



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O VALOR DO DESIGN GRÁFICO NAS PUBLICAÇÕES DA EDUFBA¹

Flávia di Garcia Rosa

Diretora da Editora da Universidade Federal da Bahia

PALAVRAS-CHAVE

1. Editoras Universitárias 2. Design 3. Evolução

SUMÁRIO

Resumo

Introdução

Histórico da criação da EDUFBA

Espaço conquistado pelas editoras universitárias

Mudanças estruturais na EDUFBA

Novo design gráfico para as publicações

Conclusão

RESUMO

Esse trabalho mostra a transformação visual-gráfica pela qual passou a produção da Editora da Universidade Federal da Bahia - EDUFBA desde a sua criação até os dias atuais e como isso ocorreu.

A mudança efetiva acontece a partir de setembro de 1998 com a criação de um Setor de Editoração estruturado, com equipamentos e softwares adequados a

¹ Trabalho apresentado no NP04 – Núcleo de Pesquisa Produção Editorial, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



atividade editorial e com a formação de uma equipe composta por profissionais especializados e estagiários da área do design gráfico.

Essa mudança traz confiabilidade de outras editoras situadas no mercado editorial do sudeste para co-edições (como a UNESP), maior satisfação dos autores com a qualidade final do livro e faz também com que os livros da editora alcancem um padrão de qualidade podendo assim concorrer nas livrarias com as produções das grandes editoras

INTRODUÇÃO

A editoração universitária tem início na Inglaterra em 1534, oitenta anos após a invenção de Gutemberg, quando o rei Henrique VIII autoriza o funcionamento da “Cambridge University Press”, da Universidade de Cambridge, “destacada pelos estatutos da Universidade para desenvolver a área de publicações, cujo objetivo é disseminar o conhecimento de uma forma genérica e de contribuir para o avanço de ensino da pesquisa e da literatura”. (CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. Entrevista coletiva. São Paulo, 1990.)

No Brasil, somente em 1955 surge a primeira editora universitária, na Universidade Federal de Pernambuco, embora haja controvérsias, que indicam, que, as primeiras editoras universitárias brasileiras foram a da Universidade de São Paulo (1962) e a da Universidade de Brasília (1966). A divergência de informação se deve ao fato de grande número de editoras terem surgido informalmente dentro das Instituições, a partir de pequenos núcleos de publicações ou dentro das gráficas universitárias, sendo pois a atividade editorial confundida com a atividade industrial não havendo documentação comprobatória precisa sobre o início, de fato, das atividades editoriais propriamente ditas.

Durante muito tempo, a atividade editorial foi exercida sem considerar critérios, objetivos e política editorial definidos, apenas produzindo livros indiscriminadamente para doar ou serem esquecidos nos depósitos. Já nos anos 80, as editoras deixam de ser confundidas, na maioria das universidades, de forma simplista, com “gráficas universitárias”, respaldadas em critérios e num conselho editorial atuante, levando em conta, também o mercado no qual está inserida.



HISTÓRICO DA CRIAÇÃO DA EDUFBA

A atividade editorial, na Universidade Federal da Bahia, começa em 1957, quando o então Reitor Edgard Santos, desejando ampliar a atuação da universidade na comunidade, firmou convênio com a Livraria Progresso, Editora, de Manoel Pinto de Aguiar, para a realização de edições conjuntas, cabendo parte à Universidade e parte à Progresso.

As atividades editoriais, de fato, só começam em 1959, através da criação informal do Departamento Cultural, ligado à Coordenação Central de Extensão. Esse departamento publicava o Jornal da Universidade, a revista Universitas e algumas coleções e publicações de cunho cultural.

Com a reforma universitária em 1968, esse setor foi extinto, dando lugar, em 1970, ao Programa de Textos Didáticos, idealizado pelo reitor Roberto Santos com o intuito de viabilizar a publicação de edições experimentais de forma econômica, auxiliando os estudantes nas diversas disciplinas ministradas na Universidade. Esses textos, aprovados pelos diversos departamentos eram encaminhados para publicação e, após o trabalho editorial (composição datilográfica, normalização e revisão) era impresso na pequena gráfica do setor.

Em 1971, cria-se formalmente o Centro Editorial e Didático - CED, englobando as atividades do Programa de Textos Didáticos e do Núcleo de Recursos Audiovisuais, passando em 1974, a funcionar num mesmo espaço físico, o Núcleo de Publicações, o Núcleo de Recursos Didáticos e a pequena Gráfica Universitária, formando, assim, os três setores o Centro Editorial e Didático da Universidade Federal da Bahia.

Inicialmente, o CED não possuía uma política editorial definida e não havia uma unidade de funcionamento entre os núcleos. Posteriormente, entretanto foram criados o Conselho Editorial (1985), constituído de professores das diversas áreas de ensino da universidade, um setor de promoção e vendas e uma livraria dentro do Campus Universitário. Era o começo da transformação do CED em editora.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Em março de 1992, o Conselho Universitário aprova a proposta de transformação do Centro Editorial e Didático em Editora Universitária (projeto que tramitava desde 1987), convertendo-o em órgão suplementar da Instituição.

Em abril de 1993, o Conselho Federal de Educação autoriza, finalmente essa transformação e o CED passa a denominar-se Editora da Universidade Federal da Bahia - Edufba, ligado ao Gabinete do reitor, mas com total autonomia de ação, definitivamente separada da Gráfica Universitária, essa também transformada em órgão autônomo.

ESPAÇO CONQUISTADO PELAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS

No período do autoritarismo, a maioria das editoras universitárias se desenvolveu, de forma bastante desvirtuada. Sem linha editorial, sem compromisso com a universidade e com a comunidade, sem conselho editorial atuando para definir a filosofia editorial e sem profissionalismo para executar-lá várias editoras acabaram caindo na tentação fácil de gastar sua verba publicando poemas de autoridades universitárias, plataformas políticas ou revistinhas provincianas. (PINSKY, Jaime. A função cultural das editoras universitárias. In: Seminário Nacional das Editoras Universitárias 3. Campinas.

Anais ... pag.13. UNICAMP. 1986.).

O rigor da declaração, infelizmente tem procedência. Por muito tempo, muitas editoras universitárias mantiveram em seus depósitos resíduos de publicações que tão bem caracterizam esse período. Eram publicações às quais não só faltavam critérios rigorosos de análise de conteúdo, como também o tratamento visual-gráfico ficava inteiramente a desejar.

Um grupo de editores universitários começa, de fato a querer mudar inteiramente a imagem dessas editoras. A “largada” nesse processo é dada pelas editoras nordestinas que de forma bastante positiva irão colaborar para novos rumos na editoração universitária. Em 1982 a Universidade Federal do Ceará promoveu o I Encontro Nordestino de Editoras Universitárias quando se discutiu a problemática do livro

1 Trabalho apresentado no NP04 – Núcleo de Pesquisa Produção Editorial, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



universitário, sobretudo no que se refere a distribuição. Nessa ocasião, os editores universitários presentes decidem criar uma sistemática de distribuição universitária do livro. Esse intercâmbio iniciado entre as editoras nordestinas será estendido posteriormente às demais editoras universitárias de todo Brasil, formando uma grande rede de intercâmbio e contribuindo de forma determinante para mudanças nos critérios para publicação e definição de uma política editorial voltada também para o mercado. O livro universitário não estaria restrito apenas a um mercado interno, ele passa a atingir um mercado mais amplo, alcançando, muitas vezes um público mais exigente. Houve por outro lado, uma multiplicação dos pontos de vendas e livrarias dentro dos “campi” universitários, tornando-se essa uma alternativa capaz de privilegiar obras nacionais além de possibilitar a cada editora universitária avaliar comparativamente sua produção com as demais, em termos sobretudo qualitativos, incluindo nesse caso, tanto a forma como o conteúdo. Esse intercâmbio entre as edições universitárias, aumentou o índice de adoção, por parte dos professores, dos livros produzidos por outras editoras universitárias criando-se uma nova mentalidade no âmbito das instituições no que se refere à publicação, produção e divulgação de títulos.

Por outro lado, os editores universitários sentem a necessidade de discutirem de forma mais ampla os problemas comuns, buscando soluções que beneficiassem a todos. A década de 80 será um marco na editoração universitária. Ampliando cada vez mais essas discussões, buscando soluções e congregando um número cada vez maior de editoras – e editoras que já eram consideradas um referencial, como: UNB, UNICAMP, USP e UNESP – cria-se, então, em 1987, a Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU) que passou a abrigar a rede de distribuição de livros denominada Programa Interuniversitário para Distribuição do Livro (PIDL) já em pleno funcionamento, transformando-a em uma de suas coordenadoras.

Os próximos dez anos serão marcados pela tentativa de mudança na grande maioria das editoras. Era o momento de se colocar em prática tudo o que foi discutido na década anterior. Nesse aspecto, o fato das editoras possuírem uma associação, a ABEU, colaborou de forma decisiva. para que editoras universitárias situadas fora do maior mercado editorial brasileiro, o eixo Rio/São Paulo, participassem de feiras de



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

livros nacionais e internacionais, as grandes Bienais do Livro do Rio de Janeiro e São Paulo, divulgando uma grande produção de títulos de qualidade, até então, desconhecidos.

Há uma preocupação cada vez maior com o que está se colocando no mercado, objetivando atender não somente as necessidades locais da instituição na qual a editora está inserida, bem como as necessidades do mercado externo. Desse modo, o investimento das editoras não será apenas nas suas publicações mas na própria identidade corporativa. Várias editoras mudaram ou atualizaram o seu logotipo, criaram outros produtos onde a aplicação do “logo” da editora colaboraria para a fixação da imagem. Outras adotaram nomes fantasia, como por exemplo: a Editus, Editora da Universidade de Santa Cruz, a Grifos, da Universidade do Oeste de Santa Catarina.

A publicação de catálogos com a relação dos livros publicados e lista de preços passa a fazer parte da estratégia de marketing da maioria das editoras. As publicações serão pensadas em termos de projeto editorial de forma coerente com o conteúdo, passando haver inclusive a necessidade de realizar-se uma pesquisa iconográfica para atender as exigências do projeto gráfico e conseqüentemente, tornar a obra mais agradável ao leitor. Finalmente, a presença de profissionais especializados nos quadros de pessoal das editoras ou a terceirização de alguns serviços colaborará, sem dúvida, para o aprimoramento visual das publicações e do livro como um todo. O livro produzido pelas editoras universitárias brasileiras não recebem mais a denominação “maldosa” de livro “chapa branca” ou “livro institucional” com a conotação de “livro de qualidade duvidosa”.

MUDANÇAS ESTRUTURAIS NA EDUFBA

A editora da UFBA participou, desde o início, de forma bastante ativa, de todo esse processo que culminou com a criação da ABEU. Ainda como Centro Editorial e Didático, nos anos 70, preocupou-se com a criação de logotipo para o CED. Os livros já não eram mais padronizados como se fossem apostilas. Havia, no entanto, uma preocupação em definir um projeto gráfico coerente com a tecnologia gráfica

1 Trabalho apresentado no NP04 – Núcleo de Pesquisa Produção Editorial, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



disponível, que de fato limitava muito o processo de criação daqueles que na ocasião trabalhavam no setor de arte do CED, alunos bolsistas dos cursos de Artes Plásticas e Jornalismo da própria UFBA, além de um desenhista, autodidata, excelente ilustrador, funcionário da Universidade, bem como uma grande preocupação com os elementos do livro, tais como, folha de rosto, ISBN, ficha catalográfica e a própria normalização de referências e notas bibliográficas.

As ilustrações eram feitas à nanquim, a prancheta e a régua paralela eram “equipamentos indispensáveis” letra-set, normográfico, máquinas IBM elétricas para composição do texto. Por outro lado, se a pré-impressão era ainda tão artesanal, a impressão offset possibilitava que as capas dos livros tivessem uma boa qualidade.

As novas tecnologias de composição de texto, ou seja, a editoração eletrônica através do uso de PCs só se tornará realidade no meado dos anos 90, quando o CED já havia se transformado em Editora da UFBA. Na realidade, inicialmente a Edufba contava com um PC que trabalhava apenas com o Word. Alguns serviços editoriais eram então terceirizados, bem como os serviços gráficos.

Através de concurso, foi escolhido um logotipo para Edufba que passará a constar de todas as suas publicações e de outros impressos utilizados pela editora embora não tenha sido feito um estudo mais profundo de utilização do logotipo.

Em setembro de 1998 tem início uma fase de reestruturação interna de fundamental importância para que a Edufba chegasse aos resultados atuais. Primeiramente, criou-se um Setor de Editoração estruturado com equipamentos (computadores) e softwares adequados a atividade editorial. Devido a falta de pessoal técnico que dominasse as novas tecnologias, convidamos alguns alunos do Curso de Desenho Industrial da UFBA com habilitação em Programação Visual para estagiar na editora que vieram juntar-se a única programadora visual nos quadros da Edufba, que na ocasião encontrava-se em São Paulo concluindo pós-graduação na área.

Algumas mudanças tecnológicas tinham ocorrido, como por exemplo a utilização de um novo sistema de impressão através de máquina reprográficas, próprias para impressão editorial por demanda, ou seja a partir da quantidade necessária, não mais para estocar. Estes equipamentos que eram pouco utilizados pela Editora mas



encontravam-se disponível na Universidade, passam a ser utilizados pela Edufba para impressão do miolo de seus livros.

O retorno da programadora visual com a conclusão do seu curso, coincide com a contratação, através da Fapex – Fundação de Apoio Pesquisa e Extensão –, gestora financeira da editora, de 03 designers formados pelo Curso de Desenho Industrial da UFBA (ex-estagiários) e 03 novos estagiários do mesmo curso. Essa equipe, formada por jovens designers, será responsável por essa evolução no design editorial das publicações da Edufba. Aliando a sensibilidade estética, domínio da tecnologia na área de editoração eletrônica e sintonia com os novos materiais disponíveis no mercado na área de acabamento, vem se firmando cada vez mais no mercado editorial local e também a nível nacional através de uma ação conjunta com as demais editoras universitárias brasileiras.

A Edufba tem publicado uma média anual de 26 títulos em primeira edição e 10 títulos em novas tiragens, além de um grande número de trabalhos executados para outros órgãos da UFBA ou mesmo de setores privados.

NOVO DESIGN GRÁFICO PARA PUBLICAÇÕES

Nos anos 70, as edições tinham as seguintes características:

Formato 150mm x 210mm, capa monocromática, papel altalvura 180g capa sem plastificação, miolo em composição datilográfica (reduzida no fotolito).

Evoluiu para utilização de cartolina 180g cor cinza.

Já passa a utilizar duas cores na capa, sendo a mesma plastificada. A composição do miolo não evoluiu.

A partir da década de 80, as capas já apresentam algumas características inovadoras.

Finalmente, na segunda metade dos anos 90 ocorrem, de fato mudanças que fazem a diferença.

Hoje, cada novo projeto é planejado, discutido buscando-se um aprimoramento do aspecto físico do livro. Planificando as relações de tamanho de letra, forma da letra,



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

distancia entre linhas, equilíbrio entre área impressa e espaço branco (margens da mancha gráfica), harmonia entre texto e ilustração.

ALGUNS DEPOIMENTOS

“A criação da Editora Companhia das Letras mexeu com o mercado editorial brasileiro, principalmente com a forma de “fazer” o livro no seu aspecto físico. Todo mercado acompanhou esta evolução que influenciou na qualidade do produto. A Editora da UFBA não ficou de fora desta evolução e hoje equipara-se a qualquer editora comercial”.

Pinras Ely Abenhaim

Livraria Grandes Autores

“A EDUFBA, dando continuidade a suas atividades, na presente gestão, editou títulos, estabeleceu contactos e convênios com diversas instituições e universidades públicas da Bahia e do Brasil (a Coleção Nordestina, de caráter interuniversitário é um exemplo), e principalmente, com a sua pequena equipe, estabeleceu um padrão de qualidade no desenho gráfico das suas publicações”.

Fernando da Rocha Peres

Escritor

"A adoção do design como linha mestra, associada ao talento para empregá-lo, coloca o trabalho da Editora da UFBA num patamar de excelência nacional. É bom ver um trabalho criterioso e de bom gosto sendo realizado tão perto."

Luiz Celestino

Designer Gráfico e publicitário



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

CONCLUSÃO

O que significou para Edufba esse investimento e transformação no design gráfico de suas publicações ?

– Ampliação do mercado com aumento em torno de 35% no número de exemplares comercializados nos últimos três anos: 2000, 2001, 2002.

– Confiabilidade de outras editoras situadas no mercado editorial do sul, como foi o caso recente da UNESP, co-editora do livro de “História da Bahia” de autoria de Luis Henrique Dias Tavares, que deixou a cargo da Edufba o projeto gráfico e execução do mesmo;

– Maior satisfação dos autores com a qualidade final do seu livro;

– Facilidade de colocação do livro em pontos de vendas locais;

– Valorização da pesquisa desenvolvida no âmbito da Instituição que passou a dispor de uma embalagem de qualidade.

– Conquista de um maior número de leitores.

BIBLIOGRAFIA

LIMA, Edson Rodrigues de. *Aspectos Editoriais na Brasil*. Recife: Associação Brasileira das Editoras Universitárias. 1988.

ROSA, Flávia M. Garcia Rosa. *A Editoração na Universidade Federal da Bahia*. Monografia final (Especialização em Produção Editorial) – FUNDESP-UCSal, Salvador, 1994.

MARTINS FILHO, Plínio. *EDUSP: de Co-editora a Editora – um projeto editorial*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da USP, São Paulo, 1991.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. Brasil, Martins Fontes, 1991.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

BUFREM, Leilha. *Editoras Universitárias no Brasil: uma crítica para a reformulação da prática*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da USP, São Paulo, 1992.

BROCKMANN, Josef Müller. *Historia de la Comunicación Visual*. México, Ediciones G. Gili, 1998.

COSTA, Fátima Maria Dantas da. *Editoras Unioversitárias no Brasil: uma crítica para uma reformulação na prática*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da USP, São Paulo, 1992.

ROSA, Angela Dantas Garcia. *EDUFBA: Uma Nova Identidade*. Monografia final (Especilização em Design Gráfico) – Universidade Anhembí Morumbí, São Paulo, 1999.