

Projeto de Beatriz Mangialardo



DESIGN EDITORIAL CONTEMPORÂNEO NA AÇÃO ESTÉTICA E POLÍTICA

O design editorial contemporâneo brasileiro incorporou nos últimos anos mudanças advindas de um novo cenário constituído pela exposição, divulgação e comercialização nas chamadas feiras de livros de artista, de auto publicação ou de publicação independente que passaram a reunir profissionais de áreas como a arte, o design e a literatura com criações gráficas e editoriais na contramão dos processos industriais e de alta demanda assumindo os procedimentos artesanais em peças, objetos e produtos demarcados pela autoria individual ou coletiva marcados pela experimentação, miscigenação de linguagens, peças únicas ou em pequena tiragem que exploram a expressividade, o simbólico, as memórias, as subjetividades que se mesclam a ações sócio políticas e influenciam ou colocam-se como desafios na esfera da educação em design.

(...)

MÔNICA MOURA
JORGE OTÁVIO ZUGLIANI

DESIGN GRÁFICO EDITORIAL

A definição de design editorial tradicionalmente se refere a um segmento do design gráfico responsável pela articulação de textos e imagens em publicações, tais como jornais, revistas, livros e catálogos onde o desenvolvimento desses produtos gráficos apresenta atividades e papéis muito claros a respeito dos conteúdos e da composição gráfica e imagética. Nessa circunstância o conteúdo é função exclusiva do editor e ao designer cabe o papel de encontrar as melhores soluções gráficas para apresentar as informações e o conteúdo determinado pela editoria. Dessa forma delinea-se uma realidade na qual o editor é o profissional que atua diretamente com a seleção e edição dos conteúdos em uma hierarquia sempre superior ao designer. Portanto, ao designer cabe compor e estruturar os espaços, a diagramação, a tipografia, a seleção e aplicação das imagens, cores, identidade de marca e a navegação da publicação. Essa definição é consolidada pelo pensamento funcionalista e formalista, especialmente atrelada a produção em massa, para grandes tiragens de proporções industriais.

Nesse sentido, fala-se em design gráfico editorial ou design para revistas, para livros, para capas e um sem número de designações indicativas de que o universo editorial está para o design como um campo de ação essencialmente visual relacionado a composição de imagens e, mesmo quando relacionado as

questões verbais, elas se limitam ao emprego da tipografia e ao uso dos espaços na diagramação para inclusão dos textos produzidos por outros profissionais, observando-se a primazia da legibilidade. Ou seja, o predomínio da visão funcionalista onde o designer assume o papel técnico capacitado para lidar com as questões gráfico visuais, mas não explorar o conteúdo em termos de criação, edição ou explorando as possibilidades expressivas.

Devemos lembrar que os princípios do Funcionalismo constituíram uma visão do design e da arquitetura cujo objetivo era a resolução de problemas de forma prática, lógica e eficiente, empregando a clareza e depuração, as formas geométricas elementares e extinguindo o ornamental. Esse enfoque dizia respeito aos objetos técnicos e aos aparatos em geral. “A ideia era de que a beleza de um objeto depende de sua utilidade e eficiência, quer dizer, de sua adequação à função para a qual estava destinado” (Maldonado: 1993, 22). Essas questões foram herdadas da ideologia progressista do Movimento Moderno no início do século XX que valorizava a supremacia do utilitário, da adequação, simplicidade e negava o luxo. Os resultados desse pensamento via funcionalismo propiciaram a standardização e a maior eficiência da produção industrial e acreditava-se ser esta a linguagem universal do design: a simplicidade associada à racionalidade que possibilitava utilizar o melhor da tecnologia e dos materiais para a eficiência produtiva industrializada.

A simplificação, clareza, precisão geométrica, neutralidade, transparência e o design invisível eram questões fundamentais. Beatrice Warde expressa muito bem o espírito e pensamento moderno em seu ensaio “A taca de cristal ou a impressão deve ser invisível”, de 1932. Ela ressalta que “toda tipografia de qualidade é modernista”; “a impressão destina-se a transmitir ideias específicas e coerentes”; “se os livros são impressos para serem lidos, precisamos diferenciar legibilidade do que o oftalmologista chama de visibilidade” (Warde, 2010, pp. 59-60).

O princípio da simplificação diz respeito àquela máxima do design: ‘menos é mais’ utilizada originalmente por Mies van der Rohe (1886 -1969) para definir o funcionalismo e, posteriormente, por Dieter Rams (nascido em 1932) que com este preceito procurava definir a estética da escola de Ulm. Segundo Ferlauto (2002) este princípio esvaziou o modernismo, “(...) transformando seus ideais em menos tudo: menos imaginação, menos poesia, menos conforto (no caso da arquitetura moderna), menos participação do usuário em decisões que envolvem seus gostos e desejos. Foi o apogeu da imposição quase dogmática de um modo de vida” (Ferlauto: 2002, 11). A afirmação de Ferlauto (2002) detalha e amplifica a máxima do arquiteto Robert Venturi (1925-2018) que, em 1966, cunhou a máxima “Menos é Chato” ao romper com o modelo idealizado pelo pensamento moderno na arquitetura e

urbanismo e aproximando-se do ele chamada de mundo real.

ORIGENS DO DESIGN EDITORIAL CONTEMPORÂNEO

A pós-modernidade trouxe à tona vários questionamentos para os designers e, entre eles, a ruptura de várias regras consolidadas pelo funcionalismo e modernismo no design gráfico. Em consequência ocorreu a possibilidade de associação do papel do editor e do designer apontando um novo papel - o design como editor, responsável por todo o processo que envolve o design editorial, desde a produção e seleção dos conteúdos até a construção da proposta visual e verbal existente em um produto editorial - em ações que podem ser concomitantes ou sequenciais.

Esse fato implicou em considerações além do papel do design como editor, mas também do design como autor. E um dos expoentes nesse aspecto foi o designer e professor Bruce Mau que, baseando-se no texto “O Autor é o Produtor” de 1934, escrito por Walter Benjamin, coloca em prática sua intenção em explorar e desempenhar o papel de produtor como autor. Mau assumiu essa nova atitude e as experienciou nos livros *S,M,L,XL* de 1995, desenvolvido em parceria com o arquiteto Rem Koolhaas; no *Zone 1/2* produzido em 1986 onde recompilou textos acadêmicos sobre a cidade contemporânea, e no livro *Live Style* desenvolvido no ano de 2000 onde explorou

o processo editorial tradicional em paralelo ao processo que experimentava e dominava o conteúdo e a forma. O modelo proposto e preferido por Mau era aquele onde a pesquisa de conteúdo e a depuração de ideias acontece desde o início do processo projetual e resulta no enriquecimento mútuo do conteúdo e da forma. Para ele “é fundamental estabelecer uma relação estreita com o conteúdo antes de poder exigir a autoria de uma obra” (Poynor, 2002, p.123).

Ellen Lupton em parceria com J. Abbot Miller também explorou novas possibilidades de projetos gráficos e editoriais em fusão e juntos desenvolveram a proposta de um manifesto indicando que design, escrita e pesquisa são questões indissociáveis. “O designer gráfico poderia ser pensado como um trabalhador da linguagem equipado para iniciar projetos de forma ativa – seja por meio da autoria direta de textos, seja pela elaboração, direção ou interrupção de seu significado” (Lupton, 2008, p.27).

Os projetos e trabalhos desenvolvidos pela dupla Lupton e Miller os qualificaram como autores gráficos, uma designação que indicava uma superioridade proveniente da qualidade dos seus trabalhos que associavam conteúdo e forma, pesquisa e autoria. “O princípio dos anos de 1990, quando o debate sobre autoria estava mais intenso, parecia que a escrita devia desempenhar um papel central, e que só os designers capazes de conquistar uma

criação total – tanto de design quanto de escrita – podiam aspirar a converter-se em plenos autores gráficos” (Poynor, 2002, p.126).

O início da década de 1990 foi marcado pela busca e atenção mais determinada dos designers para os textos teóricos e críticos. Essas questões também estiveram presentes e foram muito exploradas nas revistas americanas *Emigre*, *Eye*, *Visible Language*, *Zed* onde muitos dos textos publicados tornaram-se não apenas referência, mas ajudaram a constituir algumas das teorias do design.

Anne Burdick, designer e professora endossou essa visão em seu artigo publicado em 1993 e intitulado “*What has writing got to do with design*” no qual criticava a resistência dos designers em aceitar a estreita e inseparável relação entre o verbal e o visual e onde afirmava que o conteúdo escrito de um projeto gráfico deveria receber mais atenção, pois um texto poderia auxiliar os profissionais da área de design a serem melhores designers, uma vez que a leitura e a produção de textos promove o desenvolvimento da análise crítica e propicia a liberdade de questionamento da própria obra.

Como pudemos ver o Pós-Moderno trouxe inquietações que levaram às reflexões e mudanças de atitude por parte de um grupo importante de designers e se referiam substancialmente a pesquisa, produção, criação e análises que associavam textos e teorias à expressividade da linguagem gráfica e editorial. Mas, outra questão que contribuiu para

a mudança desse cenário ocorreu por conta da entrada das tecnologias digitais nos estúdios de design americanos a partir do início dos anos de 1980. Momento que foi marcado pela experimentação das possibilidades de construção e desconstrução, apropriação e citação, articulação e modificação, velocidade, relação e acesso a imagens de todos os tempos e épocas possibilitadas pela cultura digital e a complexidade informacional que contribuíram para a ampliação da linguagem e dos elementos projetuais do design. Foi aí que a experimentação passou a estar fortemente presente em peças gráficas repletas de imagens fragmentadas, em fusão, híbridas indicando uma nova estética e uma diferente maneira de criar e projetar.

Essa nova estética passou a ser discutida e tratada por alguns autores (Lévy, 1993, 1998; Poynor, 1998; Helfand, 2001; Manovich, 2001, 2008; Maeda, 2007; Eskilson, 2007, entre outros) como “estética tecnológica” e envolvia além da utilização e subversão de *softwares* e sistemas, a tipografia digital, os *motion graphics*, a exercício com a interatividade, a navegação, os níveis informacionais na então considerada nova mídia, a World Wide Web (WWW). Estes designers compreenderam rapidamente que o sistema informático e computacional abria uma nova era de possibilidades para o design gráfico. Também perceberam que a tecnologia digital alterava o processo de concepção, criação e produção de modo significativo. Rudy VanderLans, Ka-

therine McCoy, April Greiman, entre outros, começaram a utilizar, experimentar, analisar e refletir sobre as ferramentas e as possibilidades do sistema e programas dos computadores que acabavam de chegar ao mercado e disseminaram suas observações por meio de textos e de trabalhos gráficos.

April Greiman indicava que a criação e produção em *softwares* e sistemas gráfico computacionais era permeada pela incerteza e instabilidade, pois tudo podia ser eliminado ou modificado a todo instante, os arquivos gerados podiam ser reconsiderados e reutilizados a qualquer momento, abrindo um grande leque de opções e variações, onde os acidentes e ruídos tornavam-se elementos da linguagem projetual e as limitações técnicas passavam a ser elementos ou partido do projeto.

Um dos exemplos que pode ser considerado como expoente dessa fase é o cartaz dobrável nas dimensões de 1,80 X 0,60 cm criado por April Greiman, em 1986 para a revista Design Quartely, número 113 que é uma declaração da associação técnica, de linguagem e do hibridismo presentes nos projetos a partir de então. Fato que começa pelo formato em grande dimensão e se amplia com a solução adotada com a aplicação das dobras onde temos um misto de folheto e catálogo que aberto apresenta-se como cartaz. Outro aspecto significativo é o autorretrato do corpo inteiro e nu da designer em tamanho natural que é envolvido por vários elementos, imagens e tex-

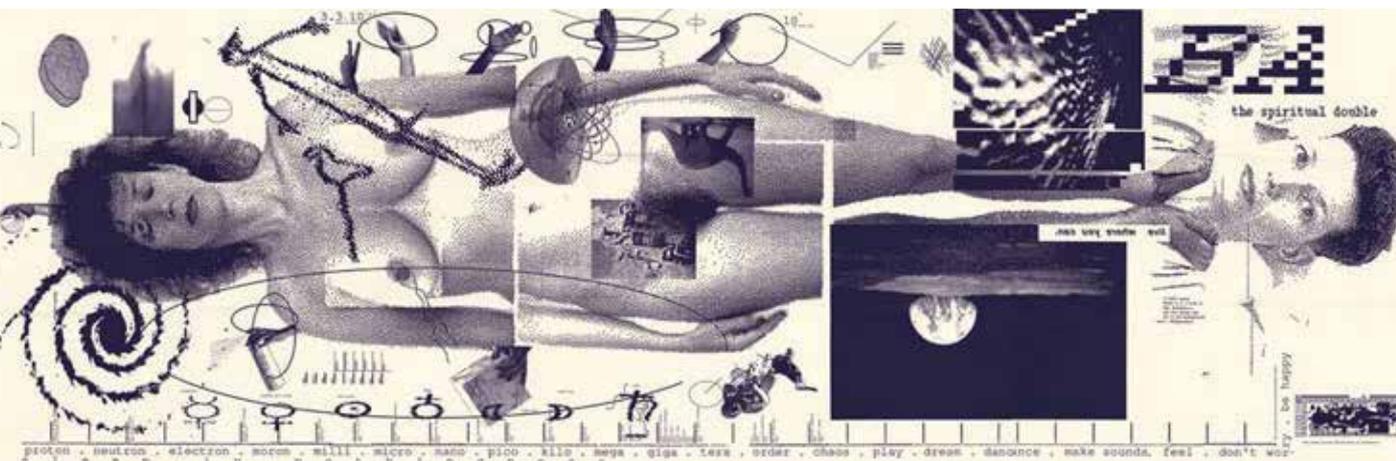


Figura 1.: Cartaz dobrável (0,6 X 1,8 mt) de April Greiman com Colagem de rosto duplo, Design Quartely nº. 133, 1986. Fonte: Poynor, 2002, p. 100.

turas, tal qual os *pixels* – a menor unidade de formação da imagem computacional - que revestem o corpo nu, se aproximam gerando sombras e novas texturas em áreas onde se prenuncia maior volume, contraste e atenção. Nas extremidades opostas do cartaz a presença do rosto de Greiman, ora com olhos abertos e ora fechados, ora com o cabelo solto e revoltado, ora com o cabelo curto e contido. A representação remete ao seu duplo espiritual reforçado pela presença dessas palavras na lateral da imagem. Ainda compõem a peça uma série de imagens sobrepostas e justapostas em relação ao corpo retratado: figuras geométricas, representações do universo, planetas, dinossauros, cérebro, astronauta, vaporizador, símbolos lunares, míticos e sexuais, mãos em diversos gestos e representações pré-históricas que convivem com uma linha do tempo permeada por palavras invertidas de diversas naturezas: partículas físicas elementares (próton, nêutron, elétron), unidades de pesos e medidas (mili, micro, nano, quilo, pipa, tera), dicotomias (ordem, caos); relações possíveis do universo computacional (jogue, faça sons); palavras de ordem (dance, sinta, não se preocupe, seja feliz!). O excesso, o complexo, o ruidoso foi explorado ao máximo. Sobre essas questões Poynor afirma que “o elemento chave do cartaz

de Greiman era seu caráter excessivo: por sua concepção, tamanho, detalhamento e a grande quantidade de informação com que ela aturdiu ao leitor” (Poynor, 2002, p.99).

O formato do cartaz, o trabalho com o conjunto da composição, a apresentação do corpo nu indicam ações de ruptura com o repertório e discursos tradicionais do design moderno, apontam uma nova forma de exposição ao mundo, indicam a pluralidade e o hibridismo contemporâneo, além da expressão a partir da construção de narrativas diversas que exploram o real e o imaginário, a contraposição entre o universo material e imaterial, as questões da linearidade e não-linearidade, da imagem sintetizada e processada, assim, demonstrando e explorando uma série de novas possibilidades. Exigindo maneiras diferenciadas de olhar, perceber e se relacionar com a produção cultural e com o design contemporâneo.

Com relação ao conceito e conteúdo explorado por April Greiman no cartaz em questão, podemos inferir que o caráter semântico foi explorado com significações e subjetividades muito presentes nas discussões atuais. Primeiro temos de destacar o caráter do protagonismo feminino reafirmado pelas questões de gênero em uma área dominada pelos exemplos de dominação masculina. Portanto, ela ressalta as questões de minorias e de ação política, além do que ao expor seu próprio corpo nu ressalta a conscientização de que o corpo é propriedade e domínio do ser como

sujeito político, atuante e consciente de suas potencialidades. E, com isso aponta a vertente muito necessária aos designers embasada no ativismo e na atuação política e social.

São questões presentes no design editorial contemporâneo, que destaca as subjetividades, as sensibilidades, a ação sócio política que são reafirmadas pelo conceito de autoria e memória pessoal e que passam a se configurar nas publicações independentes em eventos e feiras que estão de certa forma, questionando, modificando e delineando um mercado editorial que se não é novo, pelos menos é diferente do sistema dominante.

DESIGN EDITORIAL CONTEMPORÂNEO

Gui Bonsiepe (1993) afirma que o conceito de design muda devido às transformações da sociedade que recaem no discurso projetual, no discurso do design. Enquanto na década de 50 os temas centrais eram a produtividade, a racionalização e a standardização, nos anos 60 estabeleceu-se uma crítica a sociedade de consumo, e, na década de 70, a busca da apropriação da tecnologia se fez sentir no discurso do design, incluindo-se aí pela primeira vez a crítica “(...) à concepção universalista do ‘bom design’ ” (Bonsiepe: 1993, p. 8). Já os anos 80 foram marcados pela crítica ao racionalismo e ao funcionalismo, quando “(...) discussões sobre estilo e forma determinaram o cenário do design. Objetos de design ocuparam a po-

sição de objetos de culto” (Bonsiepe: 1993, p. 11). Nos anos 90, as questões de compatibilidade ecológica, do gerenciamento do design e das novas mídias determinaram os debates desta área, fatos que influenciaram diretamente a concepção do design editorial.

Na atualidade a definição de design editorial não se refere mais apenas a um segmento relacionado apenas às publicações periódicas e a subordinação entre editores e designers. E esse fato ocorreu a partir dos questionamentos e rupturas trazidos pelo Pós-Moderno e pelas mudanças tecnológicas que influenciaram o pensamento e a atuação dos designers refletindo-se em novos modos de conceber, projetar, produzir e distribuir os produtos editoriais.

Os designers passaram a questionar e a romper com as regras estabelecidas pela visão moderna e funcionalista, ampliando as ações como profissionais, assumindo o papel de editores e autores, questionando a autoria, testando inovações, inventividade, experimentações e buscando fundamentos teóricos e críticos para o seu papel como produtores de linguagem. O produto editorial também desvinculou-se da necessidade da produção em grande tiragem e ganhou força as publicações de peça única e pequena tiragem, aperiódicas, criadas e desenvolvidas no que veio a ser chamado como publicação independente.

Dessa forma, o design editorial contemporâneo compreende a ação projetual que cons-

trói discursos pautados no aprofundamento dos conteúdos e na relação entre a pesquisa teórica e crítica para o desenvolvimento da área gráfica. Reflexo da ação dos designers que assumiram a reflexão a respeito dos conteúdos e a autoria dos mesmos expressos também na visualidade e verbalidade adotada em propostas marcadas pela expressividade. O designer como editor, autor, produtor, construtor de narrativas veio a compor um novo cenário constituindo o design editorial contemporâneo e convivendo com as práticas mais tradicionais de forma concomitante.

O designer e diretor de arte Martin Venesky define o design editorial contemporâneo como uma “estrutura por meio da qual uma determinada história é lida e interpretada (...) consiste tanto na arquitetura geral da publicação (e a estrutura lógica que isso implica) como no tratamento específico da história (à medida que ela força ou mesmo desafia essa própria lógica)” (Caldwell; Zapatero, 2014, p.10).

Por sua vez, as designers Caldwell e Zapatero apontam que o design editorial “age como um instantâneo cultural vivo da época em que é produzido” (Caldwell; Zapatero, 2014, p.10). Essas autoras indicam que o design editorial envolve a curadoria de narrativas, o compartilhamento de pontos de vista e interesses, não está mais vinculado apenas a mancha gráfica e estendem-se das mídias impressas tradicionais até os dispositivos digitais pessoais ou existentes na Web e pode

entreter, informar, instruir, comunicar, educar ou combinar todas essas atividades.

Para Piqueira o design é um “exercício das diversas lógicas de pensamento” (Piqueira, In: www.youtube.com/watch?v=-ZCctek90GkM&t=159s, 2017). E para a designer Fernanda Sarmento:

O design editorial, sem dúvida, constitui um meio de representação de ideias, conteúdos e sentimentos. Tal meio, no entanto, não é neutro ou indiferente aos conteúdos que apresenta, mas é coerente e solidário com esses e com o contexto histórico cultural no qual se manifesta. Cada época possui suas próprias formas visuais, e em correspondência com elas, uma linguagem gráfica própria” (Sarmento, 1993, s/n In: <http://fernandasarmento.com/pesquisas-textos/design-editorial-das-revistas-italianas-no-seculo-xx/>)

Portanto, podemos apontar que o design editorial no contexto contemporâneo traz à tona relações da autoria amplificadas no resgate e valorização da memória a partir de histórias pessoais e de vida que se amplificam na visão individual protagonizada pelo sujeito criador, ao mesmo tempo em que na esfera do coletivo destacam-se o ativismo, a busca pela conscientização e a ação social e política a partir dos questionamentos do papel dos designers que tomam consciência da neces-

sidade em atuar de modo mais colaborativo e atento integrando o usuário como participante e coautor no processo de criação e desenvolvimento projetual. Também passam a ser estabelecidos confrontos e questionamentos a respeito dos sistemas econômicos vigentes impostos pelo mercado a partir da organização de eventos e feiras como espaço de trocas de informações, divulgação e exposição de produtos caracterizados pela autoria, pequenas tiragens, o uso de procedimentos artesanais, de processos criativos e projetuais na linha do Do It Yourself (DIY) onde destacam-se publicações independentes e uma nova cena constituída por esses produtores e criadores numa vertente plural.

PUBLICAÇÕES INDEPENDENTES

Podemos afirmar que as publicações de cunho independente existem na história da arte e do design gráfico há muito tempo. No Brasil resultam de grupos (na concepção dos atuais coletivos) que se formaram em torno de pessoas interessadas nos objetos editoriais experimentais, são eles: o Grupo Concretista *Noigrandes* formado pelos poetas Décio Pignatari, Augusto e Haroldo de Campos em 1952 na capital de São Paulo; o Grupo Gráfico Amador que foi atuante na cidade de Recife entre os anos de 1953 e 1961, formado pelos intelectuais Aloísio Magalhães, Gastão de Holanda, José Laurênio de Melo e Orlando da Costa; a editora *Nomuque* criada pelo poeta

e artista Omar Khouri, Paulo Miranda e os irmãos Carlos Alberto, Luiz Antônio e José Luiz Valero Figueiredo que em 1975 lançaram a Revista Artéria.

Além disso, muitas publicações aperiódicas existentes entre as décadas de 1960 e 1970 que atuavam na contracultura e foram denominadas alternativas, também podem ser consideradas como o princípio das auto publicações. Entre elas destacamos: a *Revista Argumento* (1973); *Flor do Mal* (1972); *Navilouca* (1972); *Código* (1974); *Poesia em G/revê* (1975); *Qorpo Estranho* (1976); *Revista José* (1976); *Muda* (1977). Entre as décadas de 1980 e 1990 surgiram no Brasil revistas de cunho independente, tais como: *Lira Paulistana* (1980); *Dimensão* (1980); *Revista Bric à Brac* (1985); *Atlas Almanak* (1988); *34 Letras* (1988); *Revista Azougue* (1994); entre outras, que constituem o que podemos chamar de história da publicação independente no Brasil. Porém, o sentido de independente ao longo da história assume diferentes acepções. Ora se referem a publicações sem patrocinadores ou fomentos advindos de políticas públicas, mas contando com investimentos de determinadas editoras. Outras vezes dizem respeito a grupos que se auto patrocinavam. E, também, a concepção de independência pode se referir a liberdade de criação sem restrições pela decisão dos autores buscarem formas diferenciadas para a distribuição e comercialização de suas publicações.

Podemos afirmar que a liberdade de expressão, criação e produção presentes nos livros de artista e nas revistas de poesia vieram a influenciar de modo significativo a produção editorial no design. Muitos grupos brasileiros exploraram essa relação e, alguns continuam a fazê-lo nas novas vertentes das feiras de auto publicação ou de publicação independente.

Entende-se por publicação independente aquela cujo autor é responsável por todo o processo que envolve uma publicação, da ideia inicial para a criação envolvendo a produção de textos, revisões, o processo de design gráfico e editorial, ilustrações, encadernação, acabamento, produção, divulgação, distribuição, venda. Tudo isso pode ser realizado por uma pessoa, mas pode envolver diferentes profissionais que atuam em rede colaborativa, como também pode se dar em coautoria ou coletivos. O importante é verificar que essa vertente tem ganhado força, se estabelecido e crescido nos últimos anos.

De acordo com Muniz Jr. (2010), publicar, ou seja, tornar público, é uma ação política, é um ato de posição no campo das ideologias. As ações editoriais envolvem um poder que vão desde a disseminação e preservação de conteúdos até a restrição e exclusão destes.

Ao observarmos a história podemos apontar que o Grupo Gráfico Amador também surgiu nessa linha que hoje chamamos de independentes, isso porque o mercado editorial dos anos 50 privilegiava o tratamento gráfico

diferenciado apenas em edições luxuosas e caras. Os integrantes do Gráfico Amador se organizaram para publicar poesias e pequenos textos explorando potencialidades visuais, gráficas, editoriais a partir de gravuras, estampas e procedimentos artesanais em uma produção de pequenas tiragens realizados por aqueles que amavam os livros, pois esse era o sentido atribuído por eles a palavra amador.

Porém o uso da palavra “independentes” não é restrito ao universo editorial. Muniz Jr. (2016) observa que nas últimas três décadas estes “produtores simbólicos” têm surgido e se qualificado como “independentes”, adjetivo que passou a frequentar o debate sobre arte e cultura, definindo grupos e produtos em diversas áreas, como música, cinema, artes visuais, teatro, e edições de livros que, geralmente, ficam a parte do mercado massivo, que adotam práticas próprias a partir de procedimentos artesanais, experimentação e se opõe ao “(...) mercado, o *mainstream*, as empresas privadas, aos grandes conglomerados, as instâncias públicas etc. que controlam a produção, a circulação e a consagração dos bens simbólicos (MUNIZ Jr., 2016, p.16).

A independência editorial, portanto, se apresenta como um valor fundamental da contemporaneidade que reafirma o papel de identidade e autonomia do sujeito na construção do discurso, da ação e do objeto.

É claro que dentro dos segmentos culturais o termo “independente” se associa ou surge em paralelo a outras expressões, tais

como experimental e autoral. Estas palavras tem suas origens e significados profundos, mas muitas vezes são empregadas na vida cultural como equivalentes. Apesar disso, Muniz (2016) reforça que “independente” parece ser o mais bem-sucedido em condensar os tais sentidos. Como tantas outras expressões, ela é um “ponto de cristalização semântica de um discurso” (Muniz, 2016, p.17), que condensa debates inegáveis de interesse social.

Esse universo de publicações independentes explora relações transdisciplinares, pois geralmente é constituído por grupos de diferentes áreas de conhecimento e formação, tais como a literatura, poesia, arte, design, entre outros. Também atuam com as questões da autoria, individual ou coletiva, compartilhada ou em processos de coautoria que resultam em criações que se desenvolvem a partir de objetos carregados de sentido, memória, afetividades e subjetividades, atuando em conjunto e por meio do design no contexto político e social contemporâneo.

A maioria dos autores que atuam nesse cenário operam informalmente, ou seja, são indivíduos ou grupos editoriais de pequeno porte. Alguns se configuram como uma Micro ou Pequena Empresa ou, mesmo Microempreendedor Individual, contudo, o que nos interessa destacar é que não é este fator que determina a qualidade do que se apresenta, a seriedade do que se oferece, muito menos o “grau” de independência desses autores.

1 banca Tijuana: <https://cargocollective.com/tijuana/SOBRE-ABOUT>. Acesso em 19 fev. 2019

Outro aspecto que potencializa a produção autoral e independente foi o surgimento de eventos e feiras que concentram esse tipo de produção e congrega os profissionais que estão desenvolvendo seus produtos editoriais nessa vertente. As feiras não tem o papel apenas relacionado à venda, mas sim tornaram-se locais de encontros que possibilitam a exposição, troca de conhecimentos e práticas a respeito desse segmento e estimulam o contato de vários grupos, coletivos e autores dos mais diferentes projetos que estão sendo desenvolvidos no país e, algumas vezes, também em realidades internacionais.

A CENA CONTEMPORÂNEA DAS AUTO PUBLICAÇÕES OU PUBLICAÇÕES INDEPENDENTES

Nos últimos anos vimos surgir locais diferenciados que buscam cada vez mais oferecer publicações de maneira diferente das dinâmicas de editoras e livrarias tradicionais, bem como reúnem e apresentam obras com estruturas ou conceitos que se afastam dos modelos convencionais, usuais ou tradicionais e, conseqüentemente, estimulam o avanço da produção cultural em uma nova vertente e sob aspectos diferenciados, oportunizando iniciativas e estimulando o desenvolvimento criativo e expressivo.

Esses eventos e feiras parecem ser a eclosão de fato de um cenário editorial que busca uma profissionalização e sequencialidade nos títulos. Como veremos mais adiante, a produção de livro independente não começou com estes eventos, tampouco cessou em algum determinado momento da história do livro. Houve épocas de maior ou menor evidência, assim como o mercado *mainstream* tradicional também tem as suas flutuações.

A realização desse tipo de feiras teve seu início em 2007 quando foi inaugurada a Banca Tijuana decorrente de uma ação da Galeria Vermelho, na capital de São Paulo. A proposta envolveu a criação de um espaço expositivo “apto a mostrar obras de formato incompatível com o espaço expositivo tradicional, especialmente livros de artista”.¹

Ou seja, as fases iniciais da banca e da Feira Tijuana são marcadas pelo livro de artista, como exemplar único. E justificam que essa decisão foi pautada pela dificuldade de mostrar tais obras de arte em formato livro ao lado de pinturas e instalações dentro da galeria de arte contemporânea.

Entendemos que esta feira iniciou um primeiro olhar que permitiu novos materiais, livros de artistas que começaram devagar a tomar distância do status da obra de arte e assimilar a questão da ação projetual mais próxima do design e da tiragem. Este momento, portanto, talvez seja o embrião da cena atual das publicações independentes.

A Feira Tijuana de Arte Impressa é a primeira feira de publicações e livros de artista organizada no Brasil. Idealizada pela Galeria Vermelho, a Feira Tijuana, foi inaugurada em 2009, a partir de uma parceria com o *Centre National de L'Édition et de L'Art Imprimé* (CNEAI, França). Trata-se de um espaço de apresentação, distribuição e comercializa-

Figura 2: Banca Tijuana, no pátio de entrada da Galeria Vermelho, no alto à esquerda. Demais imagens da primeira feira Tijuana, em 2009, dentro da Galeria Vermelho. Disponível em: <https://cargocollective.com/tijuana>, 2019.



2 feira Tijuana: <https://cargocollective.com/tijuana/FEIRA-TIJUANA-FAIR>. Acesso em 19 fev. 2019

Figura 3: Imagens da edição 1 e 2 da Feira Plana, em 2013 e 2014, no MIS – Museu de Imagem e Som, São Paulo. Disponível em: <https://cargocollective.com/tijuana/FEIRA-TIJUANA-FAIR>, 2019

ção de publicações, livros de artista, gravuras, pôsteres. Ao longo da última década, a Tijuana se especializou em conectar editoras da América Latina. Além disso, desde 2016 a feira se tornou itinerante e, além de São Paulo, realiza edições no Rio de Janeiro, em Lima e Buenos Aires. Hoje trabalha com uma rede de editoras que abrange Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Peru, Uruguai e Venezuela. (TIJUANA, 2019)²

Somente em 2010 surgem as Edições Tijuana, um selo próprio de publicações artesanais de pequena tiragem. Podemos dizer que esse evento figurou sozinho como Banca e Feira de Arte Impressa Tijuana, focado em livro de artista, entre os anos de 2007 e 2012, até a realização da primeira Feira Plana que ocorreu em 2013.



A Feira Plana, também foi inaugurada na cidade de São Paulo, no espaço do Museu de Imagem e Som, em março de 2013. Foi a partir dessa feira que pudemos ver o despertar de outros eventos e, também de produções e objetos editoriais com tiragem maior que o exemplar único, com preocupações mais efetivas com design na composição e no uso das tecnologias de impressão e acabamento, além da maior organização dos coletivos e pequenas editoras, e conseqüentemente, maior elaboração do trabalho de conteúdo editorial nas publicações.

Em 2018, só no Brasil, foram divulgados 109 eventos com feiras dedicadas especificamente à arte impressa e a auto publicação ou, a chamada publicação independente. Tal número provém da lista online, aberta ao público disponibilizada e atualizada pelos principais realizadores desses eventos no país.³

Interessante notar que, desta lista, seis eventos não eram originalmente relacionados a este tipo de publicação, mas algo similar como, por exemplo, *Pixel Show* e *ComicCon Experience*, porém, ampliaram recentemente seus programas para abrigar este crescente segmento. Assim, dos 103 eventos criados especificamente por conta do calor da cena em todo o país no ano de 2018, foram realizados 52 no estado de São Paulo, sendo 40 desses na cidade de São Paulo. Considerando ainda a lista pública online, em 2017 ocorreram 56 feiras no Brasil; e em 2016, foram 36 feiras. A lista contém dados somente até 2016.

Considerando ainda a lista pública online, em 2017 ocorreram 56 feiras no Brasil; e em 2016, foram 36 feiras. Coletando menções às feiras realizadas em anos anteriores, nos sites, blogs e redes sociais de pessoas envolvidas com a área, estimamos um número de 20 eventos diferentes em 2015 em todo o país. Em 2014 encontramos entre 5 confirmadas na cidade de São Paulo e podemos estimar 10 feiras no país. Em 2013, o número de vai de 3 confirmadas na cidade de São Paulo, a menções que chegam a 5 feiras somadas no país.

3 Lista pública de feiras:
<https://goo.gl/hN2ymK>

WA respeito do crescimento da Feira Plana, especificamente, em 2013, a primeira feira que foi realizada no MIS – Museu de Imagem e Som, trazia 90 expositores e recebeu, aproximadamente, 4 mil pessoas. Como cada mesa/expositor reúne vários títulos, o número de editoras/coletivos cadastrados naquela edição chegou a 200.

Em 2014, no mesmo local, o evento contou com 150 expositores e recebeu 15 mil visitantes. Em 2015, houve uma redução de expositores para 120, e o número de visitantes na feira atingiu 9 mil pessoas. Em 2016, o evento voltou a aumentar e ter 140 expositores, mas não obtivemos o número preciso visitantes até o momento, mas estima-se o número 10 mil visitantes.

Em 2017, considerado o ápice da cena, o evento teve que ser realizado no prédio da Bienal de São Paulo, com 300 expositores, reunindo 18 mil visitantes. Aqui há um elemento curioso a se registrar. O impacto causado pela edição de 2017, pode sugerir o grande sucesso do evento e do interesse do público nestes tipos de publicações, ou um posicionamento, uma afirmação, uma consolidação da qualidade e complexidade destes objetos. O livro independente experimental, que dialoga com tantas áreas, que por tempos transitou tímido de mão em mão entre os autores, logo ocupou o grande centro de exposição da arte e do design contemporâneo no país.

No ano seguinte, a organização da Plana optou por mudar novamente. Deslocaram o

evento em 2018 para a Cinemateca Brasileira, com menos espaço, mas ainda assim recebendo o número robusto de 200 expositores e 12 mil visitantes. O tema da vez foi “Retorno ao nada” e a programação paralela, não ficou centralizada na criadora. Teve curadoria coletiva, contando com 20 editoras, artistas e produtoras culturais que desenharam as atividades.

Após catalisar um importante movimento de popularização da auto publicação e das editoras de pequeno porte no Brasil, a Plana chega à sua sexta edição anual. Já passamos por diversos espaços e centros culturais como a Bienal de São Paulo e fizemos pequenas versões em outros estados e cidades. A Plana – Festival internacional de Publicações de São Paulo, acontece em março de 2018 e trata do tema “retorno ao nada”. O Festival se propõe a fomentar projetos não só no âmbito da cultura gráfica, mas também inspirando ideias políticas e sociais por meio de debates, conversas e encontros. Para a edição do Nada, foram convidadas 20 editoras, artistas e produtores culturais que desenharam coletivamente a programação de palestras, exposições e atividades paralelas à feira.⁴

Ou seja, além de deixar claro também a questão coletiva e transdisciplinar que estes produtos demandam, mostra que não se tra-

ta apenas de um mercado, mas de uma práxis cultural, um fazer conectado à reflexão.

Notamos que a maioria destes eventos foram criados para terem uma edição única, sem continuidade. De acordo com o documentário *Impressão Minha*, produzido pela Peripécia Filmes, destes eventos de 2018 que ocorreram no Brasil todo e que mencionamos acima, 25 são regulares.⁵ Ou seja, já tiveram mais de uma edição e/ou estão organizados de forma a terem mais edições em breve. O jornalista Ronaldo Bressane, no artigo publicado no MECA Journal #18, em março de 2018,



4 MASTROMAURO, Giovana. Site da Plana – Festival Internacional de Publicações de São Paulo. 2018. Disponível em: <http://www.feiraplana.org/Plana> Acesso em 19 fev. 2019.

5 Documentário: <http://impressaominha.com.br/> Acesso em 19 fev. 2019.

6 Meca Journal #18, 2018. Disponível em: <http://meca.love/midia-mecajournal-018/> Acesso em 19 fev. 2019.

Figura 4: Imagens da edição de 2017 da Plana Festival, dentro do Pavilhão da Bienal. Disponível em: <http://lote42.com.br>

atualiza para 30 este número de eventos que acontece anualmente regularmente.⁶

De todo modo, os dois levantamentos citados, tanto o documentário, quanto matéria do jornal, concordam que as cinco feiras regulares que figuram como as mais representativas hoje, estão na cidade de São Paulo e são elas: Plana Festival; Feira Tijuana; Ugra-Fest/Des.gráfica, geralmente realizada no MIS; Feira Miolo(s), na Biblioteca Mário de Andrade; e Printa Feira, no SESC.

Ao visitar estes espaços, percebemos que, apesar de diferenças sutis, a enorme quantidade de publicações e criadores, de diferentes origens e histórias pessoais, tratando dos mais variados assuntos, faz com que todas operem mais ou menos da mesma forma que a Plana e em sintonia com a dinâmica dos eventos que aludem a contemporaneidade. Isso significa que são locais de encontros geralmente em espaços instaurados de arte e cultura, com música na maioria dos ambientes, ofertas culinárias, geralmente vegetarianas ou veganas, comercializadas em *food trucks* na porta do local ou carrinhos e áreas delimitadas no espaço interno do evento. O público participante e expositor é predominantemente jovem, mas há também algumas pessoas mais idosas que atuam na cena cultural e acadêmica. Há alguns projetos de cunho social e existe a promoção de encontros de ações políticas, tais como a discussão do feminismo contemporâneo, entre outras questões. Espaços expositivos, oficinas de

produção artesanal e artística, debates, palestras completam a programação.

O mais importante é que essas feiras possibilitam a produção autoral e valorizam a arte e o design em diversos formatos diferenciados, tais como lambes, cartazes, postais, adesivos, além de livros, zines e revistas. Tornaram-se um ponto de destacada importância que até editoras estabelecidas no mercado tradicional passaram a expor nesses eventos e a comercializar suas produções e a vender assinaturas de itens de seus catálogos. Interessante notar que as feiras que nasceram para dar espaço aos autores independentes ou as auto publicações passaram a agregar e, também, a incluir e a estimular empresas editoriais do mercado mais tradicional que apontam estar em crise e decréscimo.

Além do desfile de roupas, cabelos e acessórios que caracterizam as diversas tribos culturais que frequentam estes espaços e compram os alimentos diferenciados dos *food trucks*, as experiências que nos dedicamos a estudar são realizadas em formato de debates a respeito das publicações, palestras, oficinas, encontros, enfim, capacitações, que possivelmente estimulam o movimento a crescer e se diversificar. São atividades que visam ensinar como usar e consumir com adequação tais produtos, bem como demonstrar as próprias habilidades dos criadores entre os seus pares no mesmo espaço social e cultural.

Para esses grupos, com poder aquisitivo, são muito importantes revistas, jornais, livros,

rádio e televisão “associados à cultura de consumo, que enfatizam o aperfeiçoamento e transformação pessoais, como administrar propriedades, relacionamentos e ambições, como construir um estilo de vida realizador.” (Featherstone, 1995, p.38)

Exemplos desses desdobramentos do mercado editorial independente, como os citados, seriam as criações de lojas permanentes, que após os sucessos das feiras se sentem seguras em abrir as portas e correrem riscos financeiros. Duas dessas lojas se destacam: mais uma vez a Plana, com sua Casa Plana, na badalada rua Fradique Coutinho, na Vila Madalena em São Paulo, e a Sala Tatuí, uma evolução da Banca Tatuí, situadas na rua Barão de Tatuí, no bairro da Santa Cecília. Aliás, esse projeto todo da Tatuí é uma evolução ano a ano do profissionalismo da pequena editora independente Lote42. Os dois espaços, Casa Plana e Sala Tatuí, extrapolam o conceito de loja tradicional e oferecem um ambiente com vasta programação cultural, cursos, análises e debates constantes a respeito da publicação impressa, que não cabiam mais nos poucos dias de feira.



Figura 5: Casa Plana.

Fonte: <https://www.casaplana.org/>



Figura 6: Acima, à esquerda, a Banca Tatuí. Nas outras duas imagens, a Sala Tatuí.
Fonte: Fotos de Jozz Zugliani, 2018.

Para exemplificar o tipo de produto exposto e comercializado nessas feiras, selecionamos dois exemplos de criadores que participam regularmente das feiras citadas e que podem nos ajudar a visualizar o atual cenário experimental: o Coletivo Charivari e o designer Gustavo Piqueira que trataremos a seguir, mas antes vamos nos remeter a uma ação semelhante as que encontramos hoje nesse circuito, porém, desenvolvida por estudantes recém formados na área de design.

TRÊS EXEMPLOS NA CENA DAS PUBLICAÇÕES INDEPENDENTES

Elesbão e Haroldinho Dizáin

No final dos anos de 1990 quando as publicações independentes ou auto publicações ainda não eram o assunto do momento surgiu a publicação Design de Bolso (DDB), uma zine em formato

A6, toda produzida em preto e branco a partir das tiras que eram sobras de papel de uma gráfica e que tinha como temas o design, a música e a cultura. As principais características do DDB eram a experimentação, a irreverência e o deboche que não estava apenas na visualidade das peças, mas também no contexto constituído pelas críticas a respeito do campo do design, seus discursos, suas práticas e suas políticas na forma de manifestos. Foi produzida entre os anos de 1997 a 2002. Hoje só podem ser encontradas em .pdf para *download* em vários sites ou para compra em sebos virtuais e similares. E, podemos dizer que são um exemplo de criatividade, irreverência, humor e um ação desenvolvida na esfera dos atuais projetos de publicação independente.

A dupla responsável pela criação do DDB era a autodenominada Elesbão e Haroldinho, que para lançarem seu estúdio de design - Elesbão e Haroldinho Dizáin - criaram e produziram em 1997 a zine Design de Bolso. Eram jovens recém-formados em design, sem dinheiro e frustrados com o mercado de design e os discursos dominantes na área, insatisfeitos com o que faziam nos projetos para os quais eram contratados e decidiram se lançar com a zine que, além de ser criada e produzida era também distribuída gratuitamente por eles na praia, nas saídas de cinemas, nas vernissages das galerias de arte do Rio de Janeiro, entre outros locais.

Fizeram muito sucesso com o Design de Bolso e ficaram conhecidos em várias cidades brasileiras. A zine teve sete edições com nú-

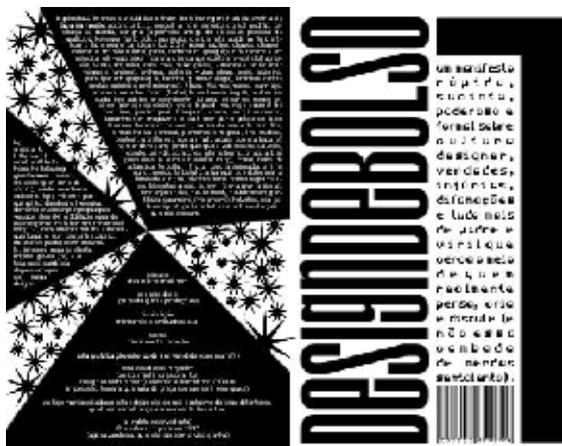


Figura 7 : Design de Bolso número 1, Elesbão e Haroldinho Dizáin, 1997. Fonte: Acervo da autora.



Figura 8 : Design de Bolso número 6, Elesbão e Haroldinho Dizáin, 2000. Fonte: Acervo da autora.



Figura 9: Números 1, 2, 3 e 7 do Design de Bolso número, Elesbão e Haroldinho Dizáin, 1997/ 2002. Fonte: Acervo

meros de 1 a 3 e de 5 a 8, isso é pularam a de número 4 de forma a suscitar o interesse das pessoas, mas nunca mais conseguiram tempo para fazer o exemplar faltante que ficou como mais uma brincadeira escondida em outros números da edição.

Em todos os exemplares exploravam experimentações gráficas e tipográficas, com sátiras a marcas e logotipos famosos. A cada edição utilizavam uma única fonte tipográfica, começando com Arial, depois Garamond, depois Futura e assim por diante. A zine Design de Bolso alcançou leitores em 15 países e matérias em publicações nacionais e internacionais.

Os experimentos realizados levaram ao desenvolvimento de uma linguagem visual muito própria, a publicação tornou-se um manifesto gráfico que era esperado por todos. A diagramação era quase uma brincadeira, quebravam códigos, subvertiam as regras propositadamente, os textos eram apresentados de forma invertida, em espiral, diagonais. Criavam pequenos jogos de palavras e imagens, sátira como nomes de marcas (Bauhalls, QuarkXPress ideias em flocos finos) e designers famosos, com slogans de campanhas conhecidas, faziam poesias, funks, criavam ditados e trocadilhos. A diversão se dava na forma e no conteúdo, bem como na ironia das críticas diretas ou veladas inerentes a área do design, por exemplo: “a única coisa que sei falar em francês é Paris; a única coisa que sei falar em inglês é Funk; a única coisa que sei falar em alemão é Bauhaus; a única coisa que sei falar em japonês é Miojo; a única coisa que sei falar em português é Design”

Foi com o DDB que aproveitaram a liberdade de expressão e experimentação, carregada de autoria, para desenvolver seu portfólio mostrando o que tinham capacidade de fazer e , como resultado captaram clientes da área cultural e de entretenimento, tais como Petrobrás, MTV, entre outras.

O espírito experimental era tão intenso que chegavam a escanear frangos assados para obter texturas diferenciadas. Além disso, exploravam a própria estrutura de uma publicação editorial. Na 4ª capa formulavam textos de agradecimentos e não agrade-

cimentos, geralmente este último em destaque. A partir da 2ª edição começaram a desenvolver cartazes onde se “auto esculhambavam” conforme depoimentos deles mesmos. Depois da distribuição mão a mão em locais de fluxo de pessoas, passaram a colocar *displays* em livrarias para a distribuição do design de bolso, depois enviavam aos interessados via correio com custo bancado por eles próprios e, por fim, chegaram a enviar e a produzir tiragens com mais de 1000 exemplares. Brincavam com o nome da publicação dizendo que era design de bolso porque a verba saía do bolso deles, hoje isso aponta uma das características das publicações independentes.

Em seu estúdio Elesbão e Haroldinho Dizáin, marca que usaram entre os anos de 1997 a 2002, trabalhavam com design gráfico, tipográfico e motion graphics. Além do Design de Bolso outros trabalhos da dupla que se destacaram foram o projeto multimídia Freak Show e a fonthouse Tipopótamo, os vídeos Las Fabulosas Formigas Tipográficas, em parceria com a MTV; a Ópera Gráfica, feita em 2011 para o encerramento do evento Freak Show, entre outros que os colocaram em destaque na mídia especializada internacional como as revistas Emigre, Étapes e Matiz.

Hoje ambos são sócios da Visorama Diversões Eletrônicas, um estúdio que faz filmes de animação e ações publicitárias para internet, clipes e aberturas de novelas e programas de TV, entre outros projetos autorais.

COLETIVO CHARIVARI

O Coletivo Charivari é formado por profissionais de diversas áreas, entre elas, design, arte, ilustração e literatura. Desde 2005, criam, experimentam, produzem, ministram oficinas e vendem nos eventos e feiras suas publicações que priorizam técnicas manuais para impressão e encadernação. Há o predomínio dos experimentos gráficos individuais que geram novas poéticas no



Figura 10: Detalhe da 1ª e 4ª capa e páginas internas do Design de Bolso número 7, Elesbão e Haroldinho Dizáin, 2001.

7 Sobre o nome charivari:
<https://colecaooliv-rodeartista.wordpress.com/2011/05/24/charivari/>

cruzamento dos trabalhos de cada membro. Cada edição explora um formato distinto.

A palavra “Charivari” na linguagem circense é o momento em que todos os artistas do circo se apresentam mostrando o que fazem de melhor.⁷ Não à toa que esse nome foi usado como título de diversos periódicos sobre humor e arte, entre eles o jornal Le Charivari, de Paris, que em 1874 acabou por batizar acidentalmente o movimento impressionista com uma crítica ácida ao quadro Nascer do sol, de Monet.

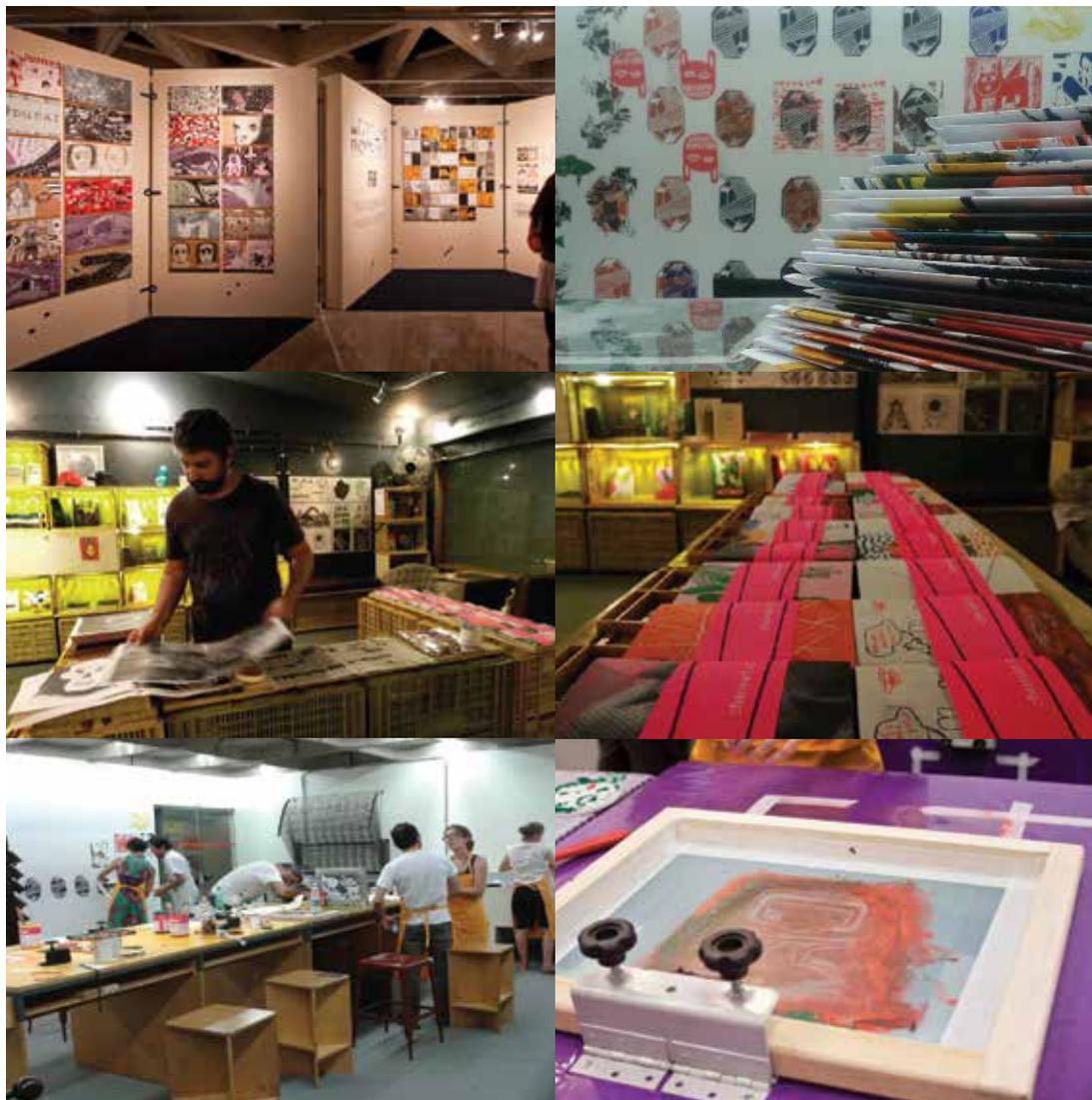
A prática coletiva, além de potencializar o conteúdo, parece instigar o grupo à outras ações. Na ocasião dos lançamentos, ou participações em eventos, vemos que essa condição de grupo permite ao Charivari organizar exposições e também oferecer oficinas práticas nas quais o público pode experimentar a linguagem gráfica e visual.

Figura 11 : “Charivari 2”, 2008.
Capa de papelão e páginas impressas em serigrafia, preto e branco, utilizando apenas as cores dos papéis variados.
Fonte: Acervo de Jozz Zugliani.



Interações como estas vão de encontro com a questão social e educativa no compartilhamento de conhecimentos e práticas relativas à criação e ao design. Além do planejamento envolvendo o aproveitamento de materiais e baixa-tiragem, o design gráfico tem uma preocupação social ao intervir na sociedade proporcionando reflexão de classe, tanto no que diz respeito a

Figura 12: Série de fotos de divulgação do coletivo, apresentando suas ações em exposições, feiras e oficinas. Disponível em: <https://buenozine.com.br/Charivari-1>
Acesso em 11 fev. 2019 .



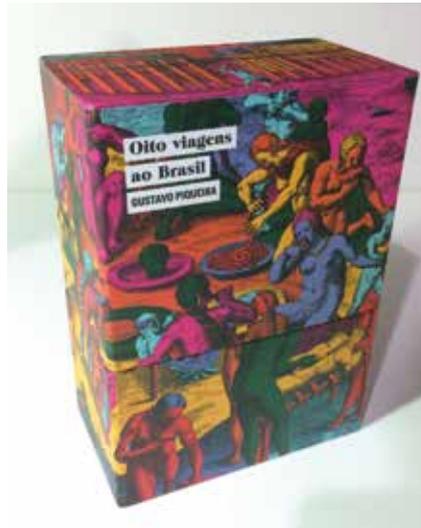
acessibilidade a uma mídia, como na criação de linguagem própria, dando voz e tornando agentes as pessoas que se viam à margem do design editorial.

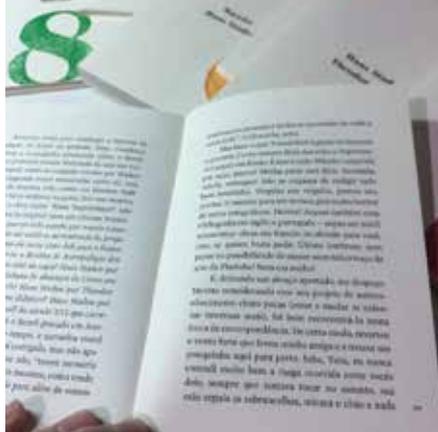
O Designer Gustavo Piqueira

Gustavo Piqueira é um designer com trabalho consolidado à frente de seu escritório Casa Rex, mas nunca deixou de lado as experimentações editoriais, organizando equipe e espaço para viabilização de projetos. Tais experimentos, embora utilizem técnicas artesanais em vários momentos, estão mais preocupados com a questão da narrativa verbal e visual. Uma atenção aos elementos táteis, dispersos e alheios às regras do código, mas que dialogam com o texto verbal, influenciando a leitura de uma história ou mesmo construindo um novo enredo. Seu trabalho evidencia o debate sobre o designer autor.

Assim como em obras anteriores e, também, na publicação *Oito Viagens ao Brasil*, Piqueira cria alguns personagens que narrem a história, gerando por sua vez um humor que potencializa a experiência de leitura, fazendo com que um conteúdo que poderia ser cansativo (por exemplo, um texto sobre a formação da imagem do Brasil no exterior, ao redor da narrativa original do alemão

Figura 13: "Oito viagens ao Brasil", Gustavo Piqueira, 2017. Caixa e capas.
Fonte: Acervo dos autores.





Hans Staden) se torne prazeroso e divertido. Destaca-se que o texto é elaborado e desenvolvido por ele, que, nesse caso, assume o papel de escritor, designer e produtor.

Essa publicação conta com a tiragem de 1000 exemplares. Composta por uma caixa de papelão revestida, que apresenta imagens retiradas das obras de Hans Staden e outras, coloridas de forma simples e “chapada”, remetendo às antigas limitações técnicas das primeiras impressões em cores no país. Dentro da caixa, encontramos oito cadernos cujos miolos foram impressos em *off-set*, mas com as costuras à mostra, sem encadernação tradicional. Os números de cada caderno foram impressos individualmente, nas respectivas capas dos mesmos, utilizando a técnica de serigrafia, na oficina da Casa Rex que é um espaço destinado aos trabalhos experimentais e manuais localizado em uma área do escritório de design.

Ao escrever também o texto, Piqueira ironiza justamente a questão da autoria, atuando da seguinte maneira: cada volume encontrado dentro da caixa é assinado por um personagem fictício diferente, sendo: uma professora, um amigo, um conhecido, o filho recém-formado da tal professora. Cada um tem uma abordagem diferente, uma voz e um discurso, e foram escolhidos e organizados por outro personagem criado, o inseguro Arthur. Ao abrir a caixa e folhear os volumes, nós percebemos que um deles é todo rasgado. A explicação para isso é que o protagonista Arthur, além de organizar todo o material, também intervém nele,

Figura 14: “Oito viagens ao Brasil”, Gustavo Piqueira. 2017. Lombada e páginas.
Fonte: Acervo dos autores.

rasgando páginas impressas cujos conteúdos ele não gostaria de ser associado e só notou depois que tudo foi impresso. O personagem inicia o primeiro volume contando sobre sua mãe e outros dramas pessoais para justificar suas escolhas em uma obra que deveria, segundo os princípios convencionais, ser séria e informativa.

Ou seja, Piqueira se apropria do texto até na sua criação e manipulação do seu conteúdo e não apenas na sua diagramação. Associada a todos os elementos estruturais, é ele quem conta algo ao público. Mescla a memória do conteúdo histórico com a memória afetiva dos personagens, e conseqüentemente, do leitor, gerando uma interação inesperada. Por fim, a maneira como o leitor compreende, se envolve e aprende o conteúdo desta obra se compara com a forma com a qual a informação nos é oferecida na contemporaneidade, fragmentada, com fontes questionáveis e repleta de digressões.

Tais preocupações relacionadas com a literatura, como visto nos dois exemplos acima, não é algo novo. Década após década, algum movimento artístico inovou em algum ponto da linguagem abrindo o caminho para a cena de autores seguinte.

Giorgio Agamben (2009) retoma Michel Foucault (1969) quando trata da questão do autor e da autoria. O que importa quem fala, se o que se fala é uma colcha de retalhos de diversos discursos para se fechar um conceito? Esta reflexão sobre o autor e a diferença

entre a obra e o texto legado, foram decisivas para o desenvolvimento das teorias de Roland Barthes (1968), que valorizavam o papel do leitor e da leitura na coautoria. Sendo assim, podemos dizer que o leitor-usuário do objeto editorial tem sua importância enquanto autor, pois é na sua prática (experiência/aprendizado) que a obra se conclui e se torna única, gerando, por sua vez, um novo discurso, onde o leitor passa a ocupar o espaço central, conforme prenunciava Barthes. Para Agamben (2009), a fala do autor se confunde com a de seu intérprete e o leitor do texto/legado abandona o que está analisando para seguir por conta própria, expandindo suas ideias de acordo as exigências políticas e morais de seu próprio tempo.

Com isto, podemos pensar que, ao dar conotações de sua vida, ou mesmo opiniões próprias em seu produto, tanto o artista como o designer não estão agindo de forma egoísta, mas estão na verdade refletindo o seu tempo e permitindo generosamente que seu interlocutor/leitor/usuário tenha novas visões a partir dali, visto que as interpretações se transformarão de acordo com as interpretações pessoais associadas a um determinado contexto histórico.

EXERCITANDO A AUTORIA, EXPERIMENTAÇÕES E AÇÕES POLÍTICAS

O designer Bonsiepe (1993) destaca que o campo do design está intrinsecamente ligado à produção de conhecimento, especialmente em uma sociedade dinâmica como a que vivemos nestes tempos de comunicação e informação em rede.

Por sua vez, o designer John Maeda nos diz que o conhecimento torna tudo mais simples quando é um conceito vivo, vivido e diz: “aprendi que os designs de produtos mais bem-sucedidos (...) são aqueles que estão profundamente ligados a um contexto maior de aprendizagem de vida” (Maeda, 2007, p. 43).

Neste sentido, cabe aos designers na contemporaneidade pensar em novas formas de não somente produzir, mas experimentar e difundir o conhecimento. E, para isso devemos associar a pesquisa teórica à criação e ao desenvolvimento projetual destinados a questões que permeiam o nosso tempo explorando as possibilidades estéticas, simbólicas, sensíveis e a subjetividade que podem ser experienciadas pelo resgate da memória e das histórias de vida em um processo de interiorização e percepção do eu, bem como podemos explorar a questão do coletivo na busca e no exercício da conscientização do papel e do discurso do design e seus agentes a partir das questões sociais e políticas

que podem partir do microuniverso e constituírem um movimento de expansão para a colaboração com a sociedade.

MEMÓRIAS E HISTÓRIAS PESSOAIS EM LIVROS EXPERIMENTAIS

Já apontamos em outros textos que a memória é uma das questões fundamentais para o ser humano na conscientização e expansão da sua sensibilidade. Para os designers e os alunos em formação nessa área atuar com as memórias individuais é um exercício da maior importância para que a partir da percepção de si mesmo possa reconhecer e respeitar o outro em sua diversidade. Fato que se aplica no processo de ensino e aprendizagem dos estudantes de design e que irão construir os cenários futuros e esperamos que nesses impere uma visão mais humanizada na compreensão do outro, sujeito para o qual o design se destina e, que cada vez mais, atuará como participante e coautor nos processos de design.

Explorar a memória é uma das questões essenciais como referência à criação e ao desenvolvimento projetual. É um exercício de expansão do eu, da identidade e da percepção das diversidades e sensibilidades que compõem a vida. Se perceber e se conhecer para expandir as possibilidades de compreensão do outro, o ser humano que está ao nosso lado e que também assume o papel de sujeito e usuário na esfera do design.

Krippendorff (2000) aponta que o design deve ser centrado no ser humano para estimular as pessoas a entenderem o entendimento dos outros e o respeito às diferenças pelo direito da existência e das pluralidades. Fatos que geram a cooperação, a colaboração na construção de mundos que nascem ao lidar com a sua própria existência na concepção do sentido e da vivência na comunidade. O que envolve a ação política e a consciência social.

Tomando essas questões como parâmetros desenvolvemos ao longo dos últimos cinco anos o projeto *Livro de Memórias* que é desenvolvido na disciplina de Oficina Gráfica junto aos estudantes de design gráfico e de design de produto. Esse projeto é permeado pelo processo criativo e projetual onde o foco é o contato com si mesmo gerando processos reflexivos, de autoconhecimento e de levantamentos de informações a respeito da história de vida. Para isso o aluno vai explorar suas lembranças e buscar informações em documentos, em conversas com familiares e amigos segundo um roteiro que é flexível e serve apenas para estimular e guiar o processo de coleta de dados e informações. A partir daí são gerados painéis semânticos e conceituais que associados a um texto elaborado pelo aluno ajudam a fazer a seleção e edição em rumo ao partido conceitual do projeto e do conteúdo a ser desenvolvido a partir da criação de narrativas reais ou imaginárias ou ainda a mistura

dessas relações e de sensações. O caminho de cada um é único. E, após estruturar as principais questões conceituais e projetuais passa ao desenvolvimento da peça gráfica e formato de livro onde são utilizados procedimentos artesanais expressos por meio de monotípias, gravuras, estampas e elementos gráficos, tipográficos, colagens, desenhos, fotografia, fotogramas, impressões digitais, serigrafias que visam explorar as possibilidades expressivas e autorias na constituição das histórias de vida. Além do que esse projeto possibilita estimular a produção independente e a auto publicação.

Neste desenvolvimento projetual que elabora a expansão do eu sem desconsiderar a compreensão do outro, está a poética que se dá pela relação estabelecida entre o sensível e o objeto de criação e, ao explorar esse caminho o ser criador reflete não apenas sobre sua história e vivência, mas também sobre sua atividade e seu processo criativo e projetivo. Portanto, estamos falando das poéticas do cotidiano, presentes no objeto livro, que vão desde a interação das pessoas no sensível à construção de discursos, narrativas, questionamentos, fruição estética e, conseqüentemente, a construção de novas poéticas.

Cynfael é o livro de Rocco de Oliveira Cavenaghi que discorreu sobre as diferenças e a aceitação, sobre o amor próprio e as características intersexuais inatas a partir da criação de narrativas infantis que relatam histórias adultas em um formato de pequeno livro, anti-



go com páginas irregulares, desgastadas e metalizadas reunidas em uma encadernação costurada e com capa dura. A narrativa textual se integra e complementa com a criação de ilustrações em aquarela, desenhos em nanquim, estampas em estêncil e serigrafia. O conjunto constitui uma construção estética que ressalta a sensibilidade e remete a atenção com a pluralidade humana.

O livro **Quando se é Diabético em Viver** de Nara Mulati explorou diferentes experimentos gráficos, visuais associados a sua produção autoral de poesias e textos associando o doce e o amargo presentes na vida cotidiana. O conjunto da narrativa envolveu diferentes materiais e texturas com a integração das narrativas verbais e visuais que envolvem o leitor e aguçam as percepções dos sentidos e da sensibilidade.

Os livros **Minha Vida em Rosa** de Isabella de Matei Lugli, **Rupturas** de Amanda Miyuki Takebayashi e **Reflexo Interno** de

Figura 15: Livro de Memórias - Cynfael de Rocco de Oliveira Cavenaghi, 2018.

Fonte: Fotos de Rocco de Oliveira Cavenaghi.

Acervo da Oficina Gráfica do Laboratório de Design Contemporâneo

Figura 16: Livro de Memórias - Quando se é Diabético em Viver de Nara Mulati, 2018.

Fonte: Fotos de Nara Mulati.

Acervo da Oficina Gráfica do Laboratório de Design Contemporâneo



Figura 17: Livro de Memórias Minha Vida em Rosa de Isabella de Matei Lugli.



Figura 18: Rupturas de Amanda Miyuki Takebayashi.

Amanda Coelho Figliolia apresentam diferentes temáticas em vertentes contrastantes (sonhos, decepções, infinito no jogo entre passado, presente e futuro), mas, cada qual na criação de um universo que foi constituído por diferentes abordagens e utilização de recursos, materiais, formatos criativos e expressivos envolvendo o leitor e explorando diferentes tipos de navegação nas páginas e a interação porque ora o leitor era convidado a abrir envelopes, descobrir segredos escondidos em outros pequenos livros, bilhetes, pedaços de papel com frases, negativos fotográficos, janelas que se abriam, árvores em *pop-up* que criavam outra dimensão e ora o leitor era envolvido em luzes que piscavam, caixas que exigiam serem abertas para que a leitura ocorresse, espelhos que refletiam a imagem recortada do leitor. O jogo narrativo e expressivo que foi criado pelas autoras se estabeleceu nas diferenças entre as formas e os espaços externos e internos dos livros, os contrastes e uso de cores, nos detalhes mínimos que levavam a surpresa e ao envolvimento poético.



REVISTAS DE CUNHO POLÍTICO E SOCIAL

Vários autores entre os anos de 1990 e 2000, tais como Krippendorff (1995, 2000), Agre (2000), Poynor (2002), Heller e Vienne (2003), McKoy (2003), Margolin (2004, 2006), Manzini (2015), Portinari e Nogueira (2016) discorrem sobre o novo lugar, papel, discurso e ações do design e designers. Apontam que o design não é mais exclusividade dos designers, que a atividade projetual é um modo de vida, que o design é incrustado à sociedade, e deve considerar a questão humana e social é essencial, bem como a conscientização a respeito da ação política.

No contemporâneo o design atrelado a questão política vem à tona, pois interfere na constituição ou desconstrução de olhares e visões, sensibilidades e subjetividades que podem vir à tona por meio do discurso, do objeto das relações estabelecidas com os sujeitos a partir de propostas e ações que podem ser deflagradas ou disseminadas a sociedade, comunidade e ao sujeito na reflexão e engajamento ativista.

Diante a essa realidade temos desenvolvido junto aos alunos de 7º período, na disciplina de Projeto III do curso de Design Gráfico, uma proposta no âmbito do design editorial contemporâneo com a temática design em ação sócio-política. A proposta é levá-los a reflexão a partir de pesquisas teóricas, contextuais e referenciais visando o desenvolvimento de projetos de revis-

Figura 19: Reflexo Interno de Amanda Coelho Figliolia, 2018.

tas de cunho independente associados a propostas transmídia que colaborem para as questões sociais e políticas por meio do ativismo, da conscientização, divulgação e estímulo a grupos sociais em situações adversas ou junto às minorias.

Os projetos aqui apresentados se destacaram pela abordagem conceitual e estética associada ao cunho social e de ação política na relação com problemáticas existentes no ambiente e na vida desses jovens designers em sua vivência universitária.

Revista e Projeto R.I.M.A. – Rede Interativa Multi Arte de Júlia Comin

O projeto R.I.M.A. – Rede Interativa Multi Arte da aluna Júlia Comin deu destaque e apoio ao desenvolvimento artístico autoral feminino levando em consideração práticas sustentáveis nas etapas de criação e produção. A revista abre espaço para a representatividade da mulher no meio da arte promo-

vendo um local de troca e reconhecimento do feminino como protagonista na geração de conteúdos artísticos. A atuação é a divulgação do trabalho dessas jovens artistas e a formação de redes de colaboração, bem como o estímulo a militância no existir, o projeto tem foco no empoderamento através da difusão do trabalho de mulheres de todas as raças, orientações sexuais, cis, trans, binárias ou não e ao cuidado com o planeta.

O projeto segue uma linha experimental buscando novas texturas e formas a partir de materiais descartados, reutilizados, reciclados e *eco-friendlys* abrindo, assim, um local também de criação autoral artística da idealizadora do projeto. A revista foi constituída a partir de folhetos, encartes, páginas de revistas usadas e de jornais e propagandas descartadas no ambiente urbano, ou seja, o que era lixo transformou-se em material que constitui as páginas da revista e onde foram utilizadas técnicas de serigrafia, monotipias e aguadas com tinta guache.

Figura 20 : Processo de produção da Revista R.I.M.A. e reutilização de materiais, 2018. Fonte: Fotos de Júlia Comin e de Luiz Galassi, Laboratório de Design Contemporâneo, 2018.





Revista, Site e Instagram Toque como uma Mina de Beatriz Frozoni Ribeiro

Diante da realidade ainda machista e segregadora nas baterias universitárias a aluna Beatriz Frozoni Ribeiro explorou os conteúdos, a visualidade e ações para divulgar o funcionamento e a realidade das baterias unespianas denunciando situações constrangedoras e explorando informações e atividades que visem estimular o respeito as mulheres e a igualdade entre os integrantes das baterias universitárias da UNESP.

Além da revista impressa foi desenvolvido para o projeto transmídia peças como uma conta no Instagram e o site www.toque-comoumamina.com

Esse projeto integrou o trabalho desenvolvido na disciplina ao trabalho de conclusão de curso da aluna sob orientação da Professora Doutora Fernanda Henriques.

Revista e Projeto MIRA de Ariadne Mathias

A MIRA é um projeto que enfocou as problemáticas da saúde mental na comunidade universitária utilizando a fotografia, o ci-



Figura 21: Editorial e matéria principal da Revista Toque como uma Mina, 2018.

Fonte: Memorial do Projeto Toque como uma Mina de Beatriz Frozoni Ribeiro, Laboratório de Design Contemporâneo, 2018.

nema e o design gráfico como as principais ferramentas para dar visibilidade para causas sociais visando maior e melhor qualidade de vida para as pessoas.

Além da revista impressa foi desenvolvido cartaz, zine e conteúdo audiovisual. O projeto também integrou o trabalho de conclusão de curso da aluna sob orientação da Professora Doutora Ana Beatriz Pereira de Andrade e Co orientação da autora desse texto.

Revista e Projeto Transmídia DIZ expressão e cultura de Michael Garcia e Gabriel Rangel



Figura 22: Cartazes do Projeto MIRA, 2018.
Fonte: Memorial do Projeto MIRA de Ariadne Mathias, Laboratório de Design Contemporâneo, 2018.

Visando denunciar e conscientizar as pessoas a respeito dos preconceitos para com as minorias a revista e o projeto transmídia DIZ abordará em sua edição temática de número zero o discurso de ódio nos movimentos de extrema direita a partir de uma perspectiva preta.

A proposta da revista é explorar temáticas a respeito dos preconceitos e na sequência apresenta dados da realidade objetivando despertar a consciência dos leitores. Além da produção dos textos e conteúdos devo destacar nesse projeto a integração e formação de equipes interdisciplinares com alunas dos cursos



de artes e de relações públicas. Outro aspecto foi o planejamento gráfico, metodológico e de transmídia muito bem desenvolvido e apresentado, conforme podemos ver a seguir.

Krippendorff (2000) aponta que atuar com o ser humano no centro do design significa explorar o discurso do design e a constituição dos futuros modos de vida o que se dá por meio da linguagem.

Através da linguagem decidimos o que o designer é. Através da linguagem negociamos e aceitamos deveres e narramos o futuro em que nossas intenções se tornarão reais. Através da linguagem organizamos equipes, defendemos nossas ideias e estimulamos stakeholders a formar redes que possam levá-los à realização. A educação em design está em grande parte discutindo, argumentando, testando e julgando (...) A educação em design é o lu-

Figura 23: Imagem do Projeto e Revista DIZ, 2018.



Figura 24, 25 e 26: Sequência de imagens do Projeto e Revista DIZ, 2018.

Fonte: Memorial do Projeto DIZ de Michael Garcia e Gabriel Rangel, Laboratório de Design Contemporâneo, 2018.

23 mil pessoas
23 mil pessoas
negras são assassinadas anualmente
e você ignora isso
pois está vendendo
por seus privilégios.



gar em que estudantes de design aprendem um modo de falar e pensar próprio aos designers. Revista de design, aulas, prêmios conferidos ao bom design, e até anúncios que apresentam algo como sendo design, tudo isso não diz respeito apenas a objetos projetados, mas também a mudanças que adicionam ou subtraem algo daquilo que o design é na nossa cultura. (Krippendorff, 2000, p.93)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer desse texto pudemos ver que a realidade da contemporaneidade é plural, uma vez que convivemos ao mesmo tempo propostas que remetem ao moderno junto a outras que mesclam o funcional e o inovador e, ainda junto a grupos e comunidades que exploram questões muito atuais e diferenciadas que refletem o pensamento e a tradução do tempo no qual vivemos. Assim convive o design gráfico editorial ao mesmo tempo em que se desenvolvem ações do design editorial contemporâneo. Evidentemente, que esses diferentes pensamentos e formas de

agir geram conflitos e dúvidas, mas abrem caminhos para muitas possibilidades de ação em diferentes esferas e sentidos.

Fato semelhante ocorre com as publicações denominadas de independentes, uma vez que elas não podem ser consideradas apenas como uma ação contemporânea, pois segundo indicamos no texto outros grupos em diferentes momentos históricos já desenvolveram proposta semelhantes na chamada independência editorial, mas o ressurgimento e o fortalecimento dessa nova cena traz a tona outras e novas questões, discussões e dinâmicas e podemos acompanhar a constituição de uma nova cena que, por sua vez cria e estimula um novo mercado e outras formas de exposição e disseminação de conteúdos valorizando a autoria individual ou coletiva, a relação entre o imaterial e o material, entre o tecnológico e o artesanal, entre a tradição e a renovação. Ou seja, os caminhos são múltiplos e diversos e se refletem na produção de objetos e publicações editoriais em diferentes enfoques de autoria. Mostramos três exemplos, em diferentes abordagens e modos de criação e produção que exploram o design editorial contemporâneo em seus aspectos experimentais, inventivos, singulares e expressivos. A dupla de designers denominada Elesbão e Haroldinho exploraram a experimentação em um primeiro momento movidos pela indignação e o que propunham como deboche, crítica e ruptura os levou a se estabelecerem no mer-

cado cultural e de entretenimento, inclusive fazendo-os abandonarem a vertente da independência autoral. Por outro lado, o Coletivo Charivari desenvolve propostas pautadas na visualidade e no compartilhamento, disseminação de informações e conhecimentos que gera um mote contínuo que retroalimenta a divulgação de seus trabalhos e das produções em uma outra forma de explorar a autoria. Enquanto o designer Gustavo Piqueira desenvolve o papel de autor no sentido mais amplo na concepção e criação de textos e narrativas verbais estabelecendo intensas relações de linguagem e expressividade gráfica e visual. Observar e refletir sobre esses movimentos e dinâmicas implicam necessariamente o pensar sobre o sujeito e as relações sociais e políticas que se estabelecem no pensamento, nos discursos e nas práticas contemporâneas que influenciam e se colocam como condição essencial no ensino para a formação de novos profissionais, indivíduos e sujeitos políticos que constituíram a sociedade construindo novos rumos, mas para isso o conhecer a si mesmo por meio das memórias e histórias pessoais, exercitar as ações e o pensamento no âmbito sócio político torna-se essencial para conhecer e agir junto ao outro, as comunidades e a sociedade pautados na conscientização e importância a respeito da diversidade e das sensibilidades a partir do campo de ação do design.

REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, G. *O que é o Contemporâneo?* e outros ensaios. Santa Catarina: Editora Argos, 2009.
- AGRE, Philip E. *Notes on the New Design Space*. Red Rock Eater News servisse (RRE)., 2000 In: <http://dlis.scis.ucla.edu/people/pagre/rre.html>. Acesso em 20 maio de 2017.
- BARTHES, Roland. A Morte do Autor (1968) In: *O rumor da língua*. Tradução de Mário Laranjeira. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.
- BENJAMIN, Walter. O Autor como Produtor In: *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- BONSIEPE, Gui. *Design, Cultura e Sociedade*. São Paulo: Blucher, 2011.
- BONSIEPE, Gui. *Las Siete Columnas Del Diseño*. Havana: ONDI/ ISDI, 1993.
- BRESSANE, Ronaldo. Multiplicar e dividir. *Meca Journal*, São Paulo, p.10-13, mar. 2018. Disponível em: <http://http://meca.love/midia-mecajournal-018/> Acesso em: 05 fev. 2019.
- BURDICK, Anne. What has Writing got to do with Design? In: *Eye*, vol.3, nº 9, 1993, p.4.
- CALDWELL, Cath; ZAPATERRA, Yolanda. *Design Editorial*. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.
- CALENÁRIOS DE FEIRAS DE PUBLICAÇÕES INDEPENDENTES. *Lista pública de eventos*. Disponível em: <https://goo.gl/hN2ymK> Acesso em 19 fev. 2019.
- CAVENAGHI, Rocco de Oliveira. Cynfael. *Bauru: Oficina Gráfica*, Laboratório de Design Contemporâneo (publicação independente), 2018.
- COHN, Sergio. *Revistas de Invenção*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2011.
- COLETIVO CHARIVARI, *Charivari* nº2, São Paulo, 2008. Publicação independente.
- COMIN, Júlia. *Revista e Projeto R.I.M.A.* – Rede Interativa Multi Arte. Bauru: Oficina Gráfica, Laboratório de Design Contemporâneo (publicação independente), 2018.
- DESIGN DE BOLSO. Disponível em: <http://www.tipocracia.com.br/tpc10/convidados/elsesbao-haroldinho/>, Acesso em: 05 mai. 2019.
- ELESBÃO E HAROLDINHO DIZAIN. Disponível em: <https://vimeo.com/visorama>, Acesso em: 05 mai. 2019.
- ESKILSON, Stephen F. *Graphic Design a new history*. London: Laurence King Publishing, 2007.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-Modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FERLAUTO, Claudio. *O Tipo da Gráfica, uma continuação*. São Paulo: Edições Rosari, 2002.
- FIGLIOLIA, Amanda Coelho. *Reflexo Interno*. Bauru: Oficina Gráfica, Laboratório de Design Contemporâneo (publicação independente), 2018.
- FOUCAULT, Michel. O que é um Autor?. In: *Bulletin de la Societé Française de Philosophie*, 63o ano, no 3, julho-setembro de 1969, ps. 73-104.
- GARCIA, Michael; RANGEL, Gabriel. *Revista e Projeto Transmídia DIZ*. Bauru: Oficina Gráfica, Laboratório de Design Contemporâneo (publicação independente), 2018.
- HELFAUND, Jessica. *Screen: Essays on Graphic Design, New Media, and Visual Culture*. London:
- HELLER, S.; VIENNE, V. (Org.). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*. Nova York: Allworth Press, 2003.
- IMPRESSÃO MINHA. *Direção*: Daniel Salaroli, Gabriela Leite e João Victor Rabello. São Paulo: Peripécia Filmes, 2018. Disponível em: <http://impressaominha.com.br>. Acesso em: 05 fev. 2019.
- KHOURI, Omar. *Noigrandes e a Invenção*: Revistas porta-vozes da poesia concreta. São Paulo: FACOM, n.16, 2006.
- KHOURI, Omar. *Revistas na era do pós-verso*: revistas experimentais e edições autônomas de poemas no Brasil, dos anos 70 aos 90. Cotia-SP: Ateliê Editorial, 2003.
- KRIPPENDORF, Klaus. Design Centrado no Ser Humano. In: *Estudos em Design*, v.3, pp.87-98, Rio de Janeiro: AEND, 2000.
- _____. Redesigning Design: An Invitation to a Responsible Future. In: Paivi Tahkokallio, Susan Vihma. *Design – Pleasure or Responsibility?*. Helsinki: University of Industrial Arts, 2005.
- LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência - O Futuro do Pensamento na Era da Informática*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- _____. *A Inteligência Coletiva*. São Paulo: Loyola, 1998.

- LOTE 42. *Homepage oficial*. Disponível em: <http://www.lote42.com.br/feira-miols-2015/index.html>>. Acesso em 19 fev. 2019
- LUGLI, Isabella de Matei. *Minha Vida em Rosa*. Bauru: Oficina Gráfica, Laboratório de Design Contemporâneo (publicação independente), 2018.
- LUPTON, Ellen e MILLER, Abbott J. (Orgs.) *ABC da Bauhaus*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- LUPTON, Ellen e MILLER, Abbott J. *Design, Escrita, Pesquisa: A escrita no design gráfico*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- MAEDA, John. *As Leis da Simplicidade*. Ribeirão Preto: Novo Conceito, 2007.
- MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press, 2001.
- _____. Importação/Exportação: fluxo de trabalho no design e estética contemporânea, 2008 In: Helen Armstrong. *Teoria do Design Gráfico*. São Paulo: Ubu Editora, 2019.
- MANZINI, E. *Design, When Everybody Designs: Introduction to Design for Social Innovation*. London: The MIT Press, 2015.
- MARGOLIN, V. O Designer Cidadão In: *Revista Design em Foco*, Salvador: EDUNEB, v. III, n.2, jul/dez, p. 154-150, 2006.
- MARGOLIN, V; MARGOLIN, S. Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa In: *Revista Design em Foco*, Salvador: EDUNEB, vol.1, n. 01, jul/dez, p. 43-48, 2004.
- MATHIAS, Ariadne. *Revista e Projeto MIRA*. Bauru: Oficina Gráfica, Laboratório de Design Contemporâneo (publicação independente), 2018.
- McCOY, K. Good Citizenship: Design as a Social and Political Force. In: HELLER, S.; VIENNE, V. (Org.). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*. Nova York: Allworth Press, 2003, p. 2-8.
- MOURA, Mônica C. *O Design de Hipermissão*. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - PPG em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo.
- MOURA, Mônica. ANDRADE, Ana Beatriz. O Papel das Memórias no Design Contemporâneo In: *Ensaio em Design: ações inovadoras*, Carrara, C et all. Bauru: Canal 6, 2016.
- MULATI, Nara. *Quando se é Diabético em Viver de Nara*. Bauru: Oficina Gráfica, Laboratório de Design Contemporâneo (publicação independente), 2018.
- MUNIZ Jr., José de Souza. *O grito dos pequenos: independência editorial e bibliodiversidade no Brasil e na Argentina*. São Paulo: Balão Editorial, 2010.
- _____. *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.
- PIQUEIRA, Gustavo. *Oito viagens ao Brasil*. WMF Martins Fontes. São Paulo, 2017.
- _____. *Entrevista*. In: www.youtube.com/watch?v=ZCctek90GkM&t=159s, (2017), acesso em 17 de abril de 2019.
- PLANA, Feira. *Homepage oficial do evento*. Disponível em: <<http://www.feiraplana.org/>>. Acesso em 19 fev. 2019
- PORTINARI, Denise; NOGUEIRA, Pedro Caetano Ebohi. Por um design político In: *Estudos em Design Revista* (online). Rio de Janeiro: v. 24, n. 3 [2016], p. 32 – 46.
- POYNOR, R. *No más normas diseño gráfico posmoderno*. Barcelona: G.Gilli, 2002.
- POYNOR, Rick. *Design Without Boundaries*. London: Booth Clibborn Editions, 1998.
- Princeton Architectural Press, 2001
- RIBEIRO, Beatriz F. *Revista e Projeto Toque como uma Mina*. Bauru: Oficina Gráfica, Laboratório de Design Contemporâneo (publicação independente), 2018.
- SARMENTO, Fernanda. *Definição Design editorial* In: <http://fernandasarmento.com/pesquisas-textos/design-editorial-das-revistas-italianas-no-seculo-xx/>, acesso em 15 de março de 2018.
- TAKEBAYASHI, Amanda M. Rupturas. *Bauru: Oficina Gráfica, Laboratório de Design Contemporâneo* (pub. independente), 2018.
- TIJUANA, *Feira de Arte Impressa*. Homepage oficial do evento. Disponível em: <<https://cargocollective.com/tijuana/>>. Acesso em 19 fev. 2019
- WARDE, Beatrice. A taca de cristal ou a impressão deve ser invisível (1932) In: Michael Bierut, Jessica Helfand, Steven Heller, Rick Poynor (Orgs.). *Textos Clássicos do Design Gráfico*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.



MÔNICA MOURA

Realizou estágio pós-doutoral na Universidade do Minho, Guimarães, Portugal (2016) e pós-doutorado sobre Design Contemporâneo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2012). Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Bacharel e Licenciada em Artes Visuais e Arte Educação pela Faculdade Belas Artes de São Paulo. Técnica em Design de Interiores pela Escola Carlos de Campos. É Professora Doutora do Departamento de Design e professora credenciada e orientadora de mestrado e doutorado no Programa de Pós-graduação em Design, FAAC/UNESP, Campus de Bauru, onde também atua como Coordenadora do Laboratório de Pesquisa, Extensão e Ensino em Design Contemporâneo (LabDesign) e preside a Comissão "Redesign" de atualização do Projeto Político Pedagógico dos Cursos de Graduação em Design da Unesp. É líder do Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura (CNPq/UNESP). Tem experiência no ensino e na pesquisa em design, bem como nos segmentos de design de interiores, produto, gráfico, moda. Realiza pesquisas nessas áreas, atuando principalmente com os seguintes temas: Design Contemporâneo; Memória, História e Autoria na Contemporaneidade; Transdisciplinaridade e Interdisciplinaridade; Teoria e Crítica do Design; Ações Políticas e Sociais no Design (Inclusão, Inovação Social, Sustentabilidade).

JORGE OTÁVIO ZUGLIANI

Mestrando em Design pelo PPG Design da UNESP e membro do Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura (CNPq/UNESP) desde março de 2018. Bolsista pelo PROEX/Capes desde Março/2019. Graduiu-se em Desenho Industrial pela Universidade Mackenzie (2006) e concluiu a pós-graduação lato sensu em Design Editorial pela Universidade SENAC(2012). Estudou desenho e ilustração na Quanta Academia de Artes, em São Paulo. Desde 2007, ministra cursos e oficinas de arte em várias instituições, como SESCs, Fábricas de Cultura e Bibliotecas Municipais de São Paulo. Em 2008, ganhou o Troféu HQMIX na categoria Desenhista Revelação e desde então passou a trabalhar com vários estúdios, editoras e produtoras. Com cinema de animação, trabalhou principalmente no Filme de Papel, de Alê Abreu, participando da produção do curta Passo e dos longas O Garoto Cósmico e O Menino e o Mundo. Publicou os livros de história em quadrinhos O Circo de Lucca (Ed. Devir), Zine Royale (independente), Mentalos (Ed. Annablume), Otelo, Rei Lear e A Luta Contra Canudos (Ed. Nemo), e Piedra, Papel o Tijera (Mojito Editorial/ ARG) e a versão em português deste último, Pedra, Papel ou Tesoura (Garabato Editorial). Em 2010, viajou alguns meses por países da América do Sul. Um dos frutos desta pesquisa foi o livro artesanal/exposição América Dibujada, uma interpretação visual da obra As veias abertas da América Latina, do escritor uruguaio Eduardo Galeano, gerando uma exposição no IPHAN de Paraty(RJ) em 2013. Em 2013, regressou a Jaú(SP), onde mantém o Atelier Garabato, empresa própria, oferecendo cursos e promovendo eventos culturais. Atualmente é professor de artes e design em escolas e faculdades.

