artística de quem lê, é uma forma multidimensional de comunicação.

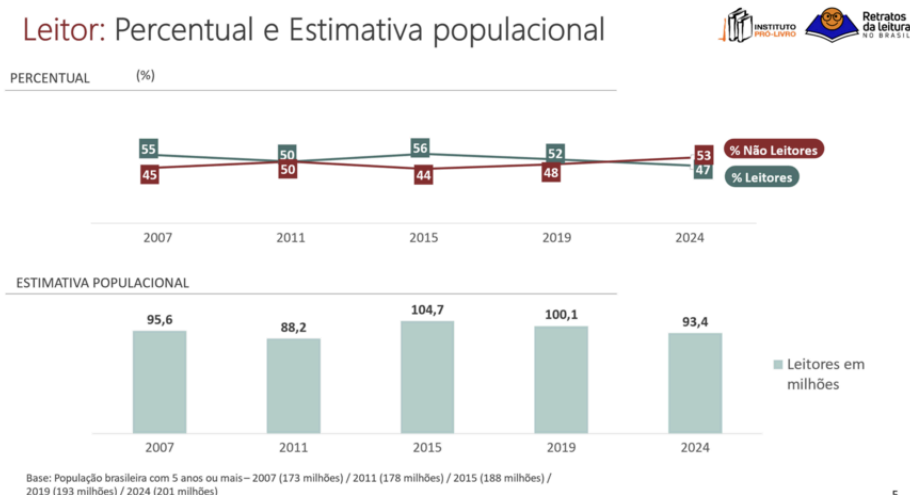


Figura 1: relação percentual e estimativa populacional

Fonte: Instituto Pró-Livro, Pesquisa Retratos da Leitura

2.2.1 Relações Interdisciplinares no Processo Criativo

É inegável o fato de que o design é uma área que dialoga com diversas outras, é um setor criativo de linguagens híbridas, que resgata técnicas e tradições para aumentar seu repertório e apresentar soluções conforme o demandado.

O design, ao se mostrar como um todo integrado, revendo divisões, supera, também, as distinções limitadoras entre arte e artesanato, por exemplo. Constata-se a ideia de que tanto o design como a arte se desenvolvem da interferência entre um e outro e do conhecimento humano sobre a matéria. Quando conectados ao universo do sensível e da estética, dão forma aos objetos. Outra determinante característica contemporânea que a transdisciplinaridade reafirma é a dimensão coletiva. Não se atua sozinho, mas em conjunto. A transdisciplinaridade se forma e se desenvolve por meio de processos dialógicos dos participantes envolvidos nas diferentes situações de projetos, incluindo os próprios usuários. (ZUGLIANI, 2020, p.27)

Portanto, ao entender o design como transdisciplinar, e ver ele aplicado ao editorial permite entender melhor a composição do livro enquanto objeto gráfico e cultural. Pois, ainda segundo Zugliani (2020, p. 56), "um objeto pode vir de qualquer origem e se conectar a outros objetos de diferentes campos e ainda mediar a relação humana com o meio em diversos contextos". Dessa forma, não é possível alimentar a ideia de que o designer, quanto colaborador e profissional na construção de um livro, assume o papel de ser encarregado apenas de aspectos gráficos visuais, ele também experimenta o conteúdo e transforma em expressividade, podendo enriquecer a experiência da leitura do usuário.

Dessa forma, o que acontece na realidade é o diálogo do design com o processo criativo, uma vez que a liberdade de escolha, para solucionar questões, desse ofício permite buscar referências em diversas áreas, ou qualquer período, podendo ser nas artes, tecnologia ou até na geografia, o importante é tecer relações que auxiliam na concepção do projeto. Essa ideia reconhece que, diante das transformações sociais, o design passa a incorporar vozes múltiplas, inclusive de especialistas em outras áreas. Assim, o designer gráfico deixa de ser apenas um executor visual para estabelecer essas relações interdisciplinares, contribuindo de

forma ativa e crítica em processos complexos de comunicação, para uma prática que transcende o visual, tornando uma linguagem integradora entre pessoas, conhecimentos e contextos sociais.

2.2.2 O Projeto Gráfico como Narrativa Visual

O projeto gráfico é definido como um conjunto de especificações e escolhas gráficas que dão ao livro suas características visuais, ou seja, ele pode definir a estética do produto tanto por meio da proposta da capa, da lombada ou até mesmo do miolo. O projeto gráfico pode ser pensado de diversas maneiras a depender do conteúdo, ele pode vir a ser elaborado como uma proposta mais comercial, em que o sentido dele seja apenas lê-lo sem sentir que está com um livro na mão, ou então vir com uma proposta mais material, que nessa opção se abre um leque de possibilidades ao elaborar o formato do livro. Pois elementos visuais podem agregar na narrativa e se tornar uma chave para a leitura, como teoriza Andrioli (2014, p.120) "Há, assim, um entrelaçamento tão grande de escrita e visualidade que se torna impossível separar os dois elementos sem que haja grandes perdas para o livro."

Dessa forma, surge o que se pode chamar de narrativa visual, pois a leitura não é só do texto escrito, mas também dos elementos gráficos, que influenciam a forma como a informação é recebida, compreendida e lembrada, uma vez que a relação com a literatura não deve ser duramente apenas sobre intelectualidade e conhecimento, com assim é proposto o senso comum, ela pode e deve ser também prazerosa e carregada de afetos e sensações. Quando o design gráfico respeita e potencializa esse percurso de projetar a narrativa visualmente, se comunica de maneira não verbal, a leitura deixa de ser atividade árida, facilitando o contato com o livro.

2.2.3 Materialidade e Experiência de Leitura

É possível entender melhor a experiência de leitura do livro objeto, aquele que transpassa narrativa visual, quando se entende melhor o conceito de Design Emocional de Don Norman, no qual considera que os produtos não são apenas

ferramentas usuais, mas objetos com os quais os usuários interagem e aos quais atribuem significados emocionais, portanto ativa diferentes níveis de percepção: visceral, comportamental e reflexivo. É possível dizer que o leitor no seu primeiro contato com o produto está no nível visceral, no qual o usuário cria expectativas, onde a aparência importa, pois é a primeira impressão, então o impacto inicial seria com a capa, a textura e as cores. No comportamental se trata da usabilidade e o seu desempenho, logo, a diagramação, tipografia e aspectos que facilitam a leitura e tornam a experiência fluida e prazerosa. Por último, no nível reflexivo, é onde reside as emoções e os sentimentos mais profundos, que é quando a dimensão física do objeto importa, o que ele causa como um todo, e onde o afeto ou o desprezo se desenvolve.

As operações de nível reflexivo frequentemente determinam a impressão global que uma pessoa tem de um produto. É quando você se recorda do produto, refletindo sobre seu apelo total e a experiência de usá-lo. É onde muitos fatores entram em jogo e onde as deficiências de um aspecto podem ser superadas pelos pontos fortes de outro. Pequenas dificuldades poderiam muito bem ser ignoradas na avaliação global — ou ressaltadas, ampliadas de maneira completamente desproporcional. (NORMAN, 2008, p.111)

Dessa forma, como a Andrioli diz, “os níveis de design (e de processamento) devem, portanto, ser trabalhados de forma integralizada para a construção de um produto com design equilibrado em seus impactos, funções e reflexões consequentes.” nesse sentido, é visto que qualquer produto é suscetível aos três níveis, e com o livro não funciona diferente, a leitura ultrapassa o campo intelectual e se torna uma experiência afetiva e sensorial, marcada não apenas pelo texto, mas por todo o conjunto visual que o acompanha.

A materialidade, então, é dada através da experiência da leitura por meio da comunicação da narrativa tanto verbal quanto visual. Em vista disso, materialidade é definido por “fenômenos e condições que contribuem para a produção de sentido, sem serem, eles mesmos, sentido” (GUMBRECHT, 2010, p.18), embora comumente, na leitura de um texto é privilegiado a busca pelo entendimento do significado literal, é importante reconhecer que a experiência estética vai além da

interpretação racional. Como propõe Gumbrecht e Don Norman, é provável que, em certos momentos, o leitor pare de se perguntar apenas “o que isso tem para me dizer” e sinta a presença sensível do objeto, que pode ser mais elaborada, ou mais tradicional. Ao referir projetos visuais mais elaborados, podemos citar um projeto visual de Elaine Ramos, para a editora Cosac Naify, inspirado no Terminal Tietê, o livro explora referências visuais do ambiente urbano por meio da sobreposição de formas geométricas. A cor amarela remete aos bilhetes de passagem, enquanto o uso de papéis semitransparentes cria camadas visuais que reforçam a ideia de acúmulo e deslocamento. Além disso, os capítulos de caráter histórico foram impressos em papel autocopiativo, que contém tinta carbono em seu interior e se mancha com o toque, fazendo com que o próprio manuseio do leitor deixe marcas e ative a memória do uso.



Figura 2: O livro amarelo do terminal

Fonte: Elaine Ramos

Assim sendo, projetos gráficos que propõe a diluição das fronteiras entre o tradicional e o material, contribuem para a experiência do leitor a fim de buscar uma leitura sensitiva, prazerosa e simbólica, além de que interrompe a concepção de o consumo de literatura deve ser estritamente intelectual, podendo ser também apenas contemplativa e afetuosa, como dito por Larissa Andrioli:

A partir do contato com eles, torna-se possível experimentar sensações que se unem à leitura tradicional, criando novas formas de experiência da literatura, baseadas não somente na intelectualidade convencional, mas na criação de uma nova possibilidade, através da experiência sensitiva. Não mais se trata de uma arte separada da visualidade ou do toque – esses objetos promovem a confluência da tangibilidade com a intelectualidade em um design que perfura fronteiras pré-estabelecidas. Por isso é impossível não querer tocá-los, senti-los entre nossos dedos, enfim – amá-los pelo que são no momento em que tocam nossas mãos. (ANDRIOLI, 2014, p.133)

2.3 Produção Gráfica e Design de livro

O projeto gráfico está diretamente relacionado à produção gráfica, área responsável por planejar e viabilizar a materialização de produtos impressos. Enquanto o projeto gráfico define a ideia visual e funcional de uma peça, a produção gráfica estuda e organiza os meios necessários para que essa peça possa ser executada. Nesse sentido, envolve a análise de processos, técnicas e materiais que garantam que o resultado final seja tecnicamente possível, atenda aos padrões de qualidade e cumpra os objetivos estabelecidos pelo projeto.

Partindo disso, a produção gráfica compreende um conjunto amplo de artefatos, que abrange desde materiais simples, como cartões de visita, até produtos de maior complexidade, como livros, brochuras, embalagens, rótulos e cartazes. Esses itens frequentemente articulam diferentes materiais, formatos e técnicas de impressão. De modo geral, o seu objetivo consiste em garantir a execução eficiente e adequada das etapas de pré-impressão, impressão e pós-impressão. E portanto, é necessário o estudo de distintos sistemas de impressão como por exemplo o digital, offset, rotogravura, serigrafia, entre outros. Dessa maneira, no processo de desenvolvimento de um projeto visual, o designer gráfico deve possuir conhecimentos básicos de produção gráfica que assegurem a viabilidade técnica da peça proposta. Entretanto, a materialização do projeto de design de livros, muitas vezes, depende da articulação de um produto que não será descartável como folhetos e cartões de visita, mas sim algo que pode ser visitado e revisitado de diversas formas, até com um apelo sentimental. Uma vez que o processo de produção gráfica é terceirizado e deve ser minimamente pensado em

todas as etapas processuais.

Após essa análise preliminar e projetual, é então necessário realizar a estimativa dos custos e a definição dos prazos de execução, etapas fundamentais para o planejamento produtivo. O início da produção propriamente dita ocorre somente após a aprovação desses parâmetros. A partir desse momento, o processo se desenvolve em fases sucessivas, que exigem acompanhamento sistemático tanto do produtor gráfico quanto do designer. Esse monitoramento contínuo é essencial para assegurar a coerência técnica do projeto e evitar falhas ou retrabalhos nas etapas seguintes.

2.3.1 Elementos do Projeto Gráfico

No mundo contemporâneo, com o advento das redes sociais onde tudo é de fácil acesso, os leitores se tornaram mais exigentes e de difícil captação diante as diversidades de linguagens que são expostas. Consequentemente, algumas questões projetuais como a hierarquia de leitura para enfatizar determinados conteúdos, o uso da capitular no início de capítulos, a organização em grid, o frontispício como abertura, o fôlio que orientam a navegação pelas páginas; e o colofão que encerra o livro com informações técnicas são elementos que constituem um modo tradicional de configurar o objeto livro, sustentado ao longo de séculos deve ser revisto como elementos essenciais ou apenas recursos de apoio, visto que o livro como objeto para esse leitor mais exigente vem como algo que passa além de uma leitura obrigatória, mas como um experiência.

Desta maneira, processos comuns que compõem o design do livro como a tipografia, o estudo do seu formato, miolo e folha de rosto, composição visual, entrelinhamento e diagramação dos parágrafos, e até mesmo as ilustrações ou imagens que participarão da composição do livro deve ser posicionadas, de maneira que a fluidez e conforto do material seja garantida e também, o designer editorial pode optar por elementos e composições que interagem com o leitor, fazendo com que a leitura fique mais leve e com linguagens diversificadas, como já teorizado Germana Gonçalves de Araújo

Diferentemente do escriba, o designer, que na contemporaneidade passou a não controlar mais a produção de todos os elementos visuais que compõem a página de um livro, pode optar pelo uso de elementos que representam códigos socioculturais com generalidade. Contudo, na produção gráfica executada com softwares e com o uso da Internet como fonte, quase infinita de informação, o designer pode optar por não simplesmente escolher e empenhar-se em produzir os constructos gráficos; tornando-se, assim, além do gestor, de como o conteúdo será representado, um produtor gráfico que não abdica de propor com personalidade cultural e artística. (ARAÚJO, 2019, p.60)

2.3.2 Processos Criativos e Técnicas de Produção

A abordagem dos processos criativos e das técnicas de produção no âmbito do design editorial revela a importância de integrar concepção estética, funcionalidade e estratégias de comunicação para a construção de experiências de leitura mais significativas. Pois como já foi visto, há a existência de um cenário no qual os leitores são constantemente expostos a estímulos visuais variados, portanto a criatividade na elaboração de um livro assume um papel central capaz de captar a atenção, facilitar a interpretação e envolver emocionalmente o público. Portanto, o designer deve atentar a ser fiel ao conteúdo do livro de maneira que não ofusque o formato de apresentar. Assim, compreender como as decisões criativas dialogam com os recursos técnicos, desde escolher bem uma tipografia até a seleção de materiais e métodos de impressão, é de grande importância para que o objeto editorial ultrapasse sua função informativa e se torne um mediador de leitura mais atrativo, imersivo e eficaz.

Além do mais, segundo Tschichold (2007) o design de livro contribui muito com o valor da obra literária a partir das estratégias visuais que utiliza, sendo assim ao pensar nas etapas dos processos criativos no design editorial, é possível observar que a criatividade não se limita à geração de ideias visuais, mas envolve a capacidade de resolver problemas comunicacionais por meio de escolhas formais conscientes. Isso inclui a definição de elementos que dialoguem com o conteúdo, a composição gráfica que direciona o olhar do leitor, o uso de cores que reforçam

significados, a seleção de materiais que ampliam a percepção sensorial da obra, e até mesmo aplicação de textura em capas ou em partes específicas do livro. O designer deve saber equilibrar sua expressão e sua criatividade em prol do relacionamento livro/leitor.

Quanto ao livro em si, é dever supremo dos designers responsáveis despojarem-se de todo anseio de auto-expressão. Eles não são os mestres da palavra escrita, mas seus humildes servidores. (TSCHICHOLD, 2007, p.34)

Em contrapartida, as técnicas de produção como por exemplo, a preparação de arquivos, o planejamento de formatos, a escolha de papéis, acabamentos e métodos de impressão, constituem o suporte concreto dessas decisões criativas que é aliada ao conteúdo e finalidade do livro. Portanto, é possível dizer que a qualidade da experiência de leitura depende da coesão entre concepção criativa e viabilidade técnica, resultando em projetos que não apenas apresentam informações, mas constroem um ambiente de leitura coerente, imersivo e significativo.

2.3.3 Desafios e Oportunidades no Mercado Editorial

O mercado editorial atual apresenta um cenário de intensa transformação, no qual coexistem desafios complexos e oportunidades criativas, impulsionados pela evolução tecnológica e pelas mudanças culturais na prática de leitura. Sabendo disso, um dos principais desafios reside no público-leitor, cujo repertório imagético e a cultura é constantemente bombardeado pela diversidade de linguagens a que está exposto. Assim, o profissional de design editorial do século XXI precisa estar atento às rápidas e agressivas mudanças culturais na interação entre leitor e leitura, frequentemente causadas pela vivência com instrumentos digitais. No âmbito da produção, os altos custos da impressão representam um obstáculo. Em um contexto mais amplo, o cenário editorial, especialmente o independente, está sujeito a crises econômicas que podem afetar a obtenção de recursos e inviabilizar a realização de eventos ou a manutenção de práticas profissionais.

Outro desafio crucial para o profissional é garantir uma produção autêntica e inovadora. O uso da Internet como fonte quase infinita de informação e a facilidade

de softwares gráficos podem levar o designer a cair no risco de se tornar meramente um gestor de conteúdo. Ao depender exageradamente de elementos prontos, em sites comerciais, como Freepik, com seus templates e banco de imagens, o profissional corre o risco de não propor um trabalho com personalidade cultural e artística, aproximando-se da fronteira da razoabilidade em vez de buscar a produção autêntica. Adicionalmente, no circuito independente, o resgate de técnicas artesanais, embora valorizado, tende a encarecer o produto, levantando a preocupação de que essa prática possa levar à elitização do acesso aos bens simbólicos.

Contudo, contrariando uma produção criativa e inovadora, e isso também se aplica para a produção de livros impressos, o profissional do século XXI pode cair no abismo das possibilidades por não saber depurar as inúmeras informações obtidas. Isso quer dizer que mesmo com as possíveis facilidades de se obter dados e instrumentos, o profissional em design que releve a produção autêntica deve distanciar-se de elementos que já estão prontos e, que, geralmente, transformam o projeto gráfico em uma visualidade com resultados na fronteira da razoabilidade. Ou seja: tipografias prontas, templates disponíveis e bancos de imagens com licença de uso, podem tornar o trabalho de um designer com características de um gestor e não mais de um produtor gráfico. (ARAÚJO, 2019, p. 59)

Apesar dos desafios, o contexto contemporâneo oferece oportunidades significativas, especialmente para a produção independente e experimental. A facilidade de acesso à informação em rede e o uso de ferramentas digitais diversas permitem que o designer trabalhe de forma mais familiarizada com o ambiente multimídia e assim possa construir materiais de maneiras variadas e criativas. Além do mais, a proliferação de eventos e feiras de publicações independentes, como a Feira Mioslos, catalisa o crescimento de um segmento que explora o design autoral e propõe novas práticas de consumo e produção. As novas tecnologias de impressão, incluindo a digital e a offset acessível, tornaram a autopublicação (ou a publicação por pequenos grupos) uma via viável. Essa cena se torna um espaço autodeterminado, livre das limitações impostas pelo design encomendado por clientes. O movimento editorial contemporâneo é profundamente marcado pela

transdisciplinaridade e pelo hibridismo, estabelecendo diálogos ricos entre design, arte, literatura e outros campos do conhecimento. O designer assume um papel expandido, sendo visto como um organizador, produtor ou co-autor que articula os elementos do discurso, “as estratégias do design não são absolutos universais; e sim geram, exploram e refletem convenções culturais” (LUPTON; MILLER, 2008, p.27)

Outra grande oportunidade é o resgate e a valorização das técnicas artesanais de impressão e acabamento, como a tipografia e a serigrafia. Esse resgate não é meramente nostálgico, e que apesar de poder encarecer o produto, traz a valorização da memória gráfica, permitindo uma experimentação expressiva e tátil que reforça os aspectos físicos do livro em contraste com a leitura digital, podendo tornar a leitura mais interessante. O uso de técnicas do passado em combinação com o digital gera resultados híbridos e inovadores. Por fim, a atividade de publicação, especialmente a autopublicação associada ao design, manifesta um potencial social relevante. Ela possibilita a elaboração de conteúdos com temáticas complexas e urgentes, o engajamento de grupos coletivos, como por exemplo o Coletivo Xiloceasa, que auxilia na capacitação de jovens de baixa renda. Essas práticas buscam fomentar o consumo consciente e a democratização do acesso.

2.4 As Mulheres no Mercado Editorial

A história das mulheres no mercado editorial brasileiro é marcada pela necessidade urgente de reconhecimento e registro. Grande parte da história editorial no Brasil ainda carece de narrativas mais justas, especialmente aquelas que destacam mulheres em posições de liderança e decisão, particularmente no campo literário e artístico. A dificuldade em mapear as contribuições femininas é evidente, pois até mesmo obras canônicas como *O livro no Brasil*, de Laurence Hallewell, mencionam apenas ligeiramente algumas editoras. Contudo, um projeto de pesquisa intitulado “Mulheres que editam um mapeamento preliminar no Brasil” busca justamente corrigir essa lacuna. Apesar do “apagamento”, diversas mulheres estabeleceram casas editoriais influentes ao longo das últimas décadas, como aponta o estudo de Ana Elisa Ribeiro, exemplos notáveis incluem Rose Marie Muraro e suas colaboradoras, que fundaram a editora Rosa dos Tempos no início

dos anos 1990; Zaidé Lupinacci Muzart, fundadora da Editora Mulheres em 1995, em Florianópolis, cuja história padece por ter ocorrido fora do autocentrado eixo Rio-São Paulo; Ivana Jinkings, que fundou a Boitempo na mesma década e permanece em atuação.

2.4.1 A Presença Feminina nas Editoras Independentes

A atuação feminina no mercado editorial independente brasileiro configura-se como um movimento de resistência e agenciamento político-cultural. Na cena independente, onde se atua em empresas de menor porte e com desafios financeiros comuns, a presença de mulheres em posições de liderança é frequente. Muitas mulheres fundaram suas próprias editoras, organizam feiras e se destacam em diversas frentes do processo de criação do livro, como edição, tradução e produção gráfica (Arbolave, s.d.). De acordo com Karina Lima Sales (2020), o surgimento e a atuação de projetos editoriais independentes geridos por mulheres e que se dedicam à publicação de outras mulheres emergem como um posicionamento político de confronto a uma sociedade, e consequentemente a um mercado, ainda marcados pelo patriarcado e pela misoginia. O mercado editorial tradicional demonstra disparidades, com mulheres muitas vezes presentes em todas as etapas da cadeia do livro, mas não em cargos de chefia ou com igualdade salarial. Existe uma frustração notável em relação às diferenças salariais, dado o papel fundamental das mulheres na produção de livros. Enquanto o independente traz essa relevância às mulheres, pois muitas vezes as editoras que portam esse status são coordenadas por mulheres e movidas por elas.

Essa atuação feminina busca reverter um quadro de silenciamento e apagamento histórico das mulheres no campo da edição. Enquanto a história editorial carece de registros justos sobre mulheres que atuaram e atuam em liderança, e grandes editoras brasileiras demonstram um predomínio de escritores (70,6%) e personagens masculinos (58,2%) segundo a última edição da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, desenvolvida pelo Instituto Pró-Livro, as editoras independentes geridas por mulheres se consolidam como um enfrentamento ao *status quo*, buscamos reverter esses dados. As atividades dessas editoras são

analisadas como articulações, elas utilizam o livro como uma ferramenta política, focando na disseminação de ideias e arte, mais do que apenas em fins lucrativos.

Em conclusão, essas editoras independentes, ao priorizarem vozes de mulheres e adotarem modelos de produção e circulação alternativos, recusam o silenciamento e atuam como agentes culturais que ajudam a produzir o "som de um futuro contíguo" no campo editorial.

2.4.2 Invisibilidade e Reconhecimento no Design Editorial

O reconhecimento das mulheres no campo do Design Editorial e da produção de livros está intrinsecamente ligado à luta por visibilidade. A história das mulheres editoras, por exemplo, ainda não é devidamente registrada e documentada, o que pode erroneamente sugerir sua inexistência. Portanto, para entender a atuação destas mulheres no Design Editorial e na produção, é útil pensar no processo como um tipo de tapeçaria: enquanto as grandes editoras representam as máquinas industriais que tecem o tecido rapidamente, as editoras e coletivos femininos independentes usam a artesanaria da impressão e do design para bordar e colorir o tecido de forma mais coesa, e dessa forma algo historicamente ignorados, ganham força e visibilidade ponto a ponto. Assim, o esforço para mapear e reconhecer a atuação feminina alcança diretamente as etapas de produção e *design* do livro. A designer Tereza Bettinardi, editora e fundadora do Clube do Livro do Design, através do "São as mulheres inimigas naturais dos livros?" se dedicou a narrar histórias de mulheres envolvidas em áreas cruciais para a feitura do livro, como impressão, tipografia, edição e publicação no Brasil, onde traz histórias e informações sobre a história das mulheres no mundo do design e principalmente no mundo editorial. Dessa forma, é visto que a presença feminina na produção editorial se manifesta também em coletivos de ação direta, como o Mordida Gráfica, um coletivo de mulheres *designers* que chegou a ocupar uma gráfica em Belo Horizonte, é um exemplo.

Embora o silenciamento e apagamento de mulheres no mercado editorial sejam constantes, a atuação dessas mesmas em posições de liderança e edição, como Maria Mazarello Rodrigues (Mazza Edições, pioneira na publicação de autores negros) e Sonia Junqueira (editora há mais de 40 anos), atesta a longa, mas pouco

registrada, trilha feminina. A publicação de obras por editoras geridas por mulheres, como as coletâneas da Me Parió Revolução, representa a criação e ocupação de espaços que ressignificam as potencialidades das produções artísticas femininas, servindo como um "grito em forma de arte" e uma "RExistência". (SALES, 2020)

2.4.3 Estudos de Caso: Editoras Lideradas por Mulheres

O estudo de caso aqui aplicado ao trabalho editorial liderado por mulheres emerge como uma análise profunda e contextualizada de temas sociais, culturais e de design, muitas vezes focando em narrativas e produções que promovem uma visão crítica e diversa. As editoras independentes e projetos liderados por mulheres nas fontes demonstram um compromisso em explorar assuntos cruciais que se manifestam em suas publicações e iniciativas.

Primeiramente, é visto o Clube do Livro do Design, fundado e editado pela designer Tereza Bettinardi, atuando na publicação de livros sobre design, trabalho, tecnologia e criatividade em português. O trabalho do CLD se constitui como um estudo de caso contínuo sobre a crítica e a reflexão no campo do design. Eles publicam títulos que abordam diretamente questões de gênero e o contexto profissional, como *Design no Patriarcado* e *Briar Levit: Sobre Design, Feminismo e Amizade*, além de possuírem o podcast narrativo *Lombada*, que já ultrapassou 28 mil downloads nas duas primeiras temporadas, serve como um formato de estudo de caso expandido. As histórias contadas por Tereza Bettinardi começam em livros de design e se expandem para a história, cultura, arte e sociedade. Bettinardi narrou a história de Corita Kent, uma freira, artista e professora que criou uma série de regras para a criatividade em 1967. Além do mais, de grande relevância possui o episódio "Sorria, você está sendo precarizado!" compartilha histórias e "ciladas do mundo" do trabalho, uma leitura essencial para pensar o trabalho criativo sob a lógica da instabilidade. Um título relacionado, *Empresariado*, é descrito como uma leitura essencial.

Em consequente, a Negalilu editora é uma editora independente sediada em Goiânia, Goiás, fundada em 2013 pela escritora e jornalista Larissa Mundim. Seu trabalho representa um estudo de caso sobre como a produção editorial independente pode fortalecer a produção gráfico-literária regional com alta qualidade

criativa, na qual, publicou mais de 50 títulos em 10 anos, oferece um catálogo que inclui obras com forte apelo social e de gênero, como a Vulva Revolução. Além das publicações, a Negalilu promove eventos literários, ações formativas e mantém projetos como o Coletivo e/ou, a Feira e-cêntrica e a Residência Literária. Esses projetos demonstram o engajamento comunitário e o desenvolvimento do ecossistema editorial e criativo local.

A Ubu Editora, embora não explicitamente citada nos excertos como sendo liderada por mulher, é fundada pela Elaine Ramos e Florencia Ferrari, publica obras como Decolonizar o museu – Programa de desordem absoluta de Françoise Vergès, abordando temas como feminismo e o antirracismo. Possui também coleções dedicadas a autores como Melanie Klein, com foco em temas como psicologia e psicanálise. Além disso, a Ubu também oferece livros de estudos no design, como Elementos do estilo tipográfico de Robert Bringhurst.

Por último, como estudo de caso, é visto na cena a designer Giulia Fagundes, que tem como um de seus focos o editorial, e na promoção de uma cultura de design mais justa. Seu compromisso central é com a representação diversa e centrada no ser humano no design. Ela compartilha suas experiências e promove uma visão crítica do design contemporâneo fazendo diversos trabalhos para instituições culturais e edições de livro para editoras tanto independentes quanto tradicionais. Em essência, o trabalho dessas editoras e profissionais femininas se manifesta não apenas na curadoria de obras, mas também na criação de meios, como o podcast Lombada e a Feira e-cêntrica, que promovem a análise detalhada de questões complexas e interação. O trabalho editorial nessas casas, ao focar em temas como feminismo, precariedade do trabalho, e crítica social, traz à tona áreas negligenciadas. Publicar esses materiais críticos e criativos é como montar um arquivo de evidências onde cada livro ou projeto serve como um dossiê detalhado, permitindo que o público e a academia compreendam as nuances e desafios dos temas abordados, com rigor estético e design, podendo facilitar para o público leitor um maior proximidade a assuntos complexos.

2.5 - A relação do tema com o design

O livro como objeto na atualidade surgiu da necessidade de olhar para o livro também pelo seu lado material, estrutural e gráfico, entendendo como ele funciona além de apenas compilar textos, mas como um meio de comunicação e mediação entre o conteúdo e o leitor. É nesse ponto que o design do livro aparece para resolver problemas visuais e narrativos, aproximando imagem, elementos gráficos e texto, além de pensar nos aspectos físicos, simbólicos e sensoriais que constroem a experiência do leitor, como projeto gráfico, diagramação, materiais e acabamentos. Dentro desse cenário, o mercado editorial se tornou um universo próprio, com produtos físicos e agora também digitais, e as editoras ocupam um papel central nesse processo. Existem diferentes tipos de editoras, geralmente classificadas pelo porte e pelo tipo de atuação, entre tradicionais e independentes. Apesar das editoras tradicionais serem maiores e mais antigas, os últimos anos mostram um crescimento importante das editoras independentes, justamente por pensarem o livro com mais liberdade como um objeto que vai além da transmissão de conteúdo e que pode carregar experiências simbólicas, estéticas e afetivas para quem lê.

Ao relacionar o mercado editorial e o livro com o design, surge então uma questão importante, quem projeta e produz graficamente o livro muitas vezes permanece invisível, mesmo sendo peça fundamental para a leitura acontecer. E quando observamos esse campo mais de perto, percebemos que ele é formado por um grande número de mulheres. Tanto nas equipes das editoras tradicionais quanto nas independentes, é comum encontrarmos mulheres liderando, produzindo e sustentando o trabalho editorial. Porém, mesmo com essa presença forte, sua atuação ainda é pouco discutida, pouco valorizada e muitas vezes apagada dentro do próprio processo criativo. A autoria do design e a construção visual do livro raramente aparecem com destaque, apesar de serem essenciais para dar forma ao conteúdo.

Nesse sentido, pensar o livro através do design também significa olhar para essas profissionais e reconhecer seu papel dentro da produção editorial atual. Revela também que entender que o livro não é só texto, mas um projeto completo, construído por escolhas visuais, gráficas e materiais que influenciam diretamente na experiência de leitura. E que grande parte dessas escolhas é feita por mulheres cujo trabalho ainda não recebe o devido reconhecimento dentro do mercado. Desse modo, nasce o projeto "O Desdobrar das páginas: as protagonistas no design

editorial", a fim de documentar o processo, as obras e histórias das mulheres do editorial e assim valorizar. Ele veio com a proposta de integrar conhecimento e também experiência de leitura, buscando interação e proximidade com o leitor.

3. METODOLOGIA DE PROJETO

3.1 Metodologia

A metodologia de desenvolvimento do projeto seguiu etapas processuais próprias do design editorial, iniciando-se pela construção do conceito a partir da questão-problema da pesquisa. Em seguida, foram elaborados painéis de referência (*moodboards*) para identificar direções estéticas, materiais e discursivas compatíveis com a proposta do livro-objeto.

Posteriormente, realizou-se uma análise de similares, com foco em livros sanfonas, livros-objeto e obras de caráter tridimensional e interativo, a fim de compreender soluções estruturais, tipográficas e materiais que pudessem orientar o projeto. A partir dessas referências, desenvolveu-se o espelho editorial, organizando a distribuição do conteúdo, o fluxo de leitura e os pontos de inserção dos envelopes, miniaturas e pôsteres.

Na etapa seguinte, iniciaram-se os rascunhos, croquis e experimentações, explorando possibilidades de dobra, montagem, textura e interação física, considerando o caráter expositivo do livro em suas diferentes posições. A identidade visual foi construída paralelamente, incluindo definição de naming, escolha tipográfica, paleta cromática, elementos visuais e testes de aplicação gráfica, garantindo coerência entre forma, conceito e experiência do usuário.

A metodologia adotada busca solucionar a questão-problema evidenciando o papel das mulheres no design editorial e atender às necessidades do público-alvo, designers, pesquisadores e leitores interessados no mercado editorial, oferecendo uma experiência de leitura envolvente, tátil e simbólica.

3.2 Conceito

A definição do projeto é ser um livro-objeto que funcione mais um suporte para o texto, ele é uma construção material, visual e simbólica que molda a forma como o leitor se relaciona com o conteúdo. Dessa maneira, ele serve como uma reflexão sobre o próprio processo editorial, destacando o papel do design como mediador entre forma e sentido. Busca também evidenciar a atuação das mulheres que fazem parte dessa cadeia produtiva, trazendo à tona a importância de reconhecer o trabalho invisibilizado das designers, editoras e produtoras gráficas. Assim, o conceito central do livro-objeto combina três eixos:

- (1) a materialidade do livro, explorando escolhas de formato, textura, acabamento e estrutura como elementos que narram;
- (2) o design como ferramenta de construção de significado, organizando texto, imagem e ritmo visual;
- (3) a valorização das mulheres no mercado editorial, evidenciando suas vozes e presença dentro de um campo onde atuam, mas nem sempre são creditadas.

Portanto, é uma síntese entre conteúdo e forma, ele performa o próprio tema, mostrando na prática como cada decisão gráfica, cada estrutura e cada escolha editorial se tornam parte da leitura e da narrativa, e como o olhar feminino que permeia esse fazer transforma o livro em uma experiência simbólica.

Então, o livro foi projetado para funcionar como uma sanfona, ele pode ficar em pé e funcionar como um projeto expositor ficando em diversos formatos, podendo ser folheado da esquerda para direita (parte de dentro), e da direita para esquerda (parte de fora, que corresponde a linha do tempo). Dentro do miolo, há envelopes que contém miniaturas de obras e alguns posters de trabalhos das designers selecionadas para o volume um (Giulia Fagundes, Tereza Bettinardi e Elaine Ramos). O critério de seleção para as três foi colocar dentro desse volume estilos diferentes de três pessoas que possuem relevância no campo editorial independente em âmbito nacional, a primeira Giulia Fagundes com uma carreira inicial marcada por diversas conquistas e prêmios; Tereza Bettinardi pois traz uma proposta dentro do campo editorial de pensar o ritmo visual, seu trabalho,

entrevistas e participações em projetos colocam em pauta a autoria feminina, a ética do design e os espaços de visibilidade; e Elaine Ramos é uma figura emblemática quando falamos de mulheres no design editorial e a história do editorial brasileiro, participou de obras muito importantes que recebeu prêmios como de produção gráfica Jabuti, ela colaborou com diversas editoras independentes, como Cosac Naify, e outras casas ligadas à publicação independente, representando uma alternativa ao modelo tradicional de mercado e reforçando a relevância dessas editoras.

A proposta é ser descontraído e fluido a fim de solucionar a invisibilidade e falta de reconhecimento em um espaço que é majoritariamente constituído por mulheres, tendo o público alvo designers e pesquisadores, de todas as idades e formação acadêmica. O livro não apenas conta histórias, além de ser visual, se torna um espaço de descoberta, visibilidade, experimentar.

3.3 Paineis de referência

Após pesquisa de referências artísticas e entendimento das etapas do projeto como um todo, houve a construção de painéis de referências e moodboards para estudo e melhor compreensão de como daria o formato e a estrutura física do livro, considerando o uso de materiais e possibilidades diversas de acabamentos.



Figura 3: Pannel de referência visual

Fonte: elaborado pela autora com imagens disponíveis na internet, 2025

3.4 Análise de similares

A análise de similares com a proposta do livro definido em estilo sanfona, reúne diferentes configurações com características tridimensionais e táteis, no qual possui uma relação direta com a ideia de livro-objeto e livro de artista. Esses similares vão além da função tradicional do livro como suporte linear de leitura e passam a existir como peças autônomas, explorando sua materialidade, forma e modos de interação. Foi estudado livros que rompem com o formato clássico do códice, buscando mostrar que o objeto livro não precisa ficar preso ao retangular encadernado. Outro ponto que se destaca é o apelo tátil desses projetos, combinando texturas e elementos tridimensionais, como envelopes. Esses similares reforçam a possibilidade de pensar o livro como um artefato por meio da própria estrutura física.



Figura 4: Pesquisa de similares

Fonte: Elaborado pela autora com imagens disponíveis na internet, 2025

3.5 Espelho editorial

Diante disso, foi feito o espelho editorial que consiste em um mapa da distribuição interna do conteúdo e imagem, com a ordem das páginas. No caso em específico foi em livros sanfonas as páginas são sequenciais, e o verso também, além disso foi separado os lugares do envelope que foram separados em espaços pontilhados, essa característica incentiva a interatividade e o manuseio, convidando o leitor a descobrir e organizar o conteúdo (fotos, cartas, mini posters), rompendo com a passividade da leitura convencional.

cada elemento, o leitor participa fisicamente do gesto de dar visibilidade a essas vozes e modos de fazer. No fim, o livro objeto se aproxima de uma instalação portátil, em que cada parte carrega uma intenção e cada material revela a presença do processo. Não é apenas um livro para ser lido, mas para ser experienciado, como quem percorre, os caminhos que moldam o design e a criação.

3.6 Identidade visual

A criação da identidade visual do livro se tornou uma etapa essencial para garantir uma comunicação coerente entre os elementos gráficos e a proposta conceitual do projeto. Desde a definição da paleta de cores e das tipografias até o desenvolvimento de ilustrações, formas de aplicação e decisões de diagramação, cada escolha contribui para reforçar a mensagem que o livro pretende expressar. Esses componentes funcionam em conjunto para materializar visualmente o conceito e orientar a experiência do leitor ao longo da obra.



Figura 6: painel semântico de identidade visual I

Fonte: autoria própria imagens retiradas da internet, 2025



Figura 7: painel semântico de identidade visual II

Fonte: autoria própria imagens retiradas da internet, 2025

3.6.1 Naming

A primeira etapa foi a escolha do título “O desdobrar das páginas” usado de forma metafórica e conceitual, remetendo ao ato de abrir, virar e expandir camadas. O título “O desdobrar das páginas” foi escolhido pela sua capacidade de traduzir, de forma simples e poética, aquilo que o projeto se propõe a fazer, que é abrir espaço para narrativas que ficaram escondidas. Assim como quando viramos uma página e algo novo se revela, o título nasce de um processo de pesquisa e experimentação que buscou palavras que realmente representassem o sentido do trabalho. No design editorial, desdobrar é o ato de mexer no papel abrindo ele como um todo, algo que é possível no produto físico, portanto é um gesto de revelar, e dar visibilidade ao que antes estava à margem.

Ao incluir o subtítulo “as protagonistas no design editorial”, o projeto assume de maneira clara qual é o seu foco, que é trazer reconhecimento às mulheres que construíram e constituem majoritariamente esse campo, mesmo quando suas histórias foram apagadas ou minimizadas.

No conjunto, título e subtítulo funcionam como uma chave de interpretação e metáfora, ao desdobrar as páginas, desdobram-se também as trajetórias dessas mulheres sele. O naming traduz o objetivo principal do trabalho de forma afetiva e crítica, um convite para olhar de novo, olhar com cuidado e reconhecer presenças essenciais no design editorial.

3.6.2 Tipografia

Segunda etapa da identidade visual foi a escolha das tipografias, que foi orientada por transmitir o contexto do livro-objeto de forma visual e prática. As fontes selecionadas foram 8 Heavy como tipografia titular, Antonio como tipografia secundária, e PT Serif como tipografia para o corpo do texto.

A escolha tipográfica foi pensada para construir uma hierarquia clara e, ao mesmo tempo, dar personalidade ao projeto. A fonte titular, 8 Heavy, entra como esse elemento de impacto imediato, é negra, densa e chama atenção no primeiro olhar, por isso foi selecionada como tipografia titular. Ela segura o peso do título com uma força quase física, criando presença e marcando território. Por ser tão espessa, funciona como contraste direto com todo o restante do layout, garantindo que o nome do projeto seja sempre o primeiro ponto de entrada. É uma fonte que carrega uma energia mais urbana e ousada, e por isso reforça essa sensação de contemporaneidade e confiança que eu queria transmitir. Em tamanhos grandes, a leitura é direta e inevitável, o que faz dela um ótimo eixo visual.

Para equilibrar esse peso, a tipografia secundária escolhida foi Antônio, uma sans serif condensada que funciona como uma passagem entre o título e o corpo do texto. Por ser mais estreita, ela permite acomodar mais informação sem perder clareza, e mantém um ritmo visual organizado. Antônio traz essa modernidade limpa, com linhas uniformes, levemente simétricas e uma presença que não compete com o título, mas também não desaparece. Ela ajuda a sustentar subtítulos, chamadas e pequenas informações com eficiência, criando um degrau intermediário bem definido dentro da hierarquia. Já para o corpo do texto, ficou definido o PT Serif, uma serifada tradicional, pensada para leitura longa e confortável. As serifas guiam o olhar e tornam os parágrafos mais fluídos, trazendo

um tom mais editorial e confiável ao conjunto. A presença dela estabiliza o layout, já que contrasta com a contundência da 8 Heavy e com a rigidez condensada da Antonio. Enquanto o título é impactante, e a secundária funciona como elemento prático e moderno, a PT Serif entra como o ponto de equilíbrio.

Tipografia titular

Tipografia secundaria

Tipografia texto

Figura 8: visualização das tipografias

Fonte: autoria própria Adobe Illustrator, 2025

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Figura 9: visualização das tipografias II
Fonte: autoria própria Adobe Illustrator, 2025

3.6.3 Paleta cromática

A paleta cromática foi pensada para ser um projeto diverso em cores, com isso no círculo cromático foi trago cores análogas mas com alta saturação.

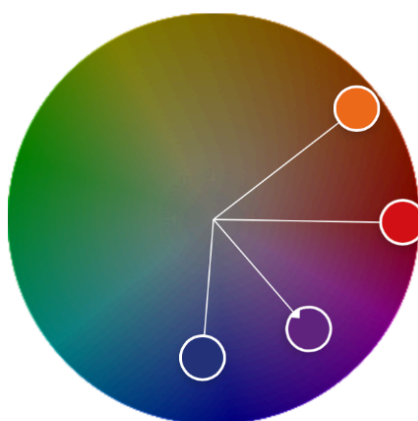


Figura 10: Construção da paleta
Fonte: Adobe Color, 2025

A paleta de cores adotada no projeto é fundamentada no uso de tonalidades vibrantes e altamente saturadas, com o objetivo de construir uma identidade visual marcada pela diversidade e pelo dinamismo. A escolha por cores análogas de alta saturação permite estabelecer uma harmonia interna mesmo diante da intensidade cromática, estruturando um conjunto visual coerente e expansivo. Para isso, foram definidos quatro grupos principais que proporcionam amplitude para transitar entre diferentes atmosferas visuais, preservando uma continuidade estética entre as seções do projeto. As relações cromáticas utilizadas seguem princípios do círculo cromático, articulando simultaneamente aproximações e contrastes. O uso de cores saturadas confere ao projeto um caráter contemporâneo e visualmente marcante, favorecendo sua atuação em ambientes digitais, onde essa intensidade tende a se

destacar com maior clareza. Assim, a paleta funciona como um elemento de impacto que contribui para a construção de uma experiência visual ativa e engajadora.

Apesar do vigor cromático, a legibilidade se mantém como eixo central da composição. O contraste entre fundo e tipografia é trabalhado de forma estratégica, garantindo clareza textual e estabilidade visual. Além disso, a alternância entre cores de fundo desempenha um papel estrutural dentro da identidade, funcionando como marcadores visuais que segmentam conteúdos e evitam a monotonia durante a leitura. Dessa forma, a paleta evidencia uma identidade visual que se apoia na força, na diversidade e na intensidade das cores como parte do conceito do projeto. As relações entre tonalidades análogas e saturação elevada favorecem uma construção gráfica dinâmica e coerente, reforçando o caráter expressivo e a presença visual da proposta.

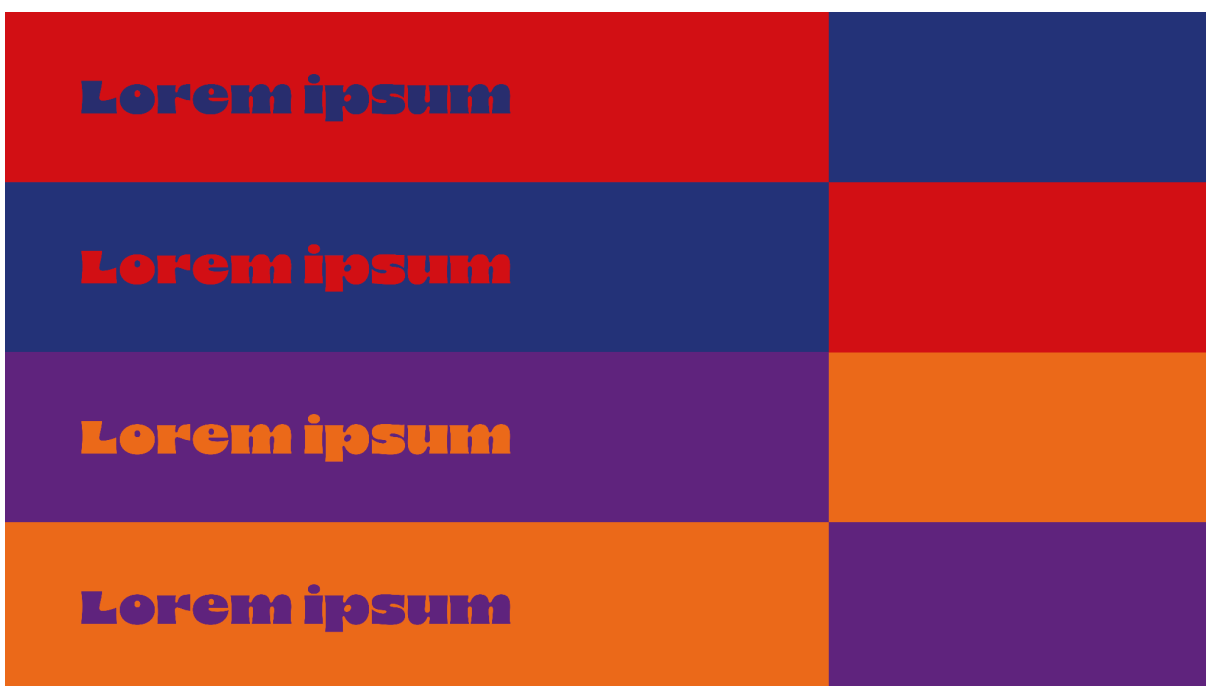


Figura 11: Paleta de cor, com aplicação
Fonte: autoria própria Adobe Illustrator, 2025



Código de cor azul marinho

Hex: #27357B

R39G53B123

C68M57K52



Código de cor vermelho vibrante

Hex: #D51116

R213G17B22

CM92Y90K17



Código de cor laranja tangerina

Hex: #ED6A1C

R237G106B28

CM55Y88K7



Código de cor roxo profundo

Hex: #5F257E

R95G37B126

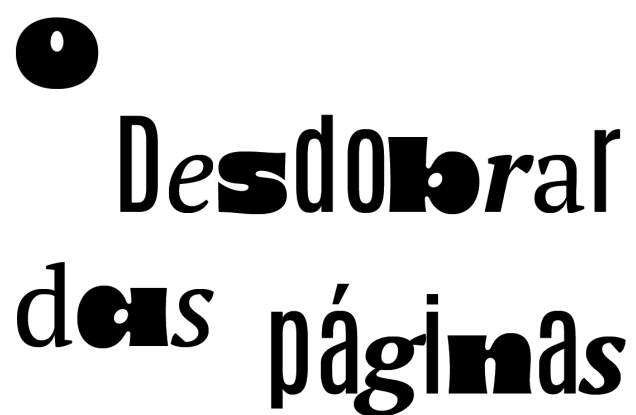
C25M71YK51

3.6.4 Título

A logomarca desenvolvida para o projeto opera como uma síntese visual do conceito central. Em vez de apenas representar as palavras por meio da tipografia, a marca transforma o próprio texto em metáfora gráfica, simulando o movimento de abertura, revelação e expansão, um gesto diretamente associado ao universo editorial. Essa construção reforça a ideia de que o conteúdo não permanece estático, mas se projeta para fora da página, ganhando volume, ritmo e presença.

A escolha tipográfica intensifica essa proposta ao combinar fontes de naturezas contrastantes, especialmente uma tipografia bold e de peso elevado, com curvas fechadas e grande densidade. Esse tipo de letra confere ancoragem e impacto visual, estabelecendo uma base sólida para o restante da composição. O tratamento das letras, em alguns casos apresentando variações de altura, peso e pequenas distorções, introduz um elemento de desconstrução controlada que se relaciona diretamente com a metáfora do desdobramento. A ruptura do grid tradicional não é acidental; ela funciona como recurso expressivo que evidencia a ideia de que a informação está em transformação, abrindo-se e reorganizando-se.

A composição da logomarca também contribui para essa dinâmica ao articular diferentes direções de leitura. Enquanto “desdobrar” se organiza horizontalmente, “páginas” aparece abaixo, e o termo “das” é rotacionado em 90 graus. Essa variação orienta o olhar a percorrer o conjunto de forma não linear, aproximando o movimento do observador ao ato de folhear um livro. Assim, a marca se configura como uma peça que materializa o conceito do projeto de forma direta e contemporânea. Sua estrutura irregular, a tipografia de alto impacto e a construção espacial que simula movimento traduzem a proposta de revisitar, revelar e reorganizar conteúdos dentro do campo do design editorial. Trata-se de uma solução gráfica que incorpora o próprio gesto simbólico que orienta o trabalho, o desdobrar como ação, como leitura e como reenquadramento das narrativas.



Desdobral
das páginas

The image shows the first version of the title typography in black. It features a large, bold, sans-serif font for the words "Desdobral" and "páginas", and a smaller, bold, sans-serif font for the word "das". The word "Desdobral" is positioned above "das", and "das" is positioned above "páginas". The word "das" is slightly offset to the right, creating a staggered effect.

Figura 12: primeira versão da tipografia do título

Fonte: autoria própria Adobe Illustrator, 2025



Desdobral
das
páginas

The image shows the application of colors to the title typography. The word "Desdobral" is in a dark blue color, "das" is in an orange color, and "páginas" is in a red color. The layout is the same as in Figure 12, with "Desdobral" above "das" and "das" above "páginas".

Figura 13: aplicação de cores na tipografia do título

Fonte: autoria própria Adobe Illustrator, 2025



Des
dobrar as
páginas

Figura 14: ajuste de posição e tracking

Fonte: autoria própria Adobe Illustrator, 2025

A primeira versão foi mudada a fim de trazer mais dinamismo e ritmo para o título. Anexado a versão final, após ajuste de tracking e posição das letras de acordo com o grid, aplicado ao fundo roxo e o “desdobrar” ao fundo como textura da capa, a aplicação das cores laranjas e brancas foi na intenção de dar o maior contraste possível.

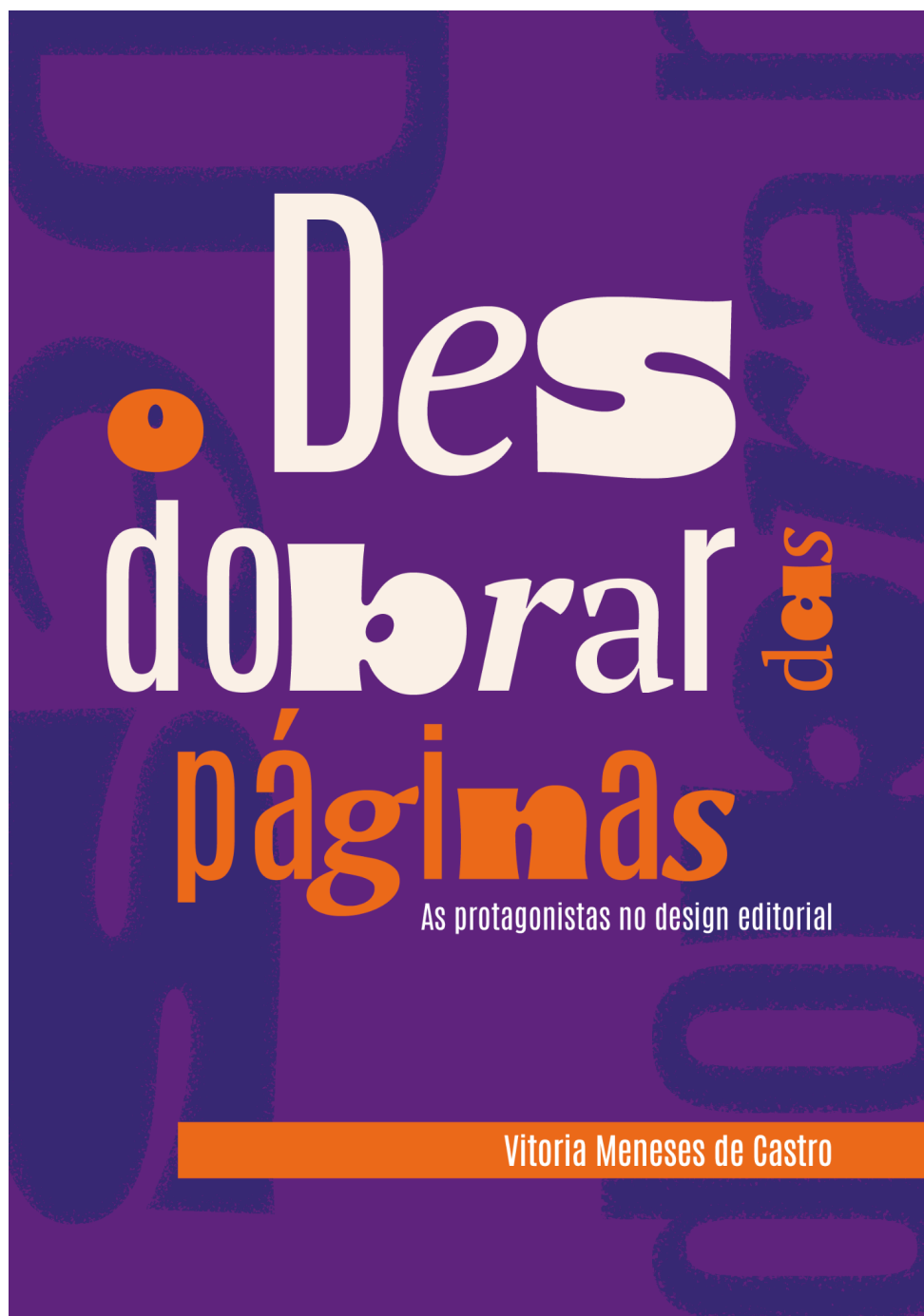


Figura 15: versão final da capa

Fonte: autoria própria Adobe Illustrator, 2025

3.6.5 Elementos gráficos

Os elementos gráficos são um sistema visual dinâmico e versátil, criado para injetar energia e personalidade à marca. A seleção intencional de formas cria uma

dualidade equilibrada. Os elementos gráficos utilizados no projeto atuam como extensões visuais do conceito, cada um contribuindo para a construção de ritmo, ênfase e atmosfera dentro do layout. As formas estelares e pontiagudas, como as estrelas e asteriscos, introduzem um dinamismo imediato. Em contraste, as formas florais e onduladas acrescentam uma camada de suavidade ao conjunto. Elementos como flores estilizadas ou estrelas de bordas arredondadas trazem uma dimensão mais orgânica e lúdica ao design, criando pontos de respiro. Essas formas atuam como contraponto às estruturas mais rígidas, equilibrando o projeto com uma sensação de acolhimento visual. Por fim, as linhas curvas e sinuosas reforçam a ideia de movimento e continuidade. Elas funcionam como guias de leitura, conectores e divisores de conteúdo, estabelecendo um fluxo que orienta o percurso visual. Sua presença garante transições mais fluidas entre seções e contribui para que o layout mantenha um ritmo coerente, sem rupturas abruptas.

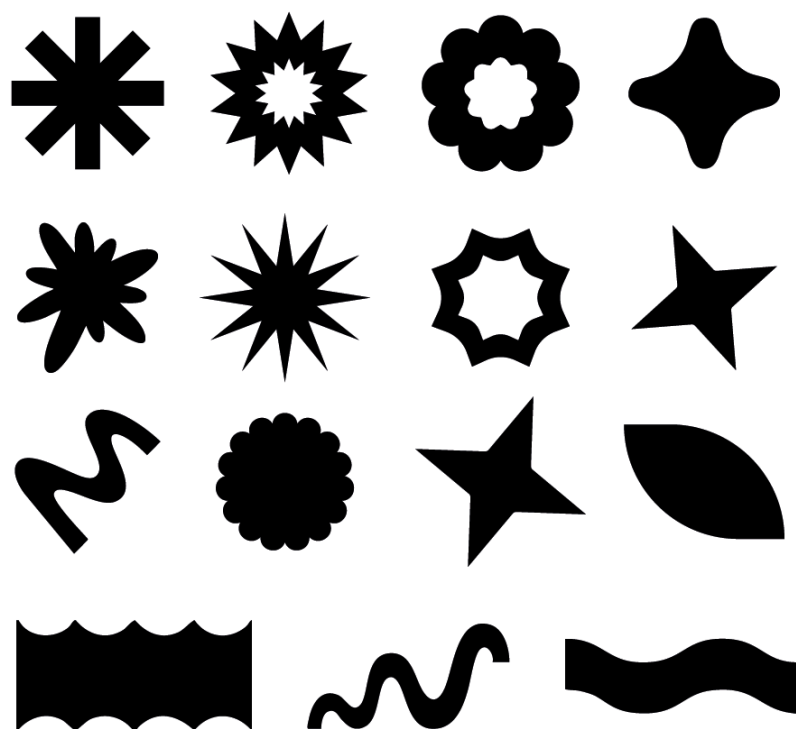


Figura 16: elementos monocromáticos usados no projeto

Fonte: autoria própria Adobe Illustrator, 2025

4. PRODUTO FINAL

O desenvolvimento do projeto exigiu organização, pesquisa consistente e testes constantes, garantindo que a identidade final refletisse não apenas o tema, mas também a coerência estética e metodológica proposta. Entre ajustes, revisões e desdobramentos, o trabalho se formou como um percurso de descobertas, consolidando uma narrativa visual alinhada ao propósito central do estudo.

4.1 Diagramação

A diagramação constitui um elemento essencial em projetos editoriais, pois influencia diretamente na forma como o conteúdo será percebido e experienciado. O layout busca integrar conteúdo e forma, transformando cada página em uma extensão do conceito central do trabalho: o desdobrar. Esse gesto orienta tanto a distribuição dos elementos nas páginas em frente e verso, que o projeto foi feito para ler primeiramente a parte da frente, podendo esse ser lido sem ordem cronológica, enquanto a parte de trás pode ser lido seguindo a linha do tempo das designers. O grid utilizado foi o modular, sendo o 6x6 e alguns o grid 4x5 foi usado seguindo a quantidade de informações do formato páginas, para os capítulos foi mantido a tipografia variável a fim de manter a identidade visual do projeto. Além disso, o uso de elementos gráficos, como estrelas, curvas e formas pontiagudas, introduz pausas visuais e marcações simbólicas, reforçando dinamismo sem comprometer a organização. O corpo do texto foi justificado e tamanho da fonte de dez pontos, a diagramação, portanto, não se limita à organização do texto, mas atua como ferramenta simbólica e afetiva, os envelopes.

Além disso, as páginas dedicadas às designers entrevistadas exploram uma diagramação que valoriza a leitura vertical e o fluxo contínuo, intercalando texto, QR Codes e imagens de modo funcional. Trata-se de uma composição que prioriza a experiência do leitor, permitindo que cada perfil seja entendido como unidade autônoma, mas ainda integrada ao conjunto. A disposição de colunas, recuos e alinhamentos reforça essa intenção, criando um percurso claro e fluido. Assim, a

esquematisação do conteúdo opera como parte essencial do projeto, não apenas organizando o conteúdo, mas ampliando seu sentido. Cada escolha, do espaçamento à tipografia, contribui para a construção de um objeto editorial que comunica movimento, memória e presença. O resultado é um livro que se lê tanto pelo texto quanto pela imagem, sustentado por uma abordagem gráfica que traduz visualmente o gesto de desdobrar páginas, histórias e protagonismos.

Os envelopes foram feitos e pensando em espaços que preenchem apenas o suficiente, fazendo a parte da interação com o leitor. O livro possui a capa, folha de guarda, folha de rosto, prefácio, enquanto, além da linha do tempo, na parte do verso possui a ficha técnica, epígrafe, agradecimentos, colofón a contracapa onde possui mais informações sobre o livro convidando o leitor a ler.

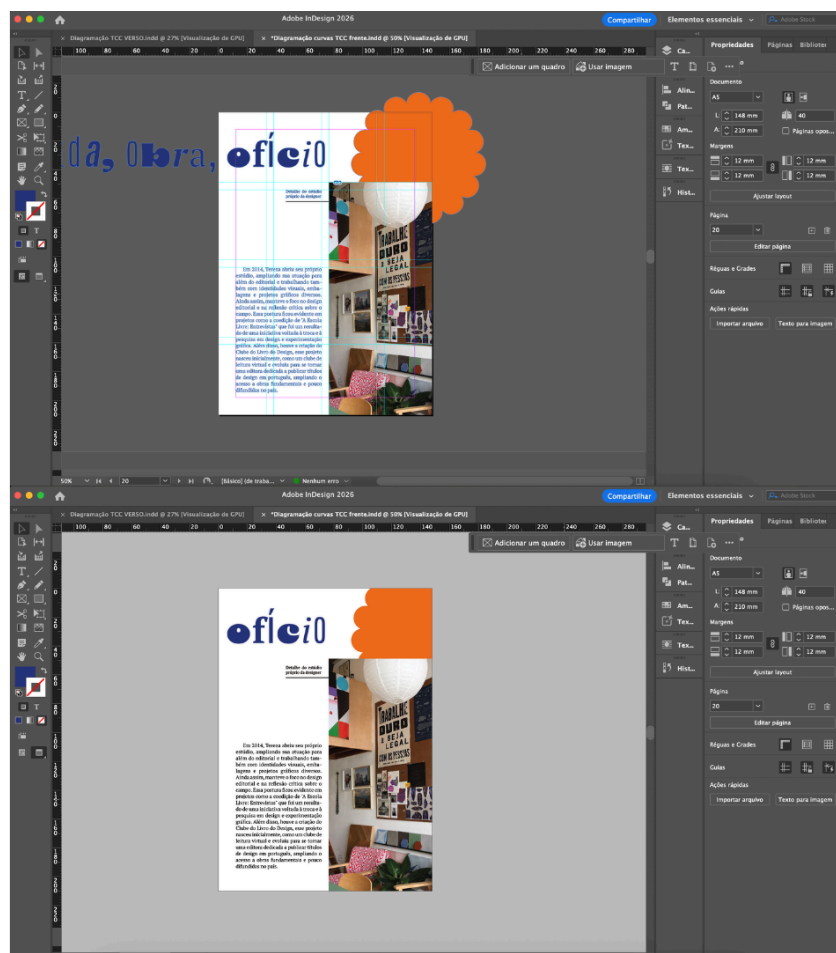


Figura 17: diagramação de página

Fonte: autoria própria Adobe InDesign, 2025



Figura 18: diagramação de página em sequência

Fonte: autoria própria Adobe InDesign, 2025

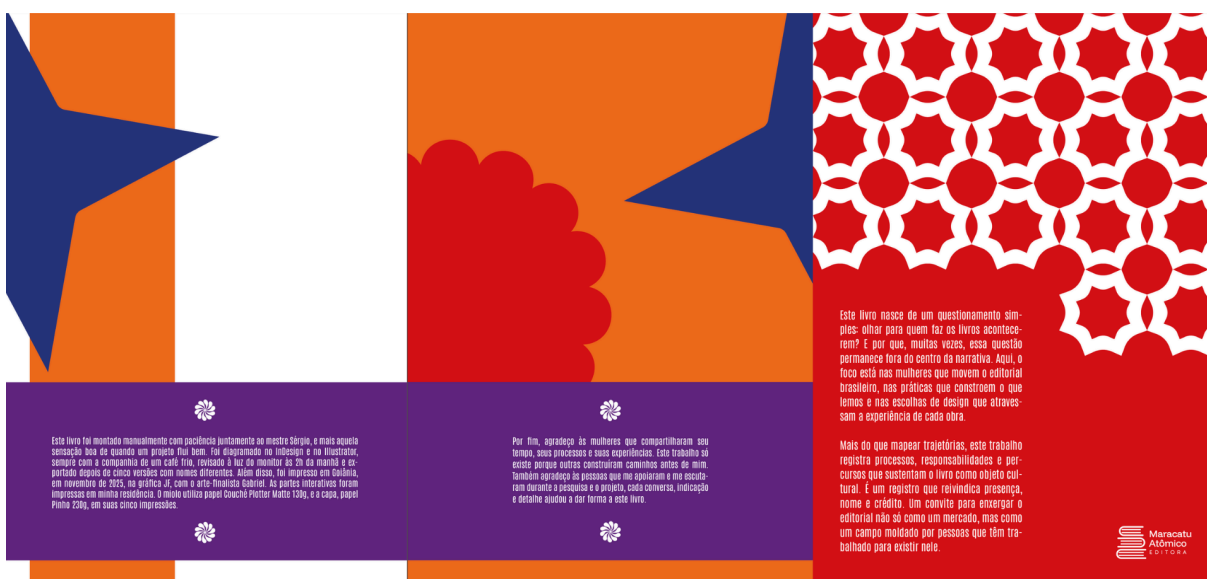


Figura 19: diagramação verso

Fonte: autoria própria Adobe InDesign, 2025



Figura 20: diagramação impressa protótipo

Fonte: autoria própria, 2025

4.2 Especificações Técnicas e Processuais

A capa foi produzida em papel Pinho 230 g, plotada em adesivo vinílico e finalizada com aplicação de verniz no título e no elemento gráfico, garantindo brilho seletivo e reforço tátil. A contracapa segue o mesmo processo, resultando em uma estrutura rígida e estável, configurando uma capa dura. No miolo, utilizou-se papel Matt 200 g, cuja própria impressão adiciona uma textura suave à superfície, proporcionando uma leitura mais confortável, além de contribuir para a unidade visual e sensorial do livro-objeto desde o primeiro contato. Para a confecção dos envelopes internos, foi empregado o papel Color Plus 120 g, o processo de montagem foi inteiramente manual. As dobras do miolo foram realizadas com auxílio de uma vincadeira para garantir precisão, enquanto a sanfona foi produzida à mão, respeitando o movimento contínuo proposto pelo projeto. A caixa que abriga o

produto foi estruturada em papel Paraná e plotada com papel adesivo vinílico, mantendo coerência com o acabamento da capa. As dobras dos posters também foram feitas manualmente, reforçando o caráter artesanal e o cuidado presente em cada etapa da produção.



Figura 21: Colagem capa dura no miolo

Fonte: autoria própria, 2025

O tamanho do miolo é 14,8 cm de largura e 21 cm de comprimento e 6 cm de altura, além do mais possui 40 páginas na frente e no verso contando com a capa, enquanto na capa é 16 cm de largura e 22 cm, enquanto isso a caixa para transporte é 18 cm de largura e 23cm de comprimento e altura de 6cm.



Figura 22: processo de vincagem

Fonte: Luana Leite, 2025



Figura 23: processo de vincagem e sanfona

Fonte: Luana Leite, 2025



Figura 24: colagem

Fonte: Luana Leite, 2025



Figura 25: colagem II

Fonte: Luana Leite, 2025

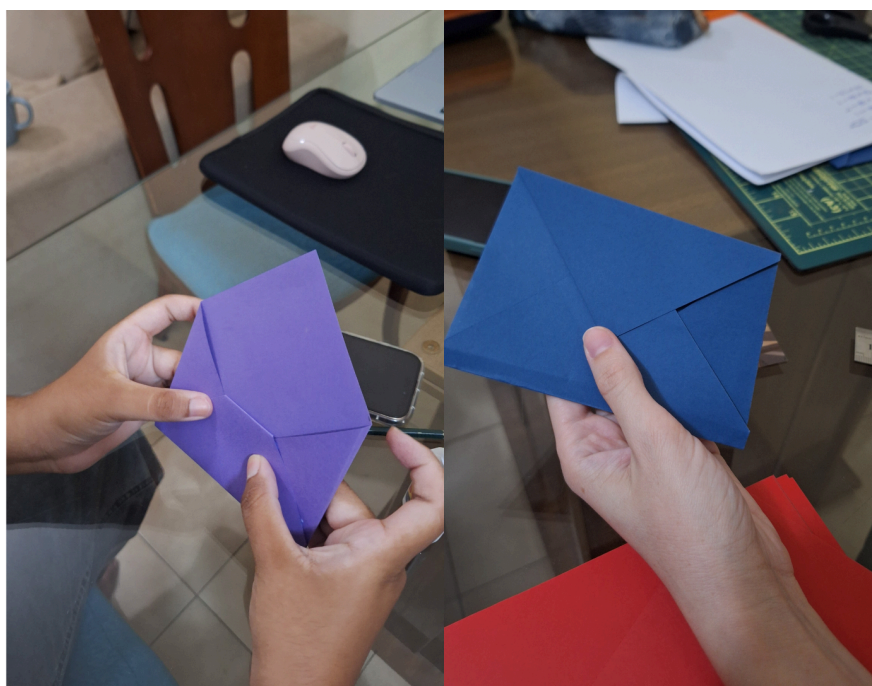


Figura 26: Montagem de envelopes**Fonte:** autoria própria, 2025

4.3 Produto finalizado

O produto finalizado materializa o percurso de pesquisa, criação e construção visual desenvolvido ao longo do projeto. Resultado de escolhas gráficas conscientes e de um processo artesanal cuidadoso, o livro-objeto apresenta uma identidade sólida, coerente e sensorial, que traduz tanto o conceito central quanto a intenção narrativa do trabalho. Cada detalhe da capa rígida ao miolo texturizado, das dobras manuais à caixa que o abriga, reforça a proposta de valorizar o gesto de desdobrar histórias e reconhecer as protagonistas do design editorial. Assim, o produto se conclui não como um ponto final, mas como um registro que permanece aberto para novos olhares, interpretações e continuidades.

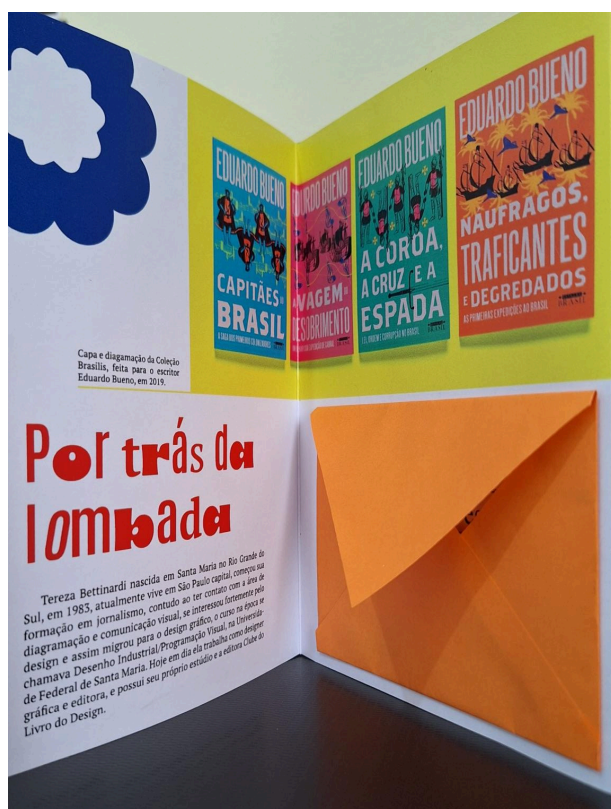
**Figura 27:** produto em dupla de páginas**Fonte:** Leonardo Guimarães, 2025



Figura 28: produto finalizado

Fonte: Leonardo Guimarães, 2025



Figura 29: produto em pé

Fonte: Leonardo Guimarães, 2025



Figura 30: produto efeito sanfona

Fonte: Leonardo Guimarães, 2025

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais deste trabalho de conclusão de curso buscam sintetizar as descobertas e a materialização do projeto "O Desdobrar das páginas: as protagonistas no design editorial", que se insere no universo do Design Editorial e do processo gráfico. O estudo foi motivado pela necessidade de dar visibilidade às profissionais criativas que atuam no design de livros e, em particular, em editoras independentes, cujas contribuições para a composição da leitura frequentemente permanecem no anonimato, apesar de o setor ser majoritariamente composto por mulheres. A pergunta norteadora da pesquisa era: como as editoras independentes lideradas por mulheres contribuem para a inovação do design editorial, promovendo novas formas de experiência de leitura e reconhecimento do trabalho gráfico no mercado contemporâneo?.

A análise revelou um contraste marcante entre as editoras tradicionais e as independentes. As editoras tradicionais tendem à padronização e a grandes tiragens, priorizando a lógica comercial. Em contrapartida, as editoras independentes, muitas vezes coordenadas por mulheres, buscam a heterogeneidade, promovem uma ruptura com o sistema e a cadeia produtiva convencional, e utilizam o livro como uma ferramenta política e de disseminação de arte e ideias. Partindo disso, as editoras independentes têm um papel fundamental na inovação do design editorial, resgatando o livro como um objeto sensível e expressivo. Elas buscam enobrecer o projeto gráfico, mantendo a experimentalidade e resgatando técnicas artesanais e analógicas, como serigrafias e costuras feitas à mão, o que, por sua vez, incentiva o colecionismo por parte do consumidor. O design do livro, nesse contexto, torna-se uma prática que vai além da intelectualidade, integrando-se na formação cultural e artística do leitor por meio de uma comunicação multidimensional e sensorial.

Assim, o estudo confirmou que, embora a presença feminina seja forte, com mulheres em todas as etapas da cadeia do livro, o reconhecimento e a valorização, especialmente em cargos de chefia ou com igualdade salarial, ainda são lacunas. As

editoras independentes lideradas por mulheres, atuam como um enfrentamento à cultura patriarcal, ao priorizar vozes e narrativas de grupos não vistos e marginalizados, como mulheres e a comunidade LGBTQIA+, elas se afirmam como agentes de transformação cultural.

Portanto, o livro "O Desdobrar das páginas", materializa a pesquisa ao funcionar como uma reflexão sobre o próprio processo editorial. O projeto foi construído para ser uma síntese entre conteúdo e forma, o livro foi pensado para solucionar a questão da invisibilidade e falta de reconhecimento das mulheres no design editorial, sendo um espaço de descoberta e experimentação para o público-alvo (designers e pesquisadores). O formato em sanfona permite que o livro funcione como um projeto expositor e simboliza o ato de "desdobrar" narrativas que estavam à margem. A experiência é tátil e sensorial, utilizando papéis com texturas e incorporando elementos interativos, como envelopes com miniaturas de obras. O uso de um processo de montagem manual reforça o caráter artesanal da produção, alinhado com a filosofia das editoras independentes.

Em conclusão, o desenvolvimento do projeto demonstrou que o design editorial, quando exercido com liberdade e experimentalidade (características das editoras independentes), tem o poder de transformar o livro em um objeto cultural e afetivo. "O Desdobrar das páginas" conseguiu traduzir visualmente o gesto de desvendar e dar o devido crédito às mulheres que, com seu trabalho no processo gráfico e editorial, constroem a inovação e redefinem a experiência de leitura no mercado contemporâneo. O projeto se encerra não como um ponto final, mas como um registro que permanece aberto para novos olhares, interpretações e continuidades.

REFERÊNCIAS

LOMBADA. **São as mulheres inimigas naturais dos livros? (Parte 1)** [Episódio de podcast]. Apresentação: Tereza Bettinardi. [S.l.]: Lombarda, 5 set. 2023. 43 min. Disponível em: <https://clubedolivro.design/>. Acesso em: [16/04/25].

LOMBADA. **São as mulheres inimigas naturais dos livros? (Parte 2)** [Episódio de podcast]. Apresentação: Tereza Bettinardi. [S.l.]: Lombarda, 12 set. 2023. 39 min. Disponível em: <https://clubedolivro.design/>. Acesso em: [16/04/25]

ANDRIOLI, Larissa. Stuff we love: Afeto, Presença e Materialidade no Design de Livros. **MATLIT**, [S.l.], v. 2, n. 1, p. 119-134, 2014. ISSN 2182-8830. Disponível em: http://dx.doi.org/10.14195/2182-8830_2-1_6. Acesso em: [Data de acesso, não fornecida].

ARAUJO, Germana Gonçalves de. O projeto gráfico do objeto-livro na cultura editorial. **Revista Cajueiro**, Aracaju, v. 1, n. 2, p. 41-76, maio/nov. 2019. E-ISSN 2595-9379.

RIBEIRO, Ana Elisa. O apagamento das mulheres editoras. **Itinerários**, Araraquara, n. 47, p. 229-232, jul./dez. 2018.

SALES, Karina Lima. Miradas femininas: reflexões sobre a atuação de editoras independentes geridas por mulheres no Brasil. **Revista Linguagem em (Re)vista**, Niterói, vol. 15, n. 30, [p. 147-166], ago./dez. 2020. Disponível em: [Endereço eletrônico, não fornecido].

ZUGLIANI, Jorge Otávio. **Práticas contemporâneas em design editorial**: livros independentes e experimentais. 2020. 244 f. Dissertação (Mestrado em Design – Área de Concentração: Desenho do Produto, Linha de Pesquisa: Planejamento de Produto) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2020.

ACIOLI, Rodrigo. Entrevista concedida a Jorge Otávio Zugliani. São Paulo, 2019. A

entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice desta dissertação.

ARBOLAVE, Cecilia. Entrevista concedida a Jorge Otávio Zugliani. São Paulo, 2019. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice desta dissertação.

COSAC NAIFY. [Site oficial]. Disponível em: <http://www.cosacnaify.com.br/>. Acesso em: 18 fev. 2014.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Graciosidade e Estagnação: Ensaios Escolhidos. Rio de Janeiro: PUC-Rio/Contraponto, 2012.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Produção de Presença: O que o Sentido Não Consegue Transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto/Ed. PUC-Rio, 2010.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Rhythm and Meaning. In: PFEIFFER, K. Ludwig; GUMBRECHT, Hans Ulrich (Org.). **Materialities of Communication.** Stanford, California: Stanford University Press, 1994. p. 170-182.

LUPTON, Ellen. A produção do Livro Independente: Um guia para autores, **MUNIZ Jr., José de Souza. Girafas e bonsais:** “Independentes” na Argentina e no Brasil (1991 - 2015). Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 2016.

TSCHICHOLD, Jan. A forma do livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro. Tradução José Laurênio de Melo. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

SSOCIAÇÃO PRÓ-LIVRO (Brasil). **Apresentação: Retratos da Leitura no Brasil 2024.** São Paulo, 2024. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf. Acesso em: 29 nov. 2025.

NEGALILU. **Desenvolvimento da economia do livro a partir do mercado editorial independente.** YouTube, 7 nov. 2020. 1 vídeo (2h46min18s). Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=nhlgnL5FVAY>. Acesso em: 29 nov. 2025.



Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Pontifical Catholic University of Goiás
Av. Universitária, 1069, Setor Universitário
Caixa Postal 86 - CEP 74.605-010
Goiânia - Goiás - Brasil

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

ANEXO I

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O estudante Vitoria Meneses de Castro do Curso de Design matrícula 20221004200386, telefone: 64 996089129 e-mail vitoriamentesescastro@hotmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do Autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado O UNIVERSO DO DESIGN EDITORIAL: O processo gráfico e suas protagonistas

_____, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 15 de Dezembro de 2025.

gov.br
Documento assinado digitalmente
VITORIA MENESES DE CASTRO
Data: 15/12/2025 12:00:52-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Assinatura do autor: _____

Nome completo do autor: Vitoria Meneses de Castro

gov.br
Documento assinado digitalmente
ANA PAULA NERES DE SANTANA BANDEIRA
Data: 18/12/2025 15:52:17-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Assinatura do professor-orientador: _____

Nome completo do professor-orientador: Ana Paula Neres de Santana Bandeira

Escola Politécnica e de Artes - dezembro de 2025

Des dobra das páginas

As protagonistas no design editorial

Vitoria Meneses de Castro

O desdobrar das páginas: As protagonistas no design editorial - Volume 1
Copyright © 2025

Autora: Vitoria Meneses de Castro

Projeto gráfico: Vitoria Meneses de Castro

Design editorial / Diagramação: Vitoria Meneses de Castro

Revisão: Vitoria Meneses de Castro e Ana Bandeira

Capa: Vitoria Meneses de Castro

Editora: Maracatu Atômico Editora

Impressão: Gráfica residencial e JF Goiânia

Ano de publicação: 1 edição ano de 2025

Castro, Vitoria

O desbobrar das páginas: As protagonistas no Design Editorial / Vitoria Castro -- 1. Ed. --
Goiânia (GO): Maracatu Atômico Editora

ISBN 978-65-999-3456-2

1. Design Editorial

 Maracatu
Atômico
EDITORA

Os direitos desta edição pertencem à
Maracatu Atômico Editora

R. 240 - Setor Leste Universitário, Goiânia - GO, 74605-170

Tel. (62) 3466-5959

maracatuatomico@editoria.com

www.maracatuatomico.com.br

Para ter controle da narrativa, é
preciso ter controle da produção.

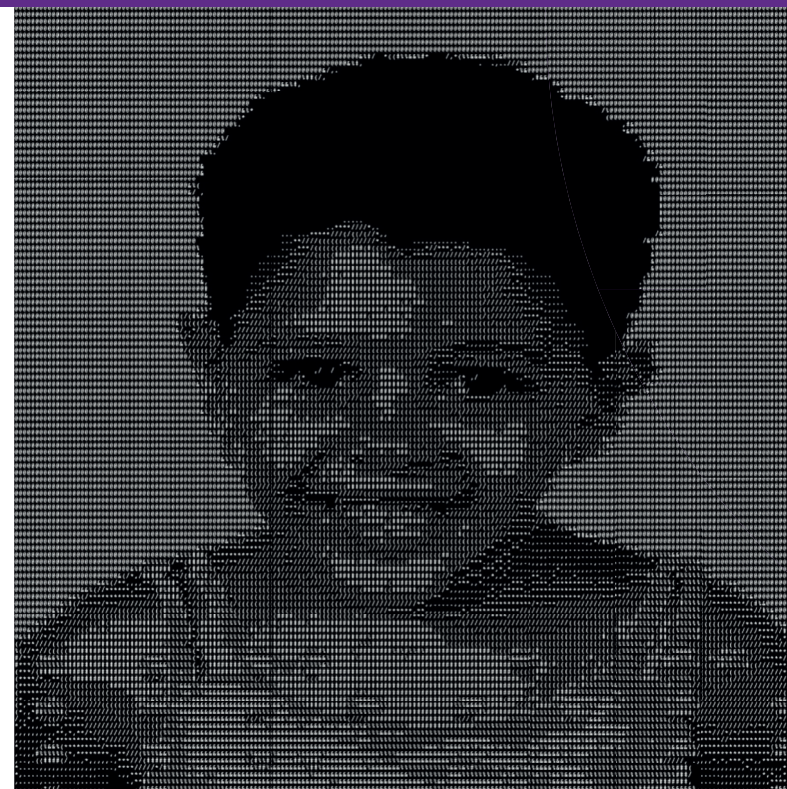
- Tereza Bettinard

vida formação E caminhos no design

GIULIA FAGUNDES

Início de tudo, nasce Giulia Fagundes

1998



TRATO REIRA

working

This page isn't working

working

This page isn't working

2017

Giulia Fagundes e o Daó se encontram num daqueles momentos em que tudo ainda está sendo construído. No estúdio, ela descobre o peso de criar junto, de dividir processo, de testar sem tanta cerimônia. O Daó vira esse lugar de troca de verdade, onde ela afina o olhar e percebe que design também é conversa e contexto.

O Daó marca a formação, Giulia transforma isso em modo de falar através do trabalho. E, nesse movimento entre o coletivo e o próprio ritmo, o que ela faz ganha mais sentido e direção.

2010 à 2015

A trajetória de Giulia começa no ensino médio onde também frequentou o ensino técnico em comunicação visual. É quando percebe que o design não é só uma área, mas um jeito de olhar pro que está à sua volta. Nesse processo, entende que criar e resolver coisas não é só exercício de aula, mas também pode virar caminho, prática, e um meio de trabalho.





NOSSA CULTURA É O NOSSO SISTEMA IMUNOLÓGICO

Marimba Ani



2019

Ela conclui Design Gráfico na Mackenzie. No TCC, escolhe olhar para o “enegrecimento” das mulheres, construindo o trabalho a partir de conversas e histórias que carregam presença. Ali, encontra um ponto de virada, quando percebe que o design também nasce de escuta, de contexto e das camadas sociais que atravessam cada relato.

202

Partindo desse ponto, vai entendendo que ocupar esses espaços também faz parte do trabalho. É selecionado como Young Talent no LADFEST. A partir daí, começa a circular mais, como em festivais e palestras, conversas que puxam design político e representatividade.

 CANNES LIONS



Giulia Fagundes
Creative Director and Designer
Droga5 São Paulo

2025

YG



2021

Em 2021, ganha um Leão de Ouro em Cannes, e assim é como se surgisse novas oportunidades. Após deixar o Estúdio Daó encontra um novo caminho na direção de arte. Ao mesmo tempo, mantém-se no DNBR (Designers Negres no Brasil), onde o coletivo se torna voz, gesto e continuidade.

Hoje, Giulia sustenta um trabalho que cruza design, política, cultura e afeto. Sempre baseada por contexto social, pesquisa e relações. Seu processo nasce mais da escuta do que de qualquer regra formal, é ali, nesse espaço entre atenção e cuidado, que a linguagem dela ganha corpo. Passa compartilhar o seu conhecimento em workshops e talks sobre design crítico, impacto social e influencias internas e externas.

Atualidade



Aponte a camera para conferir
mais sobre Giulia Fagundes!



Entre
livros,
projetos
e ideias

TEREZA BETTINARDI

Vem ao mundo em em Santa Maria, no
Rio Grande do Sul.



1983

2001 a 2004

O início da jornada acadêmica se deu no Jornalismo, um compromisso assumido com a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Contudo, essa via se revelou um novo percurso, uma pausa no meio da busca, um caminho que pedia ser repensado.

A sua energia se voltou para um campo que chamava por uma perspectiva diferente, algo que atendesse ao desejo interno de construir e de organizar a visão.

Na mesma UFSM, encontrou-se um novo objetivo, uma graduação em Desenho Industrial, com a especialização voltada para a Programação Visual. Era o começo de uma nova busca.

Sob o programa da editora Abril, foi ali, naquele imersivo, que o seu portfólio, é feito juntamente com os primeiros sonhos da faculdade de Design. A jornada profissional desabrochou em um ciclo de quase três anos na editora. Entre as páginas de diversos projetos se fez o pulso da produção editorial.

Em seguida, houve um mergulho em seu primeiro estúdio de design de menor escala, dessa vez sob o comando de Kiko Farkas. Foi um momento de criação, onde a voz se tornou mais autoral, e experimental. Dali em diante, a escolha foi pelo vôo solo, a independência.

2006 à 2011



2013 à 20

O projeto gráfico para a edição de Decameron (Giovanni Boccaccio) na Cosac Naify tornou-se um marco, gerando grande destaque. Essa excelência foi validada com a conquista do Prêmio Jabuti na categoria Projeto Gráfico, um feito que ecoava a formação na UFSM. A partir dessa consagração, veio o passo decisivo para a autonomia, abrindo as portas do estúdio próprio em São Paulo. Não tardou para que a experiência se voltasse ao ensino, através do lançamento do projeto A Escola Livre. Uma parceria com Guilherme Falcão para criar uma iniciativa experimental dedicada à educação em design.

O aprimoramento do olhar levou a um período de passagem internacional, marcado por estudos na *School of Visual Arts em Nova York* (2015) e pelo fechamento do ciclo seminal de *A Escola Livre* (2018). Sua expertise em seu trabalho foi reconhecida em diversos prêmios nacionais e internacionais. O design de livros e projetos gráficos alcançou o ápice do reconhecimento, sendo celebrado por instituições como o Prêmio da Música Brasileira (2016), o Design Award do Museu da Casa Brasileira (2017) e, internacionalmente, pela honra da AIGA, consolidando uma voz que estrutura, ensina e inspira no universo do design.

2015 à 2019

014



2020



2022

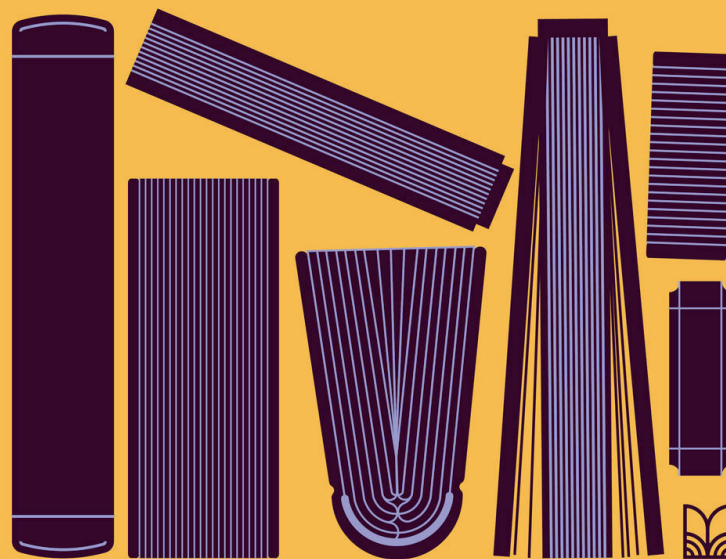
Em 2020, a tipográfica dos trabalhos foi reconhecida pelo Type Directors Club. Naquele mesmo ano, o Clube do Livro do Design nasceu como um foco de comunidade e troca, dedicado a nutrir o pensamento em torno da forma. Nesse movimento, a editora do Clube do Livro do Design buscou seu próprio sustento através de uma campanha coletiva, provando a força da sua rede. O sucesso seguiu, sendo contemplada no Latin American Design Awards. A posição de autoridade foi selada, com a atuação como jurada e o reconhecimento do projeto editorial. O Clube do Livro do Design, honrado com prêmios de peso, consolidou-se não apenas como um estúdio, mas como um ponto de irradiação vital do conhecimento e da beleza no universo do design.

Em 2023, a criadora deu um novo passo em direção à curadoria e à narrativa. Lançou o podcast “Lombada”, um projeto que é a sua própria voz dedicando-se a tecer a história do design brasileiro de forma íntima e auditiva. A presença pública se intensificou, marcada pela participação em eventos como o festival Imaginária, onde seu olhar se voltou para o papel social e político da disciplina, confirmando o design como um campo de reflexão profunda e responsabilidade.

O ano de 2024 trouxe uma nova contribuição escrita para a revista Fazer com o texto “O que faz um livro?”, uma meditação sobre a cultura visual e a alma do livro vista através da perspectiva do design. Paralelamente, o Clube do Livro do Design seguiu seu crescimento orgânico, consolidando-se como uma editora essencial que não apenas publica novos títulos, mas promove o debate crítico e sustenta o diálogo constante na comunidade.

2023 e 2024

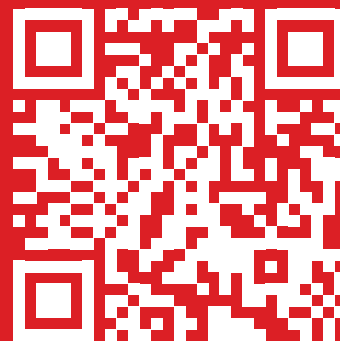
Lombada





Atualidade

Atualmente, a jornada criativa se concentra na curadoria perspicaz e na produção editorial, tendo o Clube do Livro do Design como seu epicentro. O projeto é um farol, dedicando-se a iluminar autores e temas que permanecem nas zonas não teorizadas da cena brasileira, assumindo o compromisso de gerar um diálogo crítico e essencial para a evolução do design nacional.



Aponte a camera para conferir mais sobre o portfolio de Tereza Bettinardi!

Do nascimento experiência e ofício

ELAINE RAMOS

O nascimento de Elaine Ramos se deu
no ano de 1974.

1974



1999



2000

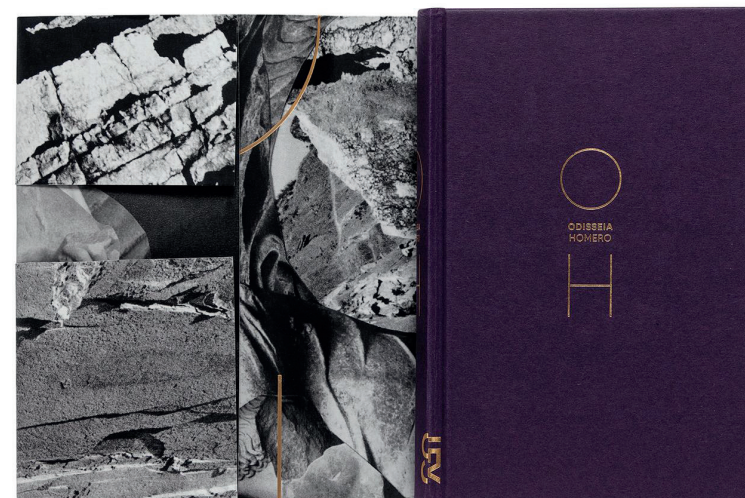
No final dos anos noventa frequentava a FAU-USP. Foi onde acabou descobrindo e tendo os primeiros contatos com o design gráfico, a descoberta fez com que mais tarde entrelace a esse meio. Em 2000, veio o primeiro passo concreto para adentrar esse mundo. A "Mostra Brasil + 500" no Ibirapuera, onde conseguiu se ver na comunicação visual.

Naquele mesmo ano, aconteceu sua entrada na Cosac Naify, no qual sua passagem marcou a história do design editorial brasileiro. O cuidado com o detalhe virou a ética central do seu trabalho.



O ano de 2004 marcou a ascensão, se tornou diretor de arte na Cosac Naify e assim, a diretoria era de certa forma o reconhecimento de um caminho trilhado com rigor e sensibilidade. Depois, entre os anos 2008 e 2011, junto de Chico Homem de Melo, o tempo foi dedicado à pesquisa, à descoberta das origens e das narrativas do design gráfico no Brasil. Foi um exercício de memória e de construção.

2004 à 2011





Em 2013, o reconhecimento cruzou fronteiras, foi acolhida como membro da Alliance Graphique Internationale (AGI), uma honraria que a posicionou definitivamente no cenário mundial do design. Assim, o ano de 2015 foi marcado com o fechamento da Cosac Naify, o lugar que havia mudado sua carreira e onde ficou por quinze anos, ela se viu diante de um novo horizonte.

Desse fim, houve um recomeço, a fundação do seu próprio estúdio gráfico, um espaço onde sua estética e design continuariam a guiar projetos culturais com o mesmo rigor. No mesmo movimento, a experiência se transformou também em uma nova iniciativa, e dessa forma nasceu a editora Ubu. Uma nova casa dedicada a dar vida a publicações com o mesmo padrão de qualidade e cuidado que sempre definiram sua trajetória.

2013 à 2015



2012

Em 2012, a pesquisa ganhou forma e alcance. O livro "Linha do tempo do design gráfico no Brasil", surgiu como um grande acervo e muito importante para os profissionais da área, reunindo o passado em cerca de 1.600 imagens. Era a história visual do design brasileiro enfim organizada e revelada. Naquele mesmo ano, o cuidado com a forma encontrou um grande reconhecimento. O livro foi honrado com o Prêmio Jabuti, destacando-se como o melhor projeto gráfico.



2016 a 2018

O ano de 2016 consolidou a nova fase. Ela se uniu a Florencia Ferrari para formalizar o nascimento da Ubu Editora, tornando-se sócia-fundadora. Uma forma de assegurar que a visão editorial, o cuidado com o objeto-livro, seguisse adiante, independente do passado. O trabalho de pesquisa também ganhou um novo corpo. No Sesc Pompeia, a história que estava nas páginas do livro se expandiu para o espaço com a exposição "Túnel do Tempo do Design Gráfico". O conhecimento que ela havia resgatado ganhou volume e visibilidade, convidando o público a caminhar pela linha do tempo.

Em 2017, seu olhar encontrou a arte de Emory Douglas. No Sesc Pinheiros, ela concebeu o projeto expográfico e o catálogo para a mostra "Todo Poder ao Povo!". Transformar a obra do artista em experiência e registro, uma missão de design que apoia e amplifica a mensagem cultural. E a excelência de seu ofício voltou a ser honrada em 2018. Recebeu novamente o Prêmio Jabuti, desta vez na categoria de artes/ensaio pelas exposição feita no Sesc. Um novo reconhecimento ao trabalho gráfico, confirmando a constância e o rigor estético que definem cada um de seus projetos.

Sua jornada também inclui o ensino, através de palestras e oficinas em espaços fundamentais como a FAU-USP, Sesc e Senac, compartilhando seu conhecimento. O rigor de sua visão, amadurecido em anos de ofício, a posicionou como referência. Em 2024, seu olhar se tornou essencial, atuando como jurada em prêmios de peso, como o Latin Design Award (LADAWARDS) e a Bienal de Design. Uma responsabilidade que a coloca no cerne da curadoria e do julgamento da excelência do design contemporâneo.

2024



Atualidade



Hoje, o nome dela carrega, além de toda a sua trajetória, um peso por conta de seu método, pesquisa e um olhar que atravessa o tempo sem perder frescor. Ela segue desenhando com rigor, mas também com uma calma que transforma a imagem e o texto de forma única.



Aponte a camera para conferir mais sobre as obras de Elaine Ramos!

Este projeto nasceu para dar nome, rosto e história a quem molda a forma como lemos. Portanto, que essas páginas sirvam como convite para enxergar o livro não apenas como objeto final, mas como gesto humano, cultural, técnico e político.

Dessa forma, este volume não encerra nada: ele abre. Abrimos espaço, registro e memória para profissionais que merecem ser reconhecidas. E, ao fechar este livro, fica claro que o trabalho ainda é longo. Há mais histórias a serem contadas, mais vozes a serem incluídas, mais mulheres construindo o futuro do design no país. Que os próximos volumes sigam desdobrando o que ainda não teve espaço para aparecer.

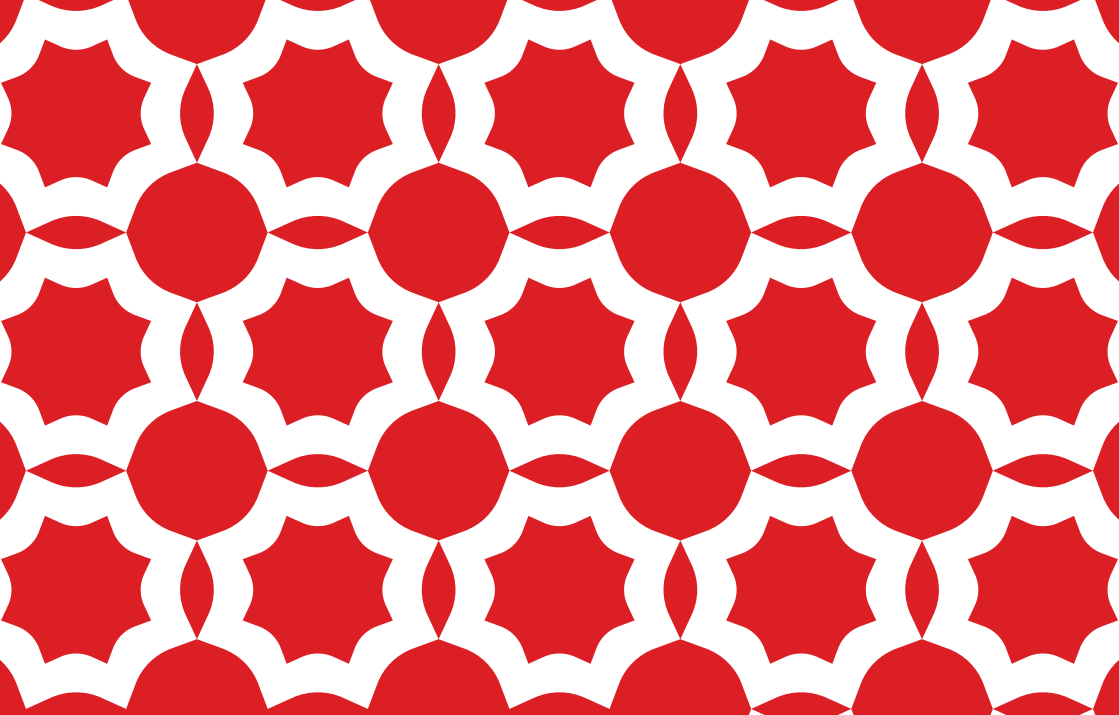


Por fim, agradeço às mulheres que compartilharam seu tempo, seus processos e suas experiências. Este trabalho só existe porque outras construíram caminhos antes de mim. Também agradeço às pessoas que me apoiaram e me escutaram durante a pesquisa e o projeto, cada conversa, indicação e detalhe ajudou a dar forma a este livro.



Este livro foi montado manualmente com paciência juntamente ao mestre Sérgio, e mais aquela sensação boa de quando um projeto flui bem. Foi diagramado no InDesign e no Illustrator, sempre com a companhia de um café frio, revisado à luz do monitor às 2h da manhã e exportado depois de cinco versões com nomes diferentes. Além disso, foi impresso em Goiânia, em novembro de 2025, na gráfica JF, com o arte-finalista Gabriel. As partes interativas foram impressas em minha residência. O miolo utiliza papel Couché Plotter Matte 130g, e a capa, papel Pinho 230g, em suas cinco impressões.





Este livro nasce de um questionamento simples: olhar para quem faz os livros acontecerem? E por que, muitas vezes, essa questão permanece fora do centro da narrativa. Aqui, o foco está nas mulheres que movem o editorial brasileiro, nas práticas que constroem o que lemos e nas escolhas de design que atravessam a experiência de cada obra.

Mais do que mapear trajetórias, este trabalho registra processos, responsabilidades e percursos que sustentam o livro como objeto cultural. É um registro que reivindica presença, nome e crédito. Um convite para enxergar o editorial não só como um mercado, mas como um campo moldado por pessoas que têm trabalhado para existir nele.

Desdobra das páginas

As protagonistas no design editorial
Volume 1

 Maracatu
Atômico
EDITORA

Este livro nasce do desejo de olhar com calma e carinho para as mulheres que constroem o design editorial brasileiro. Mulheres que organizam ideias, dão forma às narrativas, fazem histórias e deixam marcas que, muitas vezes, passam despercebidas.

Reunir esses nomes é um jeito de reconhecer esse trabalho que costuma ficar no fundo, mesmo sendo essencial. Que estas páginas funcionem como um convite para enxergar e explorar sobre quem sustenta e transforma o que lemos, com cuidado e técnica.

Giulia
Fagundes

Sua Trajetória

Giulia Fagundes Conceição, formada em design no ano de 2019, na Universidade Mackenzie em São Paulo, seu portfólio é diverso, amplo e disruptivo, predomina projetos de identidade visual, editorial e projetos culturais. Atualmente, trabalha como diretora de arte e designer independente, e também possui cursos em plataformas de ensino, como o Aprender Design, e a Domestika, já trabalhou com a Companhia das Letras, Sesc, e em vários projetos independentes dentro da editoração, foi sócia do Estúdio Daó, entre os anos de 2017 e 2021. Colaboradora e diretora do coletivo Designers Negres no Brasil (DNBR), iniciativa que tem o intuito de catalogar, fortalecer e proporcionar visibilidade às produções realizadas por pessoas negras.



LAD
YOUNG
TALENT

GIULIA FAGUNDES

Cartaz de sua palestra para o Peru, quando foi reconhecida como *Young Talent* pelo *Latin American Design Festival*, em 2020.

Seu caminho

O contato dela com sua profissão já acontece de forma tímida durante o ensino médio, onde ela fez curso técnico de Comunicação Visual, experiência que a aproximou do design ainda jovem e contribuiu para sua escolha profissional. Seu trabalho de conclusão de curso já demonstrava preocupação com questões sociais, identitárias e políticas: ela desenvolveu um projeto que abordava o “enegrecimento” de mulheres pretas,

através de entrevistas, artefatos visuais impressos e com uma estrutura que permitia reflexão coletiva. O curso feito de design por ela na Universidade de Mackenzie, possui caráter amplo, e prepara os profissionais para atuar em diversas áreas, como Giulia faz. Além do mais, fez especializações fora do país, como no instituto IED Barcelona e Elisava School of Design and Engineering, ambos voltados para a metodologia do pensar o design.



O
PODER
DA
MULHER
NEGRA

Indo cada vez Mais

Projeto feito para evento que exploram o protagonismo, a pluraidade e a força da identidade negra, com voz de artistas importantes da cena.

**NEGRAS
VOZES**

Em sua trajetória profissional, conquistou importantes reconhecimentos no cenário internacional do design. Em 2021, ela foi prestigiada com o Leão de Ouro no Cannes Lions Awards, um dos prêmios mais cobiçados e respeitados dentro do universo criativo, que celebra a excelência em inovação, comunicação e design em escala global. No ano anterior, em 2020, já havia sido destacada como Young Talent no Latin American Design Festival, realizado no Peru, honraria dada para jovens profissionais de destaque e suas contribuições transformadoras para o campo do design contemporâneo na América Latina.

O estúdio Daó, do qual fazia parte, também acumula uma trajetória expressiva de premiações e reconhecimentos. A equipe foi contemplada em diferentes edições do Latin American Design Awards (LAD), consolidando sua relevância no circuito latino-americano, além de ser agraciada no Brasil Design Award, uma das mais impor-

tantes premiações nacionais do setor. Além disso, o estúdio marcou presença na 13ª Bienal de Design Gráfico, organizada pela Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG Brasil), evento de grande prestígio que valoriza a diversidade e a inovação no design gráfico brasileiro.

“Eu costumava dizer que me tornar uma Young Talent melhorou a forma como eu enxergava o meu próprio trabalho – e muito disso se deve à maneira como precisei me preparar para apresentar meus projetos para um público enorme, e à forma como eles os receberam.”

Essas conquistas não apenas ressaltam a excelência criativa e o rigor estético presentes em seus trabalhos, como também reforçam a posição de destaque que a Giulia Fagundes alcançou, tanto de forma independente, quanto juntamente ao estúdio Daó.

Frestas no mercado

Giulia Fagundes Conceição tem construído sua carreira enfrentando obstáculos que dialogam diretamente com sua identidade e trajetória pessoal. Ainda jovem, já durante sua formação e primeiros trabalhos, ela percebeu que precisaria superar barreiras impostas pelo próprio mercado de design. Em uma entrevista ao Teoria do Design, ela afirma que, “por ser mulher, negra e ter pouca idade, por vezes, pessoas duvidaram de sua capacidade de criação”.

Outro desafio importante está relacionado à visibilidade e às oportunidades disponíveis. Na biografia publicada no Aprender Design, Giulia destaca que começou sua atuação profissional ainda no curso técnico, realizando trabalhos como freelancer e ampliando sua rede gradualmente. Esse processo não foi imediato, mas construído passo a passo, revelando a necessidade de dedicação extra para conquistar espaço num setor altamente competitivo.





Por fim, o reconhecimento conquistado por Giulia também traz à tona a superação de barreiras que se apresentaram em sua trajetória. Em entrevista à Forbes Brasil, ela relata que precisou “driblar as dificuldades para conquistar um lugar ao sol”, expressão que sintetiza sua jornada de enfrentamento às desigualdades do mercado e às resistências culturais. Esse esforço resultou em conquistas importantes, como prêmios internacionais e destaque em plataformas de prestígio, mas sem apagar o fato de que sua carreira foi construída em meio a desafios sociais, profissionais e identitários que ainda hoje marcam o cenário do design brasileiro.



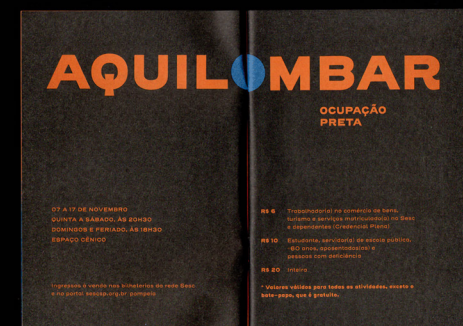
Trabalho realizado para o Sesc Jazz São Paulo, em 2023, foi uma série de cartazes de divulgação do evento.

Trabalhos

Seus trabalhos são fascinantes quando o assunto é impacto visual. Sua estética não é neutra, principalmente por trabalhar o design gráfico com impacto social. Ela valoriza troca, escuta e repertórios que vêm de vivências reais e culturais.



Outro ponto forte no trabalho da Giulia é como ela lida com a materialidade e a composição. Seus projetos ganham corpo e forma através de texturas, sobreposições e escolhas tipográficas que dão ritmo e movimento. Ela possui um olhar muito cuidadoso para construir sistemas visuais que funcionam em diferentes formatos, mas sem perder a identidade do conjunto. Dá pra perceber também como suas referências vêm de lugares específicos como o afrofuturismo, e o design vernacular, e são transformadas em algo atual, cheio de significado e presença.



Logo, seu processo se aproxima mais de design que nasce de contexto humano do que puramente de marca ou mercado. Mistura muito bem paletas de cores vibrantes, com alto contraste, e símbolos visuais, ilustrações e tipografias carregadas de personalidades. São trabalhos bem construídos que trazem um conjunto visual que chama atenção, principalmente por trazer uma espécie de narrativa visual.

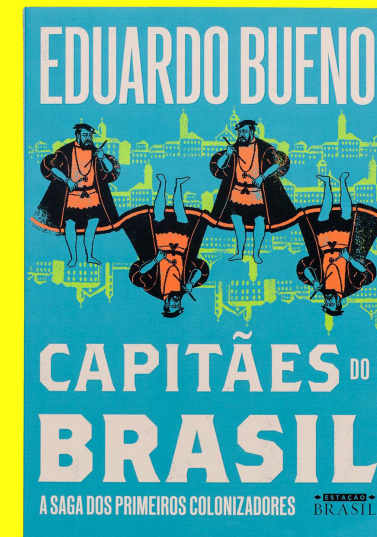
Projeto gráfico para a mostra cênica Aquilombar – Ocupação Preta, que aconteceu no Sesc Pompeia, entre 2017 e 2018, dentro do contexto do projeto “Do 13 ao 20: (Re)existência Negra”.



Tereza Bettinardi

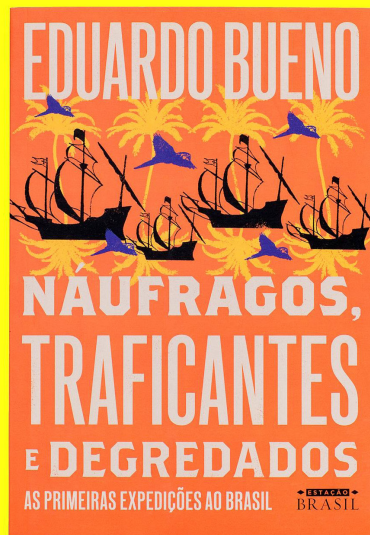
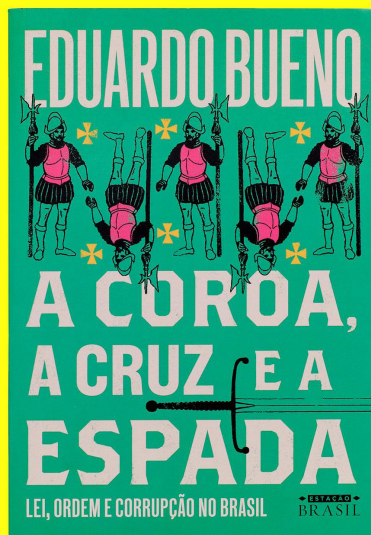


Capa e diagramação da Coleção
Brasilis, feita para o escritor
Eduardo Bueno, em 2019.



Por trás da lombada

Tereza Bettinardi nascida em Santa Maria no Rio Grande do Sul, em 1983, atualmente vive em São Paulo capital, começou sua formação em jornalismo, contudo ao ter contato com a área de diagramação e comunicação visual, se interessou fortemente pelo design e assim migrou para o design gráfico, o curso na época se chamava Desenho Industrial/Programação Visual, na Universidade Federal de Santa Maria. Hoje em dia ela trabalha como designer gráfica e editora, e possui seu próprio estúdio e a editora Clube do Livro do Design.



Vida, Obra,

Seu contato inicial com a área começou com a comunicação, no qual a vontade de ingressar na parte mais visual aflorou e dessa forma ocorreu. Antes mesmo de se formar em design, Tereza elaborou seu primeiro portfólio com o objetivo de participar do Curso Abril de Jornalismo, que era um programa feito para dar oportunidades para estudantes ingressarem no mercado de trabalho, era altamente disputado e reunia talentos do país inteiro. Sua entrada nesse projeto marcou o início da carreira profissional, levando-a a trabalhar em revistas da Editora Abril, como Superinteressante e Capricho. Essa experiência de três anos foi essencial para sua prática em design editorial, e fez com que fosse possível compreender

o papel do designer, e como através disso é possível tornar um conteúdo acessível e claro ao leitor, além de que na sua trajetória percebeu que a subjetividade deve estar a serviço da comunicação. Em sua formação, ela acredita que limitar o design apenas ao gosto pessoal ou à expressão autoral é um equívoco que restringe o campo de possibilidades e gera frustração nos profissionais em formação.

Após esse período, Tereza teve uma passagem intensa pelo estúdio do Kiko Farkas, onde desenvolveu sua

primeira capa de livro e experimentou outras vertentes do design editorial em um ambiente mais autoral. Logo em seguida, iniciou a carreira como freelancer, atendendo novamente a Editora Abril e outros clientes. O passo seguinte em sua trajetória foi a entrada na Cosac Naify. Durante os

Por fim: que conselho você daria a você mesma no início de carreira?

É o mesmo conselho que repito até hoje: continue curiosa!

-Em entrevista ao Felipe Goes

dois anos em que atuou ali, Tereza se aprofundou no processo completo da produção de livros, desde o projeto gráfico e a composição até o acompanhamento de impressão e reimpressões. O contato com uma equipe de designers, editores e produtores gráficos altamente qualificados proporcionou um verdadeiro intensivo de aprendizado, amadurecendo sua visão crítica e fortalecendo seu interesse pelo livro como objeto cultural.

ofício

Detalhe do estúdio
próprio da designer

Em 2014, Tereza abriu seu próprio estúdio, ampliando sua atuação para além do editorial e trabalhando também com identidades visuais, embalagens e projetos gráficos diversos. Ainda assim, manteve o foco no design editorial e na reflexão crítica sobre o campo. Essa postura ficou evidente em projetos como a coedição de "A Escola Livre: Entrevistas" que foi um resultado de uma iniciativa voltada à troca e à pesquisa em design e experimentação gráfica. Além disso, houve a criação do Clube do Livro do Design, esse projeto nasceu inicialmente, como um clube de leitura virtual e evoluiu para se tornar uma editora dedicada a publicar títulos de design em português, ampliando o acesso a obras fundamentais e pouco difundidas no país.



Arte do reconhecimento

Ela conquistou o prestigiado Prêmio Jabuti em 2014, na categoria Projeto Gráfico, pela edição do livro Decameron da Cosac Naify, em parceria com Elaine Ramos. Além disso, o reconhecimento em seus projetos editoriais e de comunicação visual se expandiu. Em 2016, por exemplo, ela foi premiada na categoria Projeto Visual do 27º Prêmio da Música Brasileira pelo seu trabalho na montagem da capa do álbum Dancê de Tulipa Ruiz.

Sua excelência também foi notada e seus trabalhos foram selecionados e premiados por algumas instituições de peso, como o Museu da Casa Brasileira, a ADG Brasil, que é a Associação dos Designers Gráficos do Brasil, o Type Directors Club e a AIGA, sigla para o Instituto Americano Artes Gráficas, e também o Latin American Design Awards. Além de tudo, a designer também foi jurada em premiações de destaque, presidindo o júri de Design Editorial do Brasil Design Awards em 2020 e integrando o júri do Latin American Design Awards em 2022.



Anger is my motto

Tereza Bettinardi sempre fala abertamente sobre os obstáculos que marcaram sua trajetória. No início da carreira, quando trabalhava como assistente em estúdios e empresas comandados por homens, ela lembra que não tinha clareza para nomear o que vivia, mas sabia que de certa forma era problemático: *"I couldn't name it at the time, but in hindsight, I know there were issues."*, como diz em entrevista para o site Futuress. Essa dificuldade de identificar micro agressões e situações de desigualdade de gênero mostra o quanto o começo foi atravessado por ambientes hostis, onde nem sempre havia espaço para falar e questionar sobre isso.

Outro ponto que aparece nas falas dela é a contradição entre prestígio cultural e condições de trabalho. Na Cosac Naify, por exemplo, Tereza comenta que "o trabalho era muito exigente e o salário muito baixo". Em outro momento, ela reconhece que precisava ganhar mais e também conquistar mais liberdade criativa, já que estava presa a uma estética muito rígida, que ela define

como *"modernist-high-culture aesthetic"* uma estética que busca agradar uma parcela pequena da sociedade muito erudita e intelectual. E dessa maneira, esse descompasso entre dedicação e reconhecimento financeiro foi um dos grandes desafios que a levaram a repensar o rumo da carreira, e ir atrás de novas oportunidades.

Foi nesse movimento que surgiu a decisão de abrir o próprio estúdio, em 2014, e também de criar projetos paralelos como o Clube do Livro do Design. Esse passo, porém, trouxe novas responsabilidades, como gerir equipe, lidar com dinheiro, captar clientes e ainda sustentar uma postura crítica diante do mercado. Não à toa, Tereza resume o que a move de forma direta: *"Anger is my motto"* novamente em entrevista para a Futuress. A raiva e a inquietação viraram combustível para construir alternativas, inclusive quando decidiu transformar o clube em uma casa editorial, assumindo riscos de financiamento, e todas as dificuldades de manter um projeto independente.



No fim, os desafios dela não se resumem a questões econômicas ou institucionais, mas também à prática editorial diária. Tereza fala que aprendeu “a importância do resto total ao leitor” e costuma repetir que “ativismo é m prática”, mostrando como vê a própria atuação profissional como uma forma de ativismo cotidiano. Isso envolve desde discutir representatividade até garantir crédito e remuneração justos dentro dos projetos, em um mercado que muitas vezes precariza o trabalho criativo.



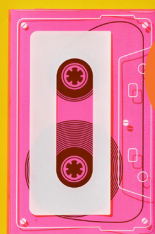
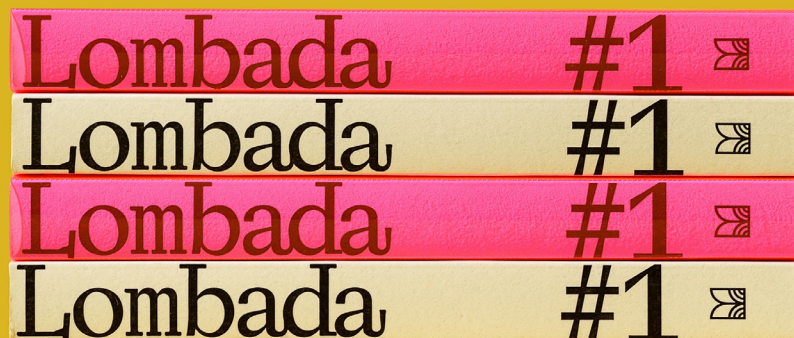
Trabalhos

Tereza Bettinardi usa muito o poder das metáforas visuais, no qual através da arte gráfica expressa o conteúdo transmitido no texto, dessa forma ela relaciona essas duas partes muito bem. Isso pode ser bem visto em seus projetos de maneira geral, desde o design editorial, até embalagens, identidades visual, e projetos expositivos.

O processo da Tereza Bettinardi é muito sobre entender antes de criar. Antes de qualquer escolha visual, ela mergulha no conteúdo, lê, pesquisa e tenta entender o que aquele projeto realmente quer dizer. As decisões gráficas vêm disso, do sentido das coisas, não só da forma.

Seu rigor tipográfico alinha tam-

bém com a experimentação visual, sua produção é extensa, e além de usar recursos gráficos, gosta muito de utilizar ilustrações em seus projetos. Mostra como o design editorial contemporâneo pode atuar como veículo de engajamento cultural/social, não apenas como veículo de texto.



Ela também fala muito sobre trabalhar com as limitações, e como isso acaba virando parte do processo criativo. No Brasil, lidar com restrições gráficas ou de produção é quase rotina, e Tereza transforma isso em aprendizado e inventividade. É como se cada obstáculo fosse um jeito novo de pensar o design.

Outro ponto é a troca, em seu trabalho há um jeito muito colaborativo, aberto, ouvindo e aprendendo com o próximo. Isso aparece tanto no resultado quanto na postura dela, o design como uma conversa, e não como imposição. No fim, o processo dela é sobre pensar com as mãos, com o olhar e com as pessoas. É um design que parte do conteúdo, mas sempre acaba falando de algo maior.

Elaine Ramos



Odisseia

Elaine Ramos nasceu em São Paulo, em 1975, onde vive e construiu sua trajetória profissional. Formou-se formalmente na FAU-USP, contudo sua formação de carreira seguiu pela direção de arte e design gráfico que encontrou sua principal área de atuação, especialmente no campo do design editorial. Durante quase duas décadas trabalhou na editora Cosac Naify, onde foi diretora de arte e responsável pelo projeto gráfico de inúmeros livros que marcaram o mercado editorial brasileiro. Atualmente, além de atuar como designer gráfica independente, é sócia da editora Ubu, continuando sua contribuição para a produção editorial e o fortalecimento do design no Brasil.

É importante dizer que a Cosac Naify foi uma das editoras mais influentes e inovadoras do Brasil, fundada em 1997 por Charles Cosac e Michael Naify. Seu grande diferencial estava na forma como tratava o livro, não apenas como suporte para o texto, mas como objeto estético e cultural. A editora se destacou por unir conteúdo literário, artístico e visual de alto nível, publicando títulos de arte, literatura, filosofia, design e arquitetura. Sob a direção de arte de Elaine Ramos, a Cosac Naify consolidou uma identidade visual marcante e coerente, conhecida pela elegância, pela precisão e pela ousadia formal.

Mesmo tendo encerrado suas atividades em 2015, a Cosac Naify deixou um legado duradouro: redefiniu os padrões do design editorial brasileiro e mostrou que um livro pode ser, ao mesmo tempo, leitura, objeto e experiência visual.

Entre páginas e caminhos

CIRCUITO DESIGN E CULTURA NA PUBLICA
EDITORIA UBU LANÇA O
LIVRO DESIGN COM ATITUDE

ELAINE
RAMOS

DW! 10ª SEMANA
DE CULTURA
SÃO PAULO
10-16.03.2015

15 MAR 16H U 14 PISO NY,
SUBSOLO DA GALERIA



O peso de uma

Sua especialização se consolidou na prática, especialmente na direção de arte e na criação de projetos gráficos e editoriais para livros, área em que se destacou durante os anos em que trabalhou na editora Cosac Naify e também recebeu diversos prêmios pelo seus projetos. Além disso, desenvolveu trabalhos ligados à identidade visual e ao design voltado para o mercado cultural, incluindo projetos de exposições, como o projeto “Cidade Gráfica”. Em 2013, passou a integrar a Alliance Graphique Internationale, uma das associações mais relevantes do design gráfico mundial, esse reconhecimento reafirma sua importância dentro do campo de sua área. Atualmente, segue como sócia e uma das fundadoras da editora Ubu e atua como designer independente, mantendo sua especialização em projetos editoriais e culturais.

Exposições Túnel do Tempo de Design Gráfico, em 2015, organizado por Elaine Ramos e Chico Homem de Melo, desdobramento da pesquisa do livro Linha do tempo do design gráfico no Brasil.



Na sua trajetória como designer editorial, Elaine Ramos acumulou importantes prêmios que atestam as qualidades de seus projetos, além do rigor técnico de seu trabalho. Um dos marcos mais significativos dessa trajetória é o livro *Linha do tempo do design gráfico no Brasil* dentro da editora Cosac Naify, cujo projeto gráfico, em parceria com Chico Homem de Melo, foi duplamente reconhecido no ano de 2012, onde recebeu o Prêmio Jabuti de Projeto Gráfico, um dos selos editoriais mais importantes do país, confirmando o lugar do trabalho na historiografia do design brasileiro, muito importante para quem é da área. E além disso, conquistou o Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira, o que legitimou a obra como uma importante peça dentro do design nacional. O duplo prestígio dos prêmios demonstra a capacidade de Elaine Ramos de unir

pesquisa, curadoria visual e execução editorial de alto nível.

Seu trabalho também atravessa o reconhecimento internacional e a participação técnica em eventos de alto nível. Ela integrou jurados e comissões importantes, como o D&AD, principalmente em júris de design de livros, evidenciando a circulação de seu critério no mercado internacional. E também, sua produção editorial frequentemente dialogou com a América Latina, recebendo menções e destaque em prêmios latino-americanos de design editorial. Esses trabalhos também foram mapeados e apontados em publicações de referência e perfis internacionais que cobrem o design de livros contemporâneo, reforçando a posição de referência que ela ocupa para designers e leitores.

Olhando para o portfólio dela, os prêmios servem, em última análise, como documentação pública de trabalhos que priorizam a pesquisa, a memória e a experimentação. Eles formalizam o que já é evidente ao folhear seus projetos, o seu cuidado editorial, a força da narrativa visual e o rigor de execução.

A trajetória de Elaine Ramos é marcada por um percurso de descobertas e reposicionamentos. Iniciou a carreira em um contexto ainda distante do design gráfico, e esse distanciamento inicial foi um dos seus primeiros desafios. Durante o curso, aproximou-se das disciplinas voltadas ao design e percebeu ali uma afinidade mais profunda com o design de objetos e mais tarde com a materialidade do livro, livro como objeto, com o projeto gráfico e com a linguagem visual. Como ela mesma destacou em entrevista ao Portal SescSP, esse interesse nasceu dentro da faculdade, mas exigiu uma transição de campo e de mentalidade, da escala arquitetônica para a do objeto, e do espaço físico para a página impressa.

O ingresso na Cosac Naify, em 2004, representou tanto um ponto de virada

quanto o início de uma convivência intensa com a tensão entre o ideal estético e os limites de produção. A editora, conhecida pelo alto rigor gráfico e pela busca de excelência formal, impunha desafios constantes: equilibrar experimentação e viabilidade, desejo e orçamento. Em entrevista ao *Jornal do Commercio*, Elaine comentou que muitos dos livros produzidos na Cosac dependiam de patrocínio e mecenato, e que parte daquelas obras era “excessiva do ponto de vista comercial”, o que reforça o conflito entre a ambição criativa e a sustentabilidade financeira. Nesse período, ela aprendeu a negociar com fornecedores, lidar com prazos e restrições, e entender que o design editorial, por mais artístico que seja, também é atravessado por dinâmicas econômicas concretas.

Foram três anos de trabalho na militância, sem patrocínio algum. A Cosac Naify pagou os custos do livro, mas fizemos o nosso trabalho porque era prazeroso. O grande objetivo da *Linha do tempo* é que seja o ponto de partida para outras pesquisas.

- Em entrevista para a revista *Continente*



Florencia Ferrari, Gisela Gasparian e Elaine Ramos: sócias a frente da Ubu

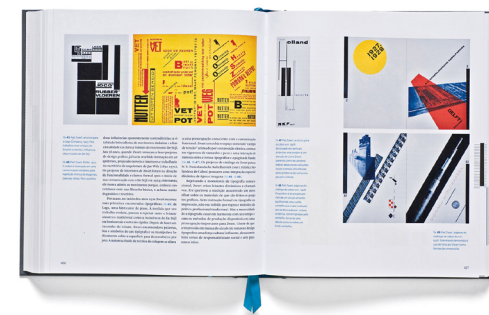
O fechamento da Cosac Naify, em 2015, foi um dos momentos mais delicados de sua trajetória. A perda daquele espaço, que representou um ambiente de liberdade criativa e de experimentação editorial no país que até então não havia sido tão contemplado como a editora foi, significou a necessidade de recomeçar sua trajetória. Como relatado por ela para a Veja São Paulo, a dissolução da editora marcou não apenas o fim de um ciclo, mas o desafio de reconstruir uma prática profissional fora daquela estrutura. Em resposta, Elaine fundou, ao lado de Florencia Ferrari e Gisela Gasparian, a Ubu Editora, em 2016. A proposta era manter o mesmo rigor estético e curatorial, porém dentro de um modelo econômico mais enxuto, com tiragens menores, estruturas reduzidas e planejamento preciso. Essa transição revelou uma postura amadurecida diante do próprio ofício, e de sua carreira, o equilíbrio entre ideal e realidade, sem abdicar da qualidade.

Outro desafio recorrente na carreira de Elaine está na natureza do conteúdo com que escolhe trabalhar. Seus

livros e projetos frequentemente orbitam temas mais especializados, como arte, design, teoria, antropologia, etc. E partindo disso, embora de alta relevância, dificilmente alcançam grandes públicos. Em entrevista ao Portal SescSP, ela reconhece essa limitação, mas também reforça a convicção de que produzir para nichos é uma forma de preservar a diversidade cultural e intelectual. Essa decisão, que pode ser de certa forma um obstáculo, acaba se transformando em posicionamento, e dizendo que há um modo de afirmar o design como um veículo de pensamento crítico e não apenas de consumo. E assim, ao longo do tempo, Elaine Ramos construiu uma trajetória que se equilibra entre a prática e a reflexão, entre a estética e a resistência, e dessa forma, lida com cada desafio como parte essencial da maturação de uma designer que entende o livro como objeto de cultura e de permanência.

Trabalhos

O trabalho de Elaine Ramos é preciso, as estruturas das páginas possuem um cuidado com o ritmo da tipografia, com os elementos gráficos e o espaço vazio, que é sempre muito bem utilizado, ela o usa como pausa que faz parte da narrativa visual e faz assim com que o texto respire. Os projetos não dão a sensação de apertados. Quanto a tipografia e hierarquia é pensado com a escala e contraste para hierarquizar conteúdo.



Sua paleta tende ao uso contido de cores, no qual, muitas vezes, o preto e branco dominam, com toques pontuais de cor que acentuam elementos específicos. Essa escolha reforça a sobriedade e o foco no essencial. As composições tendem a ser geométricas e equilibradas, sustentadas por grades rígidas que nunca parecem engessadas, mas sim discretamente controladas.



Além disso, há também um diálogo constante entre tradição e modernidade. Ela absorve a herança do design modernista como o alinhamento, proporção e clareza, mas atualiza tudo isso com uma sensibilidade contemporânea. O resultado são livros e capas que têm presença: são sofisticados, pensados, e ao mesmo tempo convidativos.

