

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESENHO E TECNOLOGIA
CURSO DE DESIGN

MARINA BEZERRA DOUEMENT

**O PAPEL SOCIAL DA DESIGNER GRÁFICA NO UNIVERSO CARTONERO
BRASILEIRO**

São Luís
2020

MARINA BEZERRA DOUDEMENT

**O PAPEL SOCIAL DA DESIGNER GRÁFICA NO UNIVERSO CARTONERO
BRASILEIRO**

Monografia apresentada ao Curso de Design da Universidade Federal do Maranhão, para obtenção do título de bacharel em Design.

Orientadora: Profa. Dra. Raquel Gomes Noronha.

São Luís

2020

Doudement, Marina Bezerra.

O papel social da designer gráfica no universo cartonero brasileiro / Marina Bezerra Doudement. – São Luís, 2020.
48 f.

Monografia (Graduação em Design) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2020.

Orientadora: Profa. Dra. Raquel Gomes Noronha.

1. Editoras Cartoneras. 2. Designer Gráfico. 3. Papel Social da Designer Gráfica. I. Título. II. Noronha, Raquel Gomes.

MARINA BEZERRA DOUDEMENT

**O PAPEL SOCIAL DA DESIGNER GRÁFICA NO UNIVERSO CARTONERO
BRASILEIRO**

Monografia apresentada ao Curso de Design da Universidade Federal do Maranhão, para obtenção do título de bacharel em Design.

Aprovado em: / /

BANCA EXAMINADORA

Raquel Gomes Noronha (Orientadora) - UFMA
Doutora em Ciências Sociais - UERJ

Márcio James Soares Guimarães – UFMA
Doutor em Desenho Industrial - UNESP

João Rocha Raposo – UFMA
Mestre em Design – UFMA

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha mãe, Dona Ana Maria, pelo apoio constante.

Agradeço a mim pela persistência e força de vontade em realizar um trabalho de conclusão de curso que me contemplasse.

Agradeço a Lia Margarida por plantar a semente, me convidar a participar de uma editora cartonera e ser minha companheira.

Agradeço a Larissa Cordeiro pelas palavras sábias, paciência, companhia e por ser (um) presente.

Agradeço a Juçara Cartonera, filha de Jurema que se mantém firme diante de tudo.

Agradeço a Eva Bacellar por introduzir o movimento cartonero na vida de Lia.

Agradeço a Raquel Noronha por não desistir dessa orientação.

E por fim, agradeço aos momentos de introspecção na infância que me permitiram apreciar um bom livro na hora do recreio e me conduziram a publicação independente.

Cartoneras para liberdade de si

O ATO DE ESCREVER é humano.

A ânsia de registrar a vida está em nós desde os tempos mais remotos, certamente a vida é incapturável mas é na escrita que transmitimos experiências. As cartoneras são como um movimento que diz: a escrita é para todos e todas!

Nelas, temos não só poder de escrita como a produção da matéria página-livro-objeto que irá abrigar novas palavras como também é um convite a contarmos NOSSAS HISTÓRIAS. Há um “eu” para ser revelado na intimidade que habita entre a ponta da caneta e uma PÁGINA em branco.

Quem é você?
O que está há sua volta?
Quais são seus sonhos impossíveis?

A escrita é uma potência de si, e uma página em branco é campo do impossível acontecer.

Tudo a nossa volta é escrevível, e todas as vidas tem histórias que não devem cair no esquecimento.

Cada cartonera tem algo que a faz peça única no mundo, talvez esperando se parecer com a história que poderá vir em seu miolo.

Ao ver-se diante de uma cartonera, escreva!

E quem sabe ao fitar tuas palavras grafadas com TUA letra, elas se tornem como um espelho em que pessoa e reflexo formam um ser inteiro.

Necylia Monteiro

RESUMO

As Editoras Cartoneras são editoras que utilizam o papelão para as capas de seus livros, este movimento teve início na Argentina no ano de 2003. O trabalho colaborativo realizado por essas editoras possibilita autonomia a quem tem contato com essa atividade. Os designers ao atuarem nessas editoras colocam em prática o seu papel social. Dessa maneira, o objetivo geral deste estudo foi analisar a atuação da designer gráfica nas editoras cartoneras presentes no Brasil. Como objetivos específicos, a pesquisa se propôs: a) relatar o histórico das editoras cartoneras; b) delimitar editoras cartoneras existentes no território brasileiro; c) entender o papel social da designer gráfica; d) identificar os profissionais de design nas editoras cartoneras brasileiras; e) especificar o trabalho das designers gráficas dentro das editoras cartoneras. Para responder os objetivos, a metodologia adotada foi a pesquisa exploratória documental. Conclui-se que as editoras cartoneras fundamentam-se na acessibilidade literária, na produção a baixo custo, no empoderamento de sujeitos sociais e por isso o trabalho das designers também se encaixa nessa rede.

Palavras-Chave: Editoras Cartoneras. Design Gráfico. Papel Social da Designer Gráfica.

ABSTRACT

Cartoneras Publishers are publishers that use cardboard for the covers of their books, this movement started in Argentina in 2003. The collaborative work carried out by these publishers allows autonomy to those who have contact with this activity. Designers working in these publishers put their social role into practice. In this way, the general objective of this study was to analyze the performance of the graphic designer in the cartonera publishers present in Brazil. As specific objectives, the research proposed: a) to report the history of the cardboard publishers; b) delimit existing cardboard publishers in the Brazilian territory; c) understand the social role of the graphic designer; d) identify the design professionals in the Brazilian cardboard publishers; e) specify the work of the graphic designers within the cardboard publishers. To answer the objectives, the methodology adopted is exploratory documentary research. We conclude that cartonera publishers are based on literary accessibility, low-cost production, the empowerment of social subjects and that is why the designer's work also fits into this network.

Keywords: Cartoneras publishers. Graphic Design. Social Role of Graphic Design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Confecção de livros cartoneros.....	17
Figura 2 - Livros de Eloisa Cartonera.....	18
Figura 3 - Capa do livro Paisagem criado e idealizado pela catadora Andreia Emboava ...	20
Figura 4 - Interior do livro Paisagem idealizado e criado pela Catadora Andreia Emboava	20
Figura 5 - Capa bordada do livro “A Rua é Nossa” idealizado e criado pela catadora Eminéia Santos	21
Figura 6 - Detalhe do interior do livro “A Rua é Nossa”, idealizado e criado pela catadora Eminéia Santos	21
Figura 7 - Cartoneras ativas nos estados brasileiros em 2016.....	23
Figura 8 - Detalhe convites cartoneros.....	31
Figura 9 - Capas do Cardápio Cartonero feito com stencil.....	31
Figura 10 - Detalhe miolo do cardápio cartonero	32
Figura 11 - Placa da exposição "Conta tua História Cartonera"	32
Figura 12 - Instalação da exposição “Conta tua história cartonera”	33
Figura 13 - Capas do livro Ponte Ensaios da Malha Fina Cartonera.....	35
Figura 14 - Capa do livro Musas de Carne e osso da Titi Cartonera.....	36

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	EDITORAS CARTONERAS	13
2.1	Da Crise Econômica para a Sustentabilidade e Empoderamento	13
2.2	“¡Cartón es vida y vuelven todos en el cartón!”	16
2.3	Editoras Cartoneras no Cenário Brasileiro	19
3	PAPEL SOCIAL DA DESIGNER GRÁFICA	24
4	PERCURSO METODOLÓGICO	27
5	DESIGNER, CARTONERA E PAPEL SOCIAL	30
5.1	Quem Faz o Livro Cartonero no Brasil?	34
5.1.1	“O que te levou a participar de uma editora cartonera?”	34
5.1.2	“Quanto tempo a editora existe?”	36
5.1.3	“Quem são as pessoas que fazem parte da sua editora?”	36
5.1.4	“A sua editora, trabalha ou já trabalhou com algum designer?”	37
5.1.5	“Quais são as atividades que a sua editora exerce?”	38
5.2	Atuação da Designer Gráfica nas Editoras Cartoneras	38
5.2.1	“Você participa ativamente em alguma editora cartonera?”	38
5.2.2	“Quais foram as atividades que você praticou dentro da editora cartonera?” ..	39
5.2.3	“Dentro do que você desenvolve nas editoras cartoneras, de onde partiu o seu conhecimento?”	39
5.2.4	“O que te levou a participar de uma editora cartonera?”	40
5.2.5	“De que forma o seu papel social como designer se aplica/aplicou dentro da editora cartonera?”	40
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
	REFERÊNCIAS	44
	APÊNDICE A – Questionário aplicado às Editoras Cartoneras.....	46
	APÊNDICE B – Questionário aplicado aos Designers	47

1 INTRODUÇÃO

Em seu livro “Das coisas nascem as coisas” Bruno Munari (2017, p. 217, tradução nossa) questiona “[...] o livro como um objeto, independente das palavras impressas, pode comunicar alguma coisa? e o que?”. E, ao observar o movimento editorial cartonero, pode ser um dos caminhos para encontrar essa resposta. Uma vez que os diálogos políticos-culturais que esse movimento desperta estão desde a produção de livros artesanais feitos com papelão até a rede de produção que abrange e empodera catadores, artistas, escritores e quem mais se identifica com o movimento.

O movimento se manifestou em meio à uma crise econômica ocorrida em Buenos Aires reunindo “[...] um grupo de pessoas que se juntaram para trabalhar de uma forma diferente, para aprender muito pelo trabalho, por exemplo cooperativismo, autogestão, trabalhar pelo bem comum, como mobilizador do nosso ser [...]”¹ (ELOISA CARTONERA, 2020, não paginado, tradução nossa) e em prol da acessibilidade literária hoje perpassa barreiras culturais e geográficas. A prática editorial cartonera coexiste com diversos atores sociais dialogando com a questão social, política do livro e reutilização do descarte de materiais. Atua como resistência no momento em que propõe a construção de livros artesanais com preços acessíveis. De acordo com Margolin (2006, p. 149):

Se alguém pode construir um caminho para um mundo melhor, este será um grupo formado pela sociedade civil trabalhando em conjunto. Seja por meio de uma mistura cultural, boicotes globais ou petições eletrônicas, novas formas de protesto estão emergindo, as quais ao menos propiciam um espaço social para pessoas conscientes afirmarem suas próprias convicções sobre como a vida poderia ser vivida.

A produção dos livros cartoneros opõe-se à polarização das editoras tradicionais e imprime seu papel social ao transformar o descarte de papelão advindo da produção industrial desenfreada em peças únicas com preços baixos garantindo acesso e circulação da cultura e conhecimento. De acordo com o artigo de Vitor Margolin (2006) na revista Design em Foco, o designer pode atuar de três maneiras para introduzir seu talento na cultura, sendo elas por meio do design, por meio de uma

¹ Original em espanhol “[...] un grupo de personas que se juntaron para trabajar de otra manera, para aprender con el trabajo un montón de cosas, por ejemplo el cooperativismo, la autogestión, el trabajo para un bien común, como movilizador de nuestro ser [...]”

articulação crítica e por meio de um engajamento político. À vista disso, uma designer ao se identificar com o movimento e atuar dentro de uma editora cartonera ratifica o seu papel social, ao passo que auxilia na produção do livro, critica a histeria tecnológica e reafirma seu engajamento político por meio da acessibilidade literária e sustentabilidade. Por se intitular como um movimento livre, muitos podem ser os seus participantes no processo de produção e o designer ao se incluir nesse tipo de editora enlaça o design social, visto que “[...] o objetivo primordial do design social é a satisfação das necessidades humanas [...]” (MARGOLIN; MARGOLIN, 2004, p. 44) e dentre as necessidades humanas está incluso o conhecimento e a cultura.

A escolha dessa temática para construir esse estudo parte sobretudo do diálogo que vivencio como estudante de design e participante de uma editora cartonera. Conheci o universo cartonero através de uma amiga, a partir daí surgiu um interesse pela história e causa ativista que o movimento propõe e principalmente pela sua origem, ao passo que é da América Latina. Minhas atividades como designer e cartonera durante um ano de trabalho ativo foram realizadas com o intuito de conseguir recursos para realizar a primeira publicação da editora, prevista para o ano de 2021, e expandir a prática cartonera no Estado do Maranhão, essas experiências serão compartilhadas no capítulo 5.

Tendo em vista tudo o que foi exposto, o presente estudo tem como objetivo geral analisar a atuação da designer gráfica² nas editoras cartoneras presentes no Brasil e com isso relatar o histórico das editoras cartoneras; delimitar editoras cartoneras existentes no território brasileiro; entender o papel social da designer gráfica; identificar os profissionais de design nas editoras cartoneras brasileiras e por fim especificar o trabalho das designers gráficas dentro das editoras cartoneras. Para tal o percurso metodológico escolhido foi a pesquisa exploratória documental. A partir de levantamentos bibliográficos, questionários e observações de elementos das publicações e práticas editoriais das quais a designer está envolvida tornou-se possível a construção de informações. E através da triangulação de dados, um maior conhecimento sobre as editoras cartoneras brasileiras e a atuação do papel social das designers nas mesmas foi gerado.

² Considerando que os sujeitos da pesquisa, os designers gráficos, são em sua maioria do gênero feminino e como esse trabalho trata de questões de ativismo, vamos nos referir a estes indivíduos sempre no feminino, ainda que haja representantes do gênero masculino. Esta escolha se dá devido às abordagens do design social e em reconhecimento da igualdade de gênero.

2 EDITORAS CARTONERAS

2.1 Da Crise Econômica para a Sustentabilidade e Empoderamento

Editoras cartoneras são editoras independentes e alternativas que produzem livros feitos com capa de papelão. A proposta dessas editoras estimula a reaproximação com os livros, tanto pela maneira de produzi-los quanto pela difusão literária. A produção que pode ser feita de maneira individual ou coletiva propõe discussões político-culturais e reafirma sua potência diante da polarização de editoras convencionais e da acessibilidade literária.

Flávia Vilhena (2016) afirma que para que seja possível compreender os aspectos político-econômicos que rodeiam a constituição da primeira cartonera é necessário observar a ditadura de 1976, época na qual se instaurou um novo padrão de acumulação de capital. Durante esse período de sete anos o discurso neoliberal, a inflação e o não estímulo à indústria nacional ocasionaram dependência do capital externo e um desequilíbrio na economia, fato que foi se intensificando no país e nos anos seguintes transfigurou a crise econômica em crise política. Ao passo que em 19 e 20 de dezembro de 2001 o movimento de resistência popular se impôs diante do domínio político e se pode observar

[...] a capacidade de reação e auto-organização da sociedade. Nesse sentido, dezembro de 2001 abriu a possibilidade de pensar a dinâmica do social a partir de uma nova chave, através da análise dos processos, não só de decomposição, mas também de recomposição dos laços sociais, através do surgimento de novas formas de solidariedade. É verdade que, finalmente, não houve recomposição política de baixo, mas mudou o tecido social organizacional. (CASVIAVA, 2003, p. 30 *apud* VILHENA, 2016, p. 32).

O ocorrido em dezembro de 2001 repercutiu no modo de pensar no/em coletivo, fato que aflorou a existência de coletivos e cooperativas no país. Conforme Giunta (2009, p. 55 *apud* VILHENA, 2016, p. 33)

Depois de 2001, na Argentina, a figura do artista individual, trabalhando na solidão de seu ateliê, foi dissolvida com o renovado apelo à responsabilidade social, materializado em diferentes formas de solidariedade. Sua legitimidade foi registrada no coletivo. Por um tempo, várias coordenadas pareciam indicar que, para ser reconhecido como emergente, o artista deveria pertencer a um grupo que vinculava sua ação à cena pública e à reivindicação social, ou

seja, fazer parte da reorganização dos laços comunitários. que nasceram das assembleias de bairro e ocupações de fábricas. É verdade que os coletivos existiam antes de 19 de dezembro, mas durante os anos de 2002 e 2003 se multiplicaram reiterando suas agendas, seus objetivos, suas formas de organização.³

A partir desse cenário político-econômico, se manifesta em Buenos Aires no ano de 2003 a primeira editora cartonera: Eloísa Cartonera. De acordo com o site da editora, inicialmente as produções literárias eram sobre poesia e tinha como nome Edições Eloísa. O trabalho era feito pelo escritor Washington Cucurto e o artista plástico Javier Barilaro que ao presenciarem o aumento do preço do papel e acompanhado dos desempregados, do clube de troca e dos cartoneros que andavam pelas ruas, decidiram mudar a forma de produção. Os livros passaram a ser feitos com capa de papelão (*carton*). Posteriormente receberam a proposta de Fernanda para abrir uma oficina, iniciaram as atividades vendendo junto aos livros, frutas e verduras. O trabalho de Eloísa passou a ser reconhecido tanto nacionalmente quanto internacionalmente “[...] e então percebemos que nossos livros eram lindos e que as pessoas os amavam”⁴ (ELOISA CARTONERA, 2020, não paginado, tradução nossa), tanto na produção de livros quanto na maneira de trabalhar e se associar com as pessoas ao passo que se converteu em cooperativa. Tal fato permitiu a consolidação de seu projeto e um cruzamento entre diversos atores sociais em prol de uma difusão literária de baixo custo. De acordo com o site da editora (ELOISA CARTONERA, 2020, não paginado, tradução nossa):

Com o cooperativismo aprendemos que o trabalho é a melhor coisa que pode nos acontecer. Tornamos o trabalho parte da nossa vida, e nunca uma obrigação, algo desagradável; fazemos do trabalho um sonho, o nosso projeto.

Aprendemos a confiar uns nos outros, a ser melhores companheiros, a lutar por um objetivo comum, por algo mais do que nosso umbigo. Muitas coisas sabíamos, entre tantas outras o nosso terno coração, batendo as asas, como um morcego moribundo que não consegue escapar pela janela

Tornar o trabalho uma alegria foi a nossa maior descoberta!

³ Original em espanhol “[...] después de 2001 en la Argentina la figura del artista individual, trabajando en la soledad de su estudio, se disolvió con el renovado llamado de la responsabilidad social, materializada en distintas formas de solidaridad. Su legitimidad se inscribió en el colectivo. Por un tiempo, varias coordenadas parecieron indicar que, para ser reconocido como emergente, el artista tenía que pertenecer a un grupo que vinculase su acción a la escena pública y al reclamo social, es decir, que formase parte de la reorganización de los lazos comunitarios que se tramaban desde las asambleas barriales y las ocupaciones de fábricas. Es verdad que los colectivos existían antes del 19 de diciembre, ero durante 2002 y 2003 se multiplicaron reiterando sus agendas, sus objetivos, sus formas de organización.”

⁴ Original em espanhol “[...] y ahí nos dimos cuenta que nuestros libros eran hermosos y que la gente los quería [...]”

O cooperativismo nos mostrou a força. Assim, aprendemos tudo o que sabemos.⁵

Além da difusão literária a baixo custo, a transgressão da relação entre centro e margem ecoa no movimento cartonero, por este possuir raízes oriundas de um país que se encontra na América Latina. Lima (2013) aponta que para compreender o movimento cultural que são as Editoras Cartoneras faz-se necessário pensar na América Latina enquanto sua posição de margem e sua condição de continente terceiro-mundista. As relações coloniais exercidas no passado passam a ser refutadas, fato que proporciona uma maior compreensão e análise da produção teórica e cultural da América Latina que se valoriza como margem e cria movimentos que se fortalecem. Ainda segundo a autora

As Editoras Cartoneras, enquanto se pensam como movimento de expressão da margem, fazem justamente ir de encontro aos interditos que as refreiam, assumindo uma posição de criadoras de cultura, um movimento auto-reflexivo que está preocupado em entender, analisar e sobreviver nas sociedades onde se estabelecem (LIMA, 2013, p. 67).

O encontro de narrativas proposto pelas editoras cartoneras despertam questionamentos ao mesmo tempo que promovem novas percepções. A começar com o uso do papelão, utilizado na indústria para proteger e guardar objetos passa a ser reutilizado na composição de um livro, tal fato permite um custo menor na produção, atribui uma estética e cria uma rede com diversos atores sociais. O livro, objeto que possui um custo elevado passa a ter sua produção feita de maneira simples e conquista espaços que anteriormente não eram alcançados. Esse despertar está diretamente ligado à sustentabilidade, posto que para Manzini (2017) os critérios para a sustentabilidade envolvem uma coerência com os princípios éticos relacionados com a natureza, ambiente, questões sociais e econômicas através da integração com seu contexto e dos resultados obtidos por meio da ecoeficiência. Ainda segundo o autor a transição para a sustentabilidade “[...] deve basear-se em uma transformação capaz de ser entendida por aqueles que a vivem como uma melhoria nas condições de vida (seja individual ou coletiva).” (MANZINI, 2017, p. 27).

⁵ Original em espanhol “Con el cooperativismo aprendimos que el trabajo es lo mejor que nos puede pasar. Convertimos el trabajo en parte de nuestra vida, y nunca una obligación, algo desagradable; convertimos al trabajo en un sueño, en nuestro proyecto. Aprendimos a confiar en el otro, a ser mejores compañeros, a esforzarnos por un objetivo común, por algo más que nuestro propio ombligo. Conocimos muchas cosas, entre tantas otras nuestro tierno corazón, aleteando, como un murciélago moribundo que no logra escapar por la ventana ¡Qué el trabajo sea una alegría fue nuestro mayor descubrimiento! El cooperativismo nos mostró La Fuerza. Así, aprendimos todo lo que sabemos.”

O empoderamento nas relações existentes no movimento cartonero é contemplado na autogestão, no elo construído pelos diversos atores sociais e na autonomia em criar com liberdade visto que empoderamento é

[...] um processo pelo qual as pessoas, as organizações, as comunidades assumem o controle de seus próprios assuntos, de sua própria vida e tomam consciência da sua habilidade e competência para produzir, criar e gerir. (ROMANO, 2002, p. 17).

2.2 “¡Cartón es vida y vuelven todos en el cartón!”

O sistema adotado por Cucurto e Barilaro para uma produção de livros de baixo custo envolve, na confecção, o papelão (*carton*) comprado de *cartoneros*. Em uma tradução livre, cartonero seria o equivalente à catador de papelão. Devido à crise econômica de 2001 a busca por novas formas de conseguir um sustento fez surgir novos cartoneros. Como aponta Eloisa Cartonera em seu site “Naquela época, homens e mulheres perdiam o emprego e saíam em massa para as ruas em busca de pão para parar a panela, como dizem, e encontramos os cartoneros.”⁶ (ELOISA CARTONERA, 2020, não paginado).

Ao entrar em contato com esses sujeitos sociais, Eloisa integra-os ao movimento. O título da sua profissão é ressignificado a partir do momento que passa a ser utilizado para compor e agregar o movimento, como aponta Vilhena (2016, p. 36) “[...] o substantivo comum passa a operar como próprio, funcionando quase como um sobrenome [...]”. Para além do nome no movimento, o cartonero que possui baixa renda, passa a receber mais da editora pelo trabalho que executa, ao passo que o carton selecionado é comprado por um valor superior àquele vendido normalmente, situação que é relatada por um cartonero no diário de campo da pesquisadora Vilhena (2009, p. 49)

Alejandro conta a Osa que ontem ele comprou um papelão de uma garota que ele nunca tinha visto. Eu estava acabando de fechar a oficina, quando passou uma menina baixinha, com o carrinho cheio de papelão, e o filho em cima de tudo. Ele começou a separar o papelão e explicou para a menina que lá eles pagam mais pelo papelão, mas

⁶ Original em espanhol “Por aquellos días, hombres y mujeres perdieron sus trabajos, y se volcaron masivamente a las calles en busca del pan para parar la olla, como se dice, y conocimos a los cartoneros.”

tem que trazer papelão bom.⁷

E por fim, o convite por parte da editora para que os cartoneros trabalhem no ateliê na produção de livros gera um retorno das ideias do movimento, uma vez que em contato com as atividades exercidas adentram no universo de publicação.

A construção de livros proposta por Eloisa “[...] é uma das coisas mais fáceis deste mundo”⁸ (ELOISA 2020, não paginado, tradução nossa). O processo se inicia com o corte do papelão, seguido de sua pintura, conforme a figura 1. Nessa fase é importante frisar que cada livro ganha sua identidade, a capa se transforma numa espécie de tela, onde nenhuma é reproduzida de maneira idêntica à outra. Ao mesmo tempo em que uma nova identidade é carimbada no papelão, seus aspectos não são apagados, pois ainda é possível notar características que o constituem, tais como sua coloração marrom, códigos de barra e informações referentes ao produto do qual o papelão fazia parte anteriormente, como pode ser observado na figura 2. Em seguida o miolo impresso e fotocopiado é costurado e assim se finaliza a produção de um livro cartonero.

Figura 1 - Confeccção de livros cartoneros



Fonte: Eloisa Cartonera (2020).

⁷ Original em espanhol “Alejandro le cuenta a la Osa que ayer compró el cartón de una chica que nunca había visto. Estaba justo cerrando el taller, cuando pasó una chica petiza, con el carro lleeno de cartón, y el hijo arriba de todo. Empezó a separar el cartón y le explicó a la chica que allí pagan más por el cartón, pero hay que traer buen cartón”

⁸ Original em espanhol “[...] es de las cosas más fáciles de este mundo [...]”

Figura 2 - Livros de Eloisa Cartonera



Fonte: Perfil da Eloisa Cartonera no *Instagram* (2020).

As práticas editoriais adotadas por Eloisa divergem daquelas adotadas por editoras convencionais. Para María Gomez, que trabalha na Eloisa Cartonera “[...] Acreditamos que a nossa proposta seja diferente, que visa fazer circular livros que sejam acima de tudo baratos, que sejam feitos à mão e que voltem ao conceito do livro como obra.”⁹ (GOMEZ, não paginado, 2013, tradução nossa). Os livros de autores latinoamericanos produzidos pela editora no começo exerciam a prática do *copyleft*, ou seja, licença aberta no qual existe liberdade para distribuição não comercial da obra, conforme Bilbija (2009, não paginado, tradução nossa)

No início, quando surgiu a primeira editora cartonera da Argentina, em agosto de 2003, seus livros nem traziam a marca do copyright. A simples frase: “Agradecemos ao autor pela colaboração, autorizando a publicação deste texto”, substituiu o símbolo do copyright¹⁰.

De acordo com Gomez (2013, não paginado) a relação com os leitores é diferente pois existe a criação de um vínculo, onde a venda é feita pelos integrantes da Eloisa em feiras, estandes, bancas e via correios e workshops são ministrados pela editora para escolas secundárias e a quem estiver disposto a aprender sobre encadernação, edição e os processos que permeiam a construção de um livro cartonero. Atualmente segundo o site da editora, eles possuem cerca de duzentas

⁹ Original em espanhol “Creemos que nuestra propuesta es diferente, que apunta a hacer circular libros que sobre todo son baratos, que son artesanales y que vuelven al concepto de libro como obra.”

¹⁰ Original em espanhol “En sus comienzos, cuando surge la primera editorial cartonera en Argentina en agosto de 2003, sus libros ni siquiera llevaban la marca de los derechos de autor. La simple frase: “Agradecemos al autor su cooperación, autorizando la publicación de este texto”, sustituía el símbolo del copyright.”

publicações dos mais variados gêneros literários da Argentina e de países da América Latina.

Assim sendo, pode-se concluir que o movimento propõe uma publicação independente, onde não é necessário possuir requisitos profissionais para fazer um livro, como afirma Barilaro (2006, p. 66) “Muitas pessoas participaram da formatação do projeto de maneira espontânea e desordenada. Tudo se expõe, quem se interessa pode participar: escritores, catadores de papelão, artistas.”. É um movimento de todos, no qual não existe centralização e, em razão disso, possibilita um alcance a arte e a literatura que por algum motivo social ou financeiro estava estagnada.

2.3 Editoras Cartoneras no Cenário Brasileiro

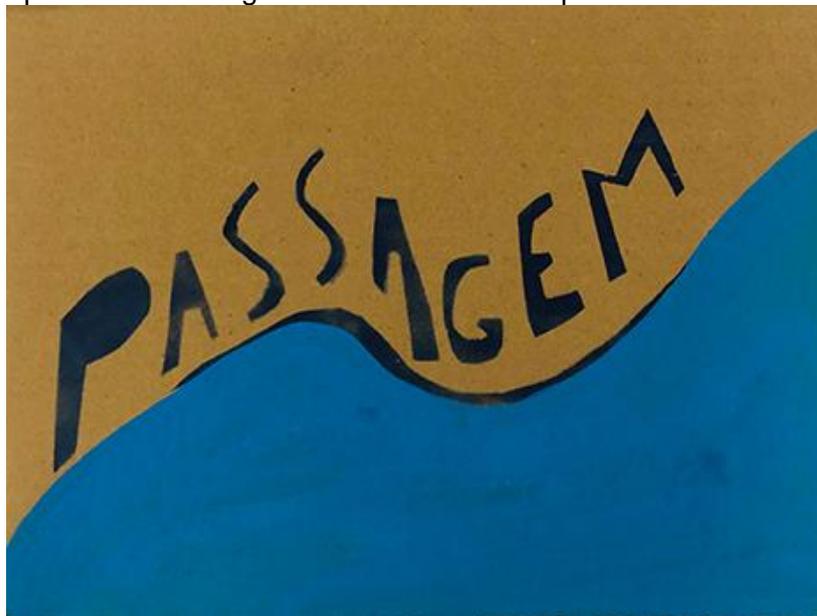
No Brasil, o movimento cartonero teve sua origem ligada a 27ª Bienal de São Paulo na qual Eloisa Cartonera participou no ano de 2006. Conforme Barilaro (2006, p. 66) a participação tinha a finalidade de reproduzir o seu projeto tanto dentro quanto fora do pavilhão, publicando livros de autores brasileiros, trabalhando com catadores paulistas e ainda nas palavras do artista plástico “[...] quando terminar a Bienal, uma ‘Eloisa Cartonera Paulista’ continuará funcionando”. E assim como anunciado, se manifestou em 2007 na cidade de São Paulo Dulcinéia Catadora. O coletivo se iniciou após a parceria realizada entre Lúcia Rosa e Peterson Emboava com a editora argentina na 27ª Bienal e atualmente conta com a participação da artista plástica Lúcia Rosa e de quatro catadoras de papelão Andreia Emboava, Maria Dias da Costa, Eminéia dos Santos e Agata Emboava.

Segundo Rosa (2017) a escolha do nome do coletivo se deve ao fato de que Dulcinéia é um substantivo feminino, tal qual o nome dado às primeiras editoras cartoneras que surgiram na Argentina, mas também por pertencer a uma das primeiras catadoras que Lúcia teve contato e além de ser o nome do par romântico de Dom Quixote. Por sua vez a escolha do substantivo “catadora” ao invés de “cartonera” partiu das próprias catadoras que se auto identificaram mais com o substantivo em português.

O trabalho realizado pelas catadoras na Dulcinéia vai da produção a idealização e criação de livros, como pode ser visto nas figuras 3, 4, 5 e 6. Os livros são vendidos a preços baixos e tem sua renda distribuída entre os custos da produção

e catadores. De acordo com Rosa (2017, não paginado) “[...] é preciso esclarecer que o mais importante é garantir uma complementação de renda para os catadores que integram o grupo.”.

Figura 3 - Capa do livro Paisagem criado e idealizado pela catadora Andreia Emboava



Fonte: Dulcineia Catadora (2020).

Figura 4 - Interior do livro Paisagem idealizado e criado pela Catadora Andreia Emboava



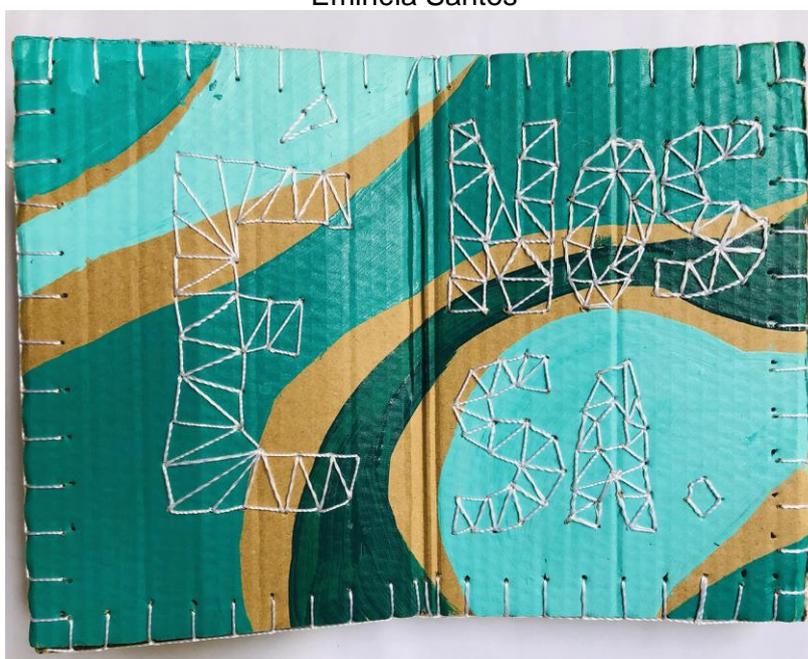
Fonte: Dulcineia Catadora (2020).

Figura 5 - Capa bordada do livro "A Rua é Nossa" idealizado e criado pela catadora Eminéia Santos



Fonte: Dulcineia Catadora (2020).

Figura 6 - Detalhe do interior do livro "A Rua é Nossa", idealizado e criado pela catadora Eminéia Santos



Fonte: Dulcineia Catadora (2020).

Após sua criação Dulcinéia realizou oficinas no país e participou de eventos internacionais. A atuação do coletivo ocorre tanto no campo literário quanto no campo de intervenções urbanas, onde efetuam exposições em museus e junto a comunidades oferecem oficinas e constroem livros. A vista disso, é possível observar que Dulcinéia instiga os catadores e os demais sujeitos que entram em contato com seus trabalhos a ampliarem o seu pensamento cultural, social e artístico. Conforme observado:

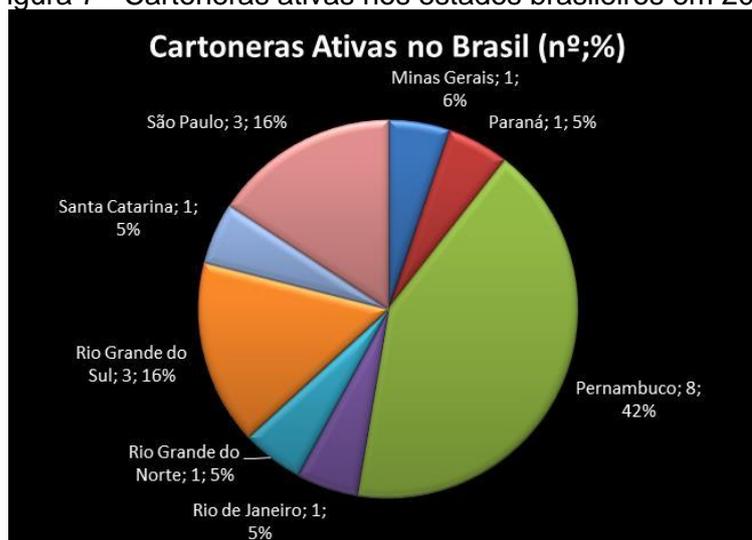
As catadoras passam a ocupar espaços legitimados e legitimadores de arte não como temas de trabalhos, quando são representadas, mas como criadoras. O fato delas se apresentarem como catadoras agrega identidade à produção e torna implícito o questionamento quanto à marginalização sofrida por esse segmento, à ideia preconcebida de que catadores não seriam capazes de se apropriarem de práticas pertencentes ao circuito da arte, como pintura e fotografia. Nessas situações de diálogo e/ou enfrentamento entre segmentos diferentes as integrantes do Dulcinéia tomam a palavra, rompendo com barreiras históricas de exclusão e atuando como autoras em espaços hegemônicos. (ROSA, 2017, não paginado).

A criação de Dulcineia desencadeou o crescimento de editoras cartoneras no Brasil. De acordo com um levantamento de editoras cartoneras ativas e inativas no mundo realizado em 2016 por Mariana Costa Mendes, no Brasil existiam cerca de dezenove cartoneras ativas, como pode ser visualizado na figura 7. O levantamento tem como base o levantamento realizado na Argentina pela Profa. Dra. Johana Kunin, a Wikipédia e a Biblioteca da Universidade de Wisconsin-Madison, mundialmente conhecida por seu acervo de livros cartoneros. A pesquisa leva em conta as cartoneras existentes em redes sociais, visto que

O livro cartonero é comercializado em um nicho muito específico, portanto, a presença em redes sociais é fundamental para que uma editora cartonera sobreviva, pois este é um dos principais espaços para que o trabalho realizado seja conhecido por mais pessoas [...] Este número ainda é incerto, porque mesmo que não sejam encontrados vestígios online de alguma cartonera, pode ser que ela ainda esteja em atividade *offline*. (MENDES, 2016, não paginado).

Ainda segundo Mendes (2016, não paginado), as cartoneras existentes se diferem por formas de atuação, tais como projetos individuais, universitários, coletivos e cooperativas, mas não quanto a sua produção que tem como um dos protagonistas o papelão e a singularidade presente em cada capa.

Figura 7 - Cartoneras ativas nos estados brasileiros em 2016



Fonte: Malha Fina Cartonera (2016).

Percebe-se que o movimento ao se propagar no Brasil, manteve seus aspectos quanto a estimulação de um novo olhar sobre a integração do livro na sociedade e as questões que apontam para a sustentabilidade, empoderamento, retorno social e acessibilidade literária, pois “Ao comunicar informações, os objetos falam de si mesmo - ou, melhor dizendo, remetem ao nível dos discursos que cercam sua inserção no mundo.” (CARDOSO, 2016, p. 112).

3 PAPEL SOCIAL DA DESIGNER GRÁFICA

De acordo com Cardoso (2016, p. 234) “O design é um campo de possibilidades imensas no mundo complexo que vivemos”. Para o autor, à medida que o espaço se amplia, o design dialoga com os demais espaços de conhecimento. É um crescimento contínuo. E por esta razão afirma que “[...] a grande importância do design reside, hoje, precisamente em sua capacidade de construir pontes e forjar relações num mundo cada vez mais esfacelado pela especialização e fragmentação de saberes.” (CARDOSO, 2016, p. 234).

Frascara (2000) destaca que designers têm de identificar situações as quais possam cooperar e agregar de forma consciente, pois assim concede a profissão um maior conhecimento, e alcance de designers em projetos sociais, aponta também que enquanto o design for impulsionado pelo mercado, existe a possibilidade de destruição do habitat humano. Fato que pode ser comprovado por Cardoso (2016, p. 156) que afirma que “[...] nos últimos cinquenta anos, a humanidade produziu maior quantidade de artefatos do que em toda sua história pregressa. Como resultado, estamos em processo de sermos soterrados pelo acúmulo de coisas que descartamos [...]”. Tendo como base as percepções de Frascara e Cardoso, faz-se necessário questionar qual o papel social do design. De acordo com Braga (2019, não paginado) o papel social pode ser visto como

[...] um conjunto de direitos e deveres relativo à função social que se espera que um indivíduo exerça em determinada posição social: mãe, padre, médico, etc.

[...]

Na divisão do trabalho, há um papel social a ser desempenhado por cada categoria profissional, relativo ao seu campo de conhecimento e às suas competências específicas. (BRAGA, 2019, não paginado).

Assim, questiona-se: o que se espera de um designer? Quais são os conhecimentos que possui? Manzini (2017) aponta que todos fazem design ao passo que as transformações existentes no mundo concebem aos indivíduos a busca pela sua identidade e pelo seu propósito e isto significa conceber ideias e realizar ações estratégicas em vista de uma melhora no estado das coisas, ou seja, “[...] colocar as habilidades de designer em ação [...]” (MANZINI, 2017, p. 15). Ainda segundo o autor, a mudança de perspectiva sobre o que é ser designer fez com que os designers reinventassem sua maneira de ser e sua forma de trabalhar.

O autor aponta ainda que o alcance das habilidades de design está cada vez maior e indica que o modo design de fazer as coisas engloba três aspectos: o senso crítico, a criatividade e o senso prático. A junção desses três aspectos possibilita uma projeção acerca do que poderia ser feito e frisa que essa é “[...] uma capacidade que todos nós possuímos e a qual todos temos acesso em potencial. Entretanto, como todos os talentos humanos, é uma capacidade que deve ser estimulada e cultivada” (MANZINI, 2017, p. 45). Nas palavras do autor, o design assim como qualquer atividade humana atua em duas esferas, a primeira é física e biológica e a segunda é a social, desta forma, atua resolvendo problemas e gerando significados. Essas duas esferas são independentes, mas podem interagir entre si e coexistir, como

Uma comunicação surge porque alguém deseja transformar uma realidade existente em uma realidade desejada. O designer é responsável pelo desenvolvimento de uma estratégia de comunicação, pela criação dos elementos visuais para a sua concretização e por contribuir para a identificação e criação de outras ações de suporte que visem atingir os objetivos propostos, ou seja, a criação daquela realidade desejada. (FRASCARA, 2000, tradução nossa, p. 5).

Sendo assim, o design esculpe um elo, atuando como um construtor. A percepção nas mais variadas formas de representação, pode ser traduzida pelo design gráfico que “[...] concebe, programa, projeta e realiza comunicações visuais, produzidas geralmente por meios industriais e destinadas a transmitir mensagens específicas a determinados grupos [...]” (FRASCARA, 2000, tradução nossa, p. 19). A construção dessas mensagens gera significados que colaboram com as mudanças sociais.

Miyashiro (2019, não paginado) aponta que “Desde os anos 1960, o design gráfico tem contribuído, das mais variadas formas, por meio de organizações e movimentos, com a busca de propostas de mudanças políticas, sociais e culturais.”. Segundo o autor, durante o período de 1960 e 1970 movimentos sociais emergiram de maneira paralela com questões relacionadas à política, ecologia, gênero, luta por igualdade étnica e encontraram no design gráfico um apoio em prol dessa mudança.

Um exemplo citado pelo autor é o Atelier Populaire, localizado na Escola de Belas Artes de Paris, o grupo formado por estudantes, trabalhadores e artistas expunha o seu descontentamento com a educação e condições de trabalhos através de cartazes colocados em pontos estratégicos, o autor chama atenção para o fato de

que os cartazes eram um instrumento de luta e não possuíam cunho estético e comercial. Ainda segundo Miyashiro (2019) a partir de 1980 o avanço da tecnologia concedeu ao design acessibilidade, questões estéticas e a profissionalização, fato que “[...] cristalizou uma atuação mais ativa da designer diante da realidade que o circunda até hoje – que inclui também, além do cliente e de seu público, o mundo e seus problemas.” (MIYASHIRO 2019, não paginado).

O autor apoiado no artigo de Maria Eugênia Verdaguer chama atenção para as duas subjetividades contemporâneas presentes num mesmo contexto social, onde a primeira aponta para a estagnação do sujeito social diante do futuro e a segunda aponta para a busca por vínculos sociais através de ações. Nas palavras de Miyashiro (2019, não paginado) “Se, nos anos 1960 e 1970, o trabalho gráfico politizado se concentrou principalmente em ONGs, na atualidade ele se diversifica na atuação, na produção e no próprio modo de pensar o design.”. Cardoso (2019, p. 234) discorre que

O design tende ao infinito- ou seja, a dialogar em um nível com quase todos os outros campos do conhecimento. Em seu sentido mais elevado e ambicioso, o design deve ser concebido como um campo ampliado que se abre para as diversas outras áreas, algumas mais próximas, outras mais distantes.

Posto isso, conclui-se que o papel social da designer gráfica se encontra no seu papel de mediador, diante da criação de objetos visuais que traduzam a mensagem de forma clara e de fácil interpretação, integrando os demais atores sociais e multiplicando questões ambientais, políticas e sociais em prol do progresso.

Se o foco do design gráfico é a comunicação, essa palavra deve ser entendida de forma mais ampla. Não apenas a comunicação gráfica das páginas bem diagramadas com uma tipografia bem escolhida e respeitando os requisitos projetuais, mas também é preciso ver a comunicação como ponto de contato entre as pessoas, que, portanto, ultrapassa o mero domínio técnico ou as propriedades de um projeto gráfico clássico. (MIYASHIRO, 2019, não paginado).

4 PERCURSO METODOLÓGICO

Dado que ao se deparar com o movimento cartonero no âmbito acadêmico a quantidade de pesquisas disponíveis é incipiente, fez-se necessário um aprofundamento por meio da pesquisa. Conforme Gil (2002, p. 17)

A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser adequadamente relacionada ao problema.

No estudo em questão, optou-se pela pesquisa qualitativa documental exploratória. A escolha de uma abordagem qualitativa partiu do intuito de conhecer melhor o universo cartonero brasileiro e principalmente a atuação das designers nesse meio a partir do viés do papel social. Ao passo que o estudo é direcionado para o entendimento dos mesmos em um movimento onde não existem pré-requisitos profissionais para ser um membro, torna-se necessário uma análise onde as funções, causas e relações que esses designers executam sejam mais importantes do que a exatidão do número de designers que atuam nessas editoras.

A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32).

O caráter exploratório da pesquisa “[...] tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.” (GIL, 2002, p. 41). Para tal foram realizados o levantamento e a pesquisa bibliográfica por meio de sites, redes sociais, publicações acadêmicas e livros acerca do papel social dentro do Design desde seu início até a contemporaneidade, do panorama histórico e político das editoras cartoneras, da sua implementação no Brasil e da delimitação das editoras cartoneras existentes no território brasileiro. Pois segundo Gil (2002, p. 53), o levantamento permite “[...] identificar as características dos componentes do universo pesquisado, possibilitando a caracterização precisa de seus segmentos.” e a pesquisa bibliográfica proporciona:

[...] ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço. (GIL, 2002, p. 5).

Nesta pesquisa foram utilizados dois questionários a fim de “[...] levantar opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas.” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 69). Ambos feitos de forma virtual com questões abertas. O primeiro questionário (APÊNDICE A) continha cinco questões e foi direcionado as editoras cartoneras, tinha como objetivo expor as questões político-sociais, convicções, perspectivas, suas atividades e quem são os atores sociais incluídos. Mediante a resposta positiva para a questão “A sua editora, trabalha ou já trabalhou com algum designer?” o segundo questionário era enviado para a designer (APÊNDICE B).

Desta forma foi possível identificar os profissionais de design nas editoras cartoneras. O segundo questionário continha seis questões, as quais indagavam os motivos que os levaram a participar de uma editora cartonera, que trabalhos executaram, a origem do conhecimento utilizado e seu entendimento de papel social.

A pesquisa documental “[...] apresenta uma série de vantagens. Primeiramente, há que se considerar que os documentos constituem fonte rica e estável de dados.” (GIL, 2002, p. 46). No estudo em questão os requisitos utilizados para escolha desses documentos partiram das respostas presentes nos questionários 1 e 2 e posteriormente da análise de sites e redes sociais, publicações e das práticas editoriais onde a designer está inclusa.

Quadro 1 - Etapas da pesquisa

Objetivo Específicos	Etapas da Pesquisa
Relatar o histórico das editoras cartoneras	Pesquisa bibliográfica
Delimitar editoras cartoneras existentes no território brasileiro	Levantamento Bibliográfico
Entender o papel social da designer gráfica	Pesquisa bibliográfica
Identificar as profissionais de design nas editoras cartoneras	Questionário
Especificar o trabalho das designers gráficas dentro das editoras cartoneras	Questionário
Análise dos dados	Triangulação dos dados

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

As informações coletadas durante a pesquisa em livros, redes sociais, questionários e teses acadêmicas sobre o assunto, foram analisadas com o propósito de dirigir-se para um ponto em comum que visa o entendimento quanto a coexistência entre editoras cartoneras, papel social e design. O processo descrito acima é intitulado triangulação de dados. Conforme Yin (2015, p. 120) a triangulação é um “[...] fundamento lógico para se utilizar várias fontes de evidências.” cuja “[...] a vantagem mais importante, no entanto, é o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação [...]” (YIN, 2015, p. 121).

5 DESIGNER, CARTONERA E PAPEL SOCIAL

Ao passo que busco compreender a dinâmica existente entre editoras cartoneras brasileiras e o papel social das designers, por ser designer e trabalhar ativamente durante um ano dentro de uma editora cartonera me incluo e descrevo a seguir o meu trabalho. Inicialmente realizei oficinas colaborativas e gratuitas de construção de cadernos cartoneros junto às crianças de comunidades em eventos culturais. O desempenho dessas oficinas gerou um abarcamento das práticas cartoneras no âmbito social. O contato direto com pessoas de diferentes pontos da cidade possibilitou além da troca de pensamentos e ideias uma construção que perpassa o presente, visto que por meio da construção dos cadernos cartoneros pode-se estimular uma produção manual literária artística através da utilização do papelão e conhecer as vozes existentes nesses meios. Com isso um retorno social artístico cultural se revela através do conhecimento que esse processo pode agregar às editoras cartoneras.

A prática dos meus conhecimentos adquiridos no âmbito acadêmico foram aplicados na editora na elaboração da logo, onde por meio de um trabalho colaborativo com as integrantes realizei o brainstorming, a escolha da paleta e a criação de ícones para as redes sociais; nas atividades remuneradas que envolveram a confecção de cardápios e convites, onde mescliei conhecimentos técnicos de design como a diagramação com a estética cartonera, tal fato me permitiu combinar recursos digitais e manuais através da experimentação de técnicas manuais de impressão como o stencil, que utilizei tanto para capa quanto para a parte gráfica do miolo, como pode ser observado nas figuras 8, 9 e 10 ; e na elaboração de uma exposição interativa chamada “Conta tua história cartonera” , a qual incentivava os visitantes a contarem suas histórias nos livros cartoneros através de estímulos divididos nos quatro ambientes da exposição, onde meu trabalho como designer consistiu na execução de peças gráficas, tais como folder e placas informativas, e meu trabalho como cartonera consistiu na pintura de capas dos livros cartoneros e na construção de objetos/instalações feitas a partir do papelão, como pode ser observado nas figuras 11 e 12.

Figura 8 - Detalhe convites cartoneros



Fonte: Fotografia de Vitor Moraes (2020).

Figura 9 - Capas do Cardápio Cartonero feito com stencil



Fonte: Perfil da Cozinha Ancestral no *Instagram* (2020).

Figura 10 - Detalhe miolo do cardápio cartonero



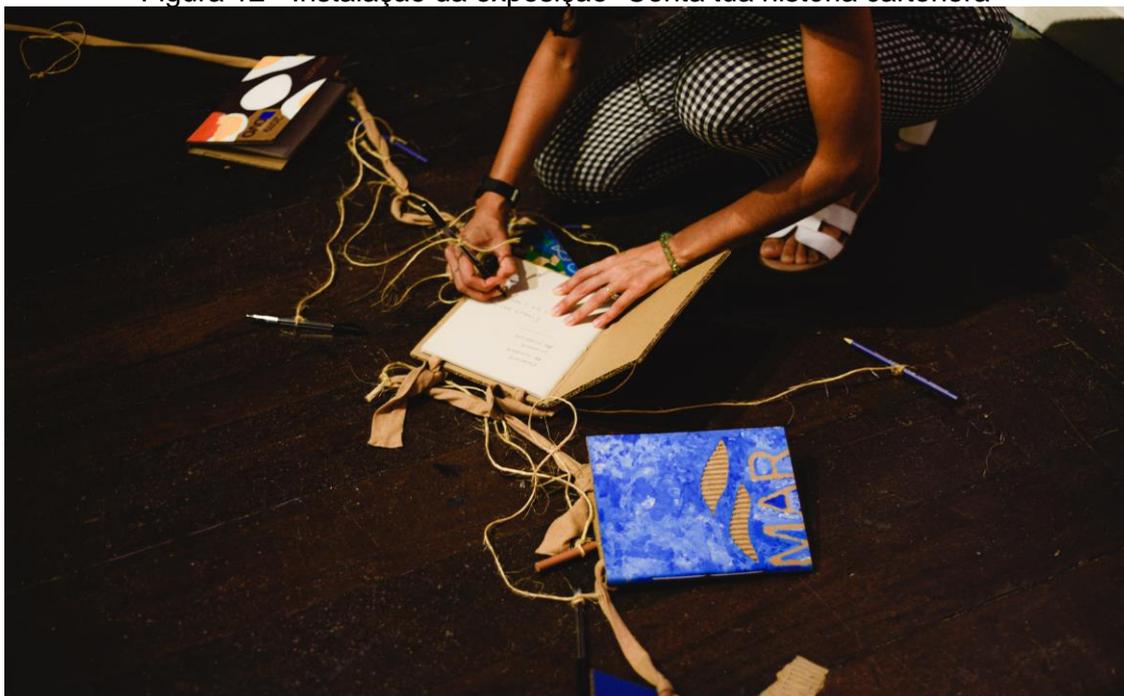
Fonte: Perfil da Cozinha Ancestral no *Instagram* (2020).

Figura 11 - Placa da exposição "Conta tua História Cartonera"



Fonte: Fotografia de Amanda Aramaki (2020).

Figura 12 - Instalação da exposição “Conta tua história cartonera”



Fonte: Fotografia de Amanda Aramaki (2020).

Retornando a pesquisa, as múltiplas perspectivas presentes nos dados bibliográficos e nos questionários enviados a trinta e uma editoras, das quais doze me retornaram com respostas ao questionário 1 (apêndice A) e três com respostas no questionário 2 (apêndice B), serão analisadas, e correlacionados neste capítulo a fim de gerar uma compreensão acerca da pergunta que atravessa a pesquisa “Qual o papel social da designer gráfica nas editoras cartoneras?”. A análise das pessoas entrevistadas partirá de uma visão macro, focada nos indivíduos que trabalham nas editoras, para uma visão micro, focada nos designers que atuam nas editoras. A análise será realizada de acordo com cada indagação presente nos questionários, a fim de cruzar as informações presentes nas falas dos entrevistados com as teorias acerca das editoras cartoneras e do papel social. A escolha desse percurso analítico parte do pressuposto que as editoras cartoneras têm cunho político-social e o trabalho realizado pelos designers emerge seu papel social ao se introduzir no movimento.

5.1 Quem Faz o Livro Cartonero no Brasil?

5.1.1 “O que te levou a participar de uma editora cartonera?”

De acordo com Manzini (2019, p. 23) “Ao se depararem com novos problemas, seres humanos tendem a usar a sua criatividade inata e a sua capacidade de fazer design para inventar e realizar algo novo: eles inovam.”. Tal fato, se verifica em algumas das respostas dadas pelos integrantes de editoras cartoneras, onde a participação veio do desejo de *“abrir espaço para novos escritores e ampliar acesso aos livros de forma mais rápida e barata aos estudantes.”* e *“a possibilidade de desenvolver dentro da Universidade de São Paulo atividades de cultura e extensão através da implementação da prática cartonera, como projeto de formação não acadêmico”*. As aspirações pessoais se revelam em questões coletivas, tais como *“o desejo de publicar um livro artesanal para meu filho. Depois, o potencial transformador do movimento, no sentido de oferecer alternativas ao grande mercado editorial”*, a *“demanda de publicar textos dos jovens que frequentam a Biblioteca Comunitária Trilhas da Palavra. A partir daí iniciamos o trabalho em comunidades rurais e tradicionais coletando memórias orais e histórias para sermos suportes de autores à margem do mercado editorial convencional”* ou *“ter conhecido a técnica cartonera, publicado inicialmente meu livro e agora de amigos.”*. Manzini (2019, p. 23), afirma que a difusão e caráter dessas inovações

[...] resultam da combinação de dois fatores principais: o primeiro, evidentemente, é a natureza dos problemas a serem tratados em diferentes escalas; o segundo é a difusão generalizada de tecnologias de informação e comunicação e o seu potencial em termos de mudança organizacional.

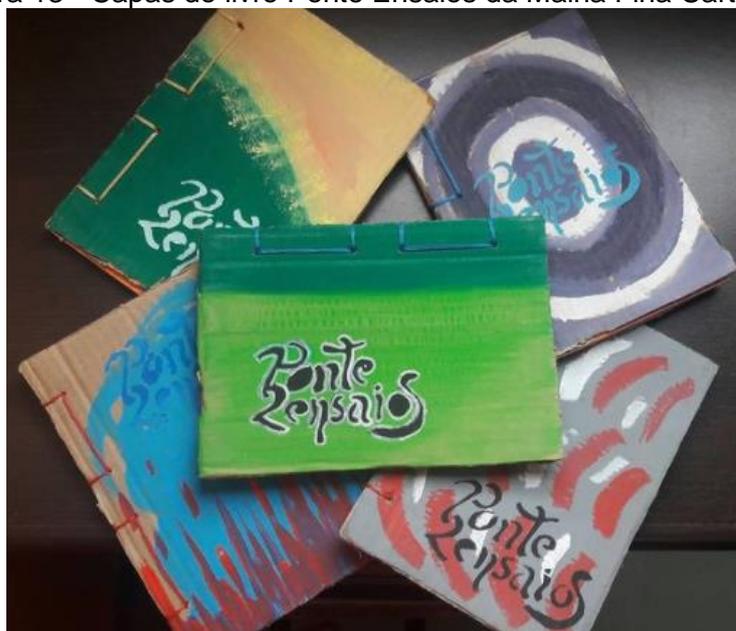
O desejo de construir por si só uma editora vinculada a sua liberdade como criador, onde existe o *“encantamento pela potência das publicações independentes”* que leva a *“acreditar que publicação independente é transformadora”*. O distanciamento com as práticas editoriais convencionais e a estética são fatores citados no questionário que levaram à criação de editoras cartoneras. Um dos entrevistados relata que *“Com uma editora independente de tão poucos custos, podemos criar nossa própria cadeia de produção, nosso design editorial, nossa forma de distribuição, mas principalmente publicar praticamente quem quisermos, de*

autores fora do circuito comercial ou já incluído, a títulos e autores fora de catálogo há muito tempo, e em domínio público. Através de nós, independentes, a literatura volta a ter direitos democráticos, inclusive a baixo custo para o leitor". Seguindo essa linha de pensamento Rosa (2017, não paginado) assegura que "Fazer livros e buscar vias alternativas de distribuí-los é resistência. Fazer com as próprias mãos significa contestar formas de produção inseridas nos mecanismos do sistema capitalista [...]".

A questão estética do papelão pode ser observada na fala de outro entrevistado que afirma "*Me apaixonei pela possibilidade de fazer livros artesanalmente com capas que não se repetem*", tal qual pode ser observado nas figuras 8 e 9. Conforme Lima (2013, p. 68) isso ocorre pois

O objeto simbólico criado pelas Editoras Cartoneras recebe poder simbólico por dois caminhos das artes: como texto, livro e como tela pintada, trabalho das artes visuais. Por possuir essa dupla entrada e talvez não seja uma inovação vanguardista, posto que as editoras tradicionais já investiram consideravelmente no caminho de produzir os livros-arte de valores exorbitantes. No entanto, mesmo assim, há de se perceber certas inovações nas produções cartoneras: a mais evidente é o preço ínfimo para objetos de tão grande valor simbólico; a mais complexa está no fato de ser uma margem dizendo que não só tem força para produzir bens simbólicos, como também pode versar sobre diferentes artes em um mesmo tempo e tudo sendo construído a partir do descartável.

Figura 13 - Capas do livro Ponte Ensaios da Malha Fina Cartonera



Fonte: Perfil da Malha Fina Cartonera no *Instagram* (2020).

Figura 14 - Capa do livro Musas de Carne e osso da Titi Cartonera



Fonte Perfil da Titi Cartonera no *Instagram* (2020).

5.1.2 “Quanto tempo a editora existe?”

De acordo com os entrevistados, o tempo de existência das editoras cartoneras varia entre um e doze anos. Por ser um movimento recente, tal fato pode ser associado ao processo de consolidação de editoras cartoneras no cenário brasileiro. O processo de difusão das cartoneras ocorre pelas informações distribuídas na internet pelas próprias editoras cartoneras e também pelos leitores, que auxiliam a difusão literária proposta pelo movimento. Conforme Carneiro e Rocha (2019, p. 95),

Todo apoio espontâneo que pudermos dar como leitores e leitores aos livros cartoneros é de extrema importância. Ao partilhar informações nas mídias sociais, indicar pessoas amigas, falar sobre o trabalho com companheiros de vida, de trabalho e de luta, geramos interesse e curiosidade sobre os livros cartoneros.

Indicar para mais pessoas as leituras que são muito úteis em nossas vidas, é também uma forma essencial de apoiar autoras e autores cartoneros, artesanais e independentes que são desconhecidos pelo grande público.

5.1.3 “Quem são as pessoas que fazem parte da sua editora?”

De acordo com o questionário, os atores sociais que participam da produção de livros cartoneros no Brasil são professores, jornalistas, gestores culturais,

produtores culturais, estudantes, editores, filhos, livreiros, artistas visuais, encadernadores, amigos e artesãos. Fato que reafirma a autonomia e liberdade presente no projeto cartonero, nas palavras de Barilaro (2006, p. 66) “[...] o que realmente nos sustenta é a diversão de participar do projeto.”. Conforme Carneiro e Rocha (2019, p. 20),

A prática cartonera é revolucionária porque está ao alcance de todas as pessoas, já que as possibilidades de expressão de talentos artísticos e da criatividade não estão mais centralizadas na elite, possibilitando que artistas das periferias, desfavorecidos e de baixa renda possam trazer seus trabalhos ao conhecimento do público de forma direta.

5.1.4 “A sua editora, trabalha ou já trabalhou com algum designer?”

Conforme relatado por uma editora, o trabalho da designer é realizado pelos próprios integrantes, “*o trabalho de design gráfico é feito pelo próprio professor e pelos alunos, que participam ativamente da criação coletiva e colaborativa das capas*”. Conforme já mencionado por Manzini (2017), tal fato associa-se à capacidade que todos têm de fazer design.

Referente a produção da capa, duas editoras informaram que o trabalho é feito por artistas visuais: “*apenas convidamos amigos desenhistas autônomos para produzir a arte de capa de alguns de nossos títulos*”, “*minha filha, que ainda está no segundo grau mas já trabalha com desenho artístico fez as ilustrações e capas do meu primeiro livro*” As demais editoras que relataram que não trabalham com designers, e as que trabalham terão seus argumentos analisados na seção a seguir. O trabalho nas editoras cartoneras é realizado sem hierarquizações e rótulos, como afirma Carneiro e Rocha (2019, p.19, grifo nosso),

As pessoas que não têm educação formal podem brilhar na arte cartonera porque essa prática não se submete aos títulos acadêmicos, não é restrita ao mundo dos diplomados, dos mestres, doutores ou guardiões da arte. E quem está estudando, pode entrar em contato com uma arte popular que não está disponível no ambiente institucional acadêmico, uma arte prática, de **aprendizagem informal e originária do povo**.

5.1.5 “Quais são as atividades que a sua editora exerce?”

De acordo com um dos entrevistados uma das atividades exercidas é a “*coleta de papelão para montar as capas*”, isto exprime a maneira que cada editora tem de lidar com o papelão, visto que “Coletar o papelão por conta própria ou trabalhar direto com catadores de recicláveis é uma questão de escolha editorial, e do que é melhor e mais viável para a sua arte cartonera” (CARNEIRO; ROCHA, 2019, p. 20).

As demais atividades exercidas envolvem intervenções urbanas, oficinas, participação em feiras, atividades acadêmicas, publicações em redes sociais, vídeos, atividades dentro de escolas e práticas editoriais como publicações de livros, edição, revisão e diagramação. Assim,

Qualquer artista ou editora cartonera que queira existir e se expressar, existe e se expressa. Cada artista ou editora cartonera têm seus próprios princípios fundamentais de como devem realizar seus trabalhos. Faça o que quiser, desde que não prejudique nem explore ninguém. (CARNEIRO; ROCHA, 2019, p. 20).

5.2 Atuação da Designer Gráfica nas Editoras Cartoneras

5.2.1 “Você participa ativamente em alguma editora cartonera?”

As designers entrevistadas possuem participação ativa dentro da editora. Observa-se que a colaboração dentro do movimento cartonero é atrelada à ideia de mudança, visto que um movimento propõe um fazer literário mais humano, que foge das regras convencionais. Como assegura Manzini (2017, p. 38)

Nesse processo de reavaliação ou redefinição da noção de trabalho, o valor e a força da colaboração reaparecem. Trata-se da precondição necessária para ‘fazer algo acontecer’ e para permitir às pessoas desempenharem um papel ativo na construção de um futuro que escolheram. A maioria das soluções que essas pessoas inovadoras produzem é baseada na colaboração. Elas são grupos de indivíduos que decidem se conectar a fim de ‘fazer algo acontecer’. Participantes decidem livremente abrir mão da sua individualidade para criar um sistema de vínculos com outros indivíduos interessados.

5.2.2 “Quais foram as atividades que você praticou dentro da editora cartonera?”

As atividades realizadas pelas designers são de designer, capista, coeditor e processos referentes a construção de um livro tais como diagramação, impressão, encadernação e acabamento. Ao entrar em contato com o universo cartonero, as linguagens se modificam, ao passo que este não é um movimento regido por regras. Cardoso (2016, p. 244) aponta que,

Um segundo valor característico do bom design é a inventividade de linguagem. Todo trabalho de design envolve o emprego e a conjunção de linguagens, geralmente de ordem visual e/ou plástica. Os melhores projetos são aqueles que usam essas linguagens de modo criativo e inovador.

Ainda segundo o autor,

[...] design é um campo dedicado à objetificação, à construção, à materialização de ideias. Compartilha com arte, arquitetura e engenharia o propósito de moldar formas, constituir espaços e definir relações por intermédio de marcadores visuais e táteis. Sendo assim, a melhor maneira de estimular a criatividade no ensino de design é promover o intercâmbio com estas e outras áreas que visem criação plástica, formal ou visual, aí incluídos não somente aquilo que se apelida de artes plásticas, como também fotografia, cinema e vídeo, animação, moda e artesanato. Em última instância, a possibilidade de inovação projetiva está intimamente associada à inventividade de linguagem. (CARDOSO, 2016, p. 246).

5.2.3 “Dentro do que você desenvolve nas editoras cartoneras, de onde partiu o seu conhecimento?”

O conhecimento utilizado para realização dessas tarefas parte de instituições acadêmicas, do mercado de trabalho e de forma autônoma a partir de interações e pesquisas em redes. A busca por práticas de design a fim de edificar a construção de cartoneras engloba o pensamento de Manzini (2005, p. 44) a respeito do modo design, que para ele

Trata-se, portanto, de um modo de agir baseado em uma capacidade própria da nossa espécie, uma capacidade que todos nós possuímos e a qual todos temos acesso em potencial. Entretanto, como todos os talentos humanos, é uma capacidade que deve ser estimulada e cultivada. Assim, a sua presença e o seu papel dependem muito do contexto no qual os sujeitos (sejam individuais ou coletivos) acham-se

em funcionamento; dependem, em outras palavras, do grau em que estimulam e apoiam essa capacidade, ou a bloqueiam e a desviam para direções impraticáveis.

A atuação de forma autônoma por meio de interações e pesquisas nas editoras cartoneras, aprimora a capacidade de fazer design, com o apoio de colaborações sejam elas por designers especialistas ou de ferramentas operacionais disponíveis.

5.2.4 “O que te levou a participar de uma editora cartonera?”

A atuação das designers dentro de uma editora cartonera de acordo com o questionário partiu da vontade de experimentar novas práticas editoriais e técnicas artesanais, resolver problemas, construir o livro e desfrutar das alternativas criativas que o movimento propõe. A inovação e a criatividade proposta pelas editoras cartoneras, coloca os designers em contato com formas de linguagem e produção que carregam questionamentos acerca das práticas editoriais convencionais. Nesse sentido,

Ativistas culturais, organizações de base e ativistas de design estão convergindo para uma variedade de iniciativas cujo o propósito não é oferecer soluções imediatas para problemas, mas despertar interesse nessas áreas e mostrar, em geral de maneira paradoxal ou provocativa, que existem maneiras diferentes de olhar para elas e de resolvê-las. (MANZINI, 2017, p. 60).

5.2.5 “De que forma o seu papel social como designer se aplica/aplicou dentro da editora cartonera?”

Ao analisar o seguinte trecho da resposta acerca do papel social realizado nas editoras cartoneras pelas designers, pode-se observar na fala de um dos entrevistados os conceitos de Design Social entrelaçados a conceitos de codesign: “Bom, o trabalho na editora cartonera é voluntário e acho que a maior contribuição é ajudar os outros integrantes a conhecer as especificidades do design editorial e também de capacitação para que mais pessoas se familiarizem com as especificidades da profissão”. Seguindo essa linha de pensamento Manzini (2017, p.79) fala que o Design Social é

[...] uma atividade de design que lida com problemas que não são tratados pelo mercado ou pelo governo, e nos quais as pessoas envolvidas normalmente não têm voz (pelo simples fato de não possuírem os meios econômicos ou políticos para criar uma demanda formal) Daqui surge a nobre natureza ética do design social. Mas também o seu limite: se as pessoas envolvidas nessas questões socialmente delicadas não expressam uma demanda formal, também não podem arcar com os custos de design; conseqüentemente, especialistas em design devem trabalhar de graça, de forma beneficente [...].

E ainda conforme o autor codesign refere-se a

[...] mais a um amplo e multifacetado diálogo entre indivíduos e grupos que iniciam atividades de design nos nós das redes das quais fazem parte: um diálogo social no qual diferentes atores interagem de diferentes maneiras (da colaboração ao conflito) e em diferentes momentos (em tempo real ou offline). (MANZINI, 2005, p. 62).

As demais respostas acerca do papel social do design reverberam conceitos presentes no movimento cartonero, como a proposta de um movimento sustentável acessível e político que propõe a acessibilidade literária a baixo custo, empoderamento, questiona o mercado editorial convencional e propõe uma descentralização do livro.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração todo o trajeto traçado acerca das editoras cartoneras no decorrer da pesquisa, pode-se observar que as mesmas impulsionam uma rede composta por diversos atores sociais em direção a questionamentos que até então estavam adormecidos ou resignados. O empoderamento, a acessibilidade, a colaboração e a simplicidade e o papelão estão na essência dos conceitos do movimento. O alcance notório das editoras dá-se em razão da liberdade e autonomia proporcionada pelo fazer cartonero, que é esmiuçado em cinco etapas: coleta, corte, pintura, impressão e costura. O protagonista do movimento, o *cartón* atribui ao livro cartonero uma estética própria onde cada capa pintada manualmente recebe uma manifestação única, sem perder a identidade do papelão. As editoras cartoneras desempenham um papel fundamental na construção social e política dos atores envolvidos, ao passo que questionam o lugar que lhes foi dado e os contempla como criadores.

A escolha do tema partiu primeiramente do interesse pessoal, uma vez que participo do movimento cartonero e sou estudante de design. Segundo pela relevância do tema, visto que o mesmo abrange um movimento social, artístico e político com uma quantidade de estudos incipientes, oriundo da América Latina e intercala com papel social da design gráfica, uma reflexão indispensável para os dias atuais, visto que “[...] sem crítica e pensamento, o profissional de design tende a permanecer em posição subordinada dentro do mercado de trabalho, quase sempre um mandado, quase nunca um mandante; mais autômato que autônomo.” (CARDOSO, 2008, p. 242).

A partir de uma pesquisa qualitativa documental exploratória foi possível analisar as diversas dimensões presentes em discursos, documentos, entrevistas, livros, teses e redes sociais acerca das editoras cartoneras e do papel social da design gráfica. O cruzamento dos dados levantados foi possível devido à triangulação. A partir da análise obtida acerca das práticas realizadas por designers nas editoras cartoneras chegou-se à conclusão que as mesmas carregam conceitos que se apoiam nos argumentos de Ezio Manzini, cuja reflexão aborda questões sociais e de inovação em design. E se complementam com os conceitos já explanados acerca do papel

social da designer gráfica. À vista disso, o papel social da designer gráfica realizado nas editoras cartoneras contempla-se através do trabalho colaborativo,

Organizações colaborativas são importantes porque são passos concretos em direção a caminhos de vida sustentáveis e porque elas oferecem soluções viáveis a problemas atuais de grande dimensão, urgentes e intratáveis. Para serem verdadeiramente eficazes e exercerem o impacto necessário sobre a sociedade como um todo, elas devem disseminar e orientar mudanças em uma escala mais ampla. (MANZINI, 2017, p. 195).

Do ativismo, do codesign e do design social. E se firma no efeito rede, que nas palavras de Manzini (2008, p. 199) “A expressão "efeito de rede" refere-se ao que acontece em sistemas nos quais um aumento no número de participantes leva a um aumento direto de valor para outros usuários.”.

A cada editora cartonera criada, o alcance dos seus propósitos será maior. E desta forma as ideias acerca da acessibilidade literária, da produção a baixo custo, do empoderamento de sujeitos sociais beneficiarão mais pessoas. O trabalho da designer também se encaixa nessa rede, ao passo que o mesmo fornece seus conhecimentos de maneira gratuita. E desta maneira,

Renovando sua cultura de design, o designer pode assumir diversos novos papéis. Pode passar a atuar como um facilitador dos processos de inovação em andamento, como um ativista que desencadeia novos processos de inovação, como um estrategista que conecta e motiva as redes de projeto e, até, pode tornar-se um promotor cultural, antecipando reflexões críticas e novas propostas de inovação da sociedade, possivelmente disruptivas. (FRANZATO, 2008, p. 8).

Com este trabalho espero tornar maior a compreensão acerca das formas de atuação e do papel social da designer, assim como propagar a iniciativa cartonera nos estudos acadêmicos. Futuramente pretendo explorar e ampliar as questões cartoneras, junto ao design através de iniciativas sociais em comunidades do meu estado, a fim de reafirmar a potência que cada ser possui de se expressar.

REFERÊNCIAS

BILBIJA, Ksenija. ¡Cartoneros de todos los países, uníos!: un recorrido no tan fantasmal de las editoriales cartoneras latinoamericanas en el tercer milênio.

Akademia Cartonera, Wisconsin, 2009. Disponível em: <http://digicoll-dev.library.wisc.edu/cgi-bin/Arts/Arts-idx?type=HTML&rgn=div1&byte=126218299>. Acesso em: 11 nov. 2020.

BRAGA, Marcos da Costa. **Papel social do design gráfico**: história, conceitos e atuação profissional. São Paulo: Editora Senac, 2019.

CARNEIRO, Daniele; ROCHA, Juliano. **Sobre livros cartoneros**: experiências em publicação de livros de papelão. Curitiba: Magnolia Cartonera Editora Artesanal, 2019.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Ubu editora, 2016

CATÁLOGO da 27a. Bienal de São Paulo. São Paulo: Fundação Bienal, 2006. Disponível em:

https://issuu.com/bienal/docs/27a_bienal_de_sao_paulo_guia_2006/68. Acesso em: 13 out. 2020.

ELOISA CARTONERA. **História**. 2020. Disponível em:

<http://www.eloisacartonera.com.ar/historia.html>. Acesso em: 23 jul. 2020.

FRASCARA, Jorge. **Diseño grafico para la gente**. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2000.

FRASCARA, Jorge. **Diseño grafico y comunicación**. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GÓMEZ, María. Le devolvemos al libro el trabajo humano. [Entrevista concedida a] Luciana Sousa. **Agencia Paco Orundo**, Argentina, jul. 2013. Disponível em: <https://www.agenciapacourondo.com.ar/cultura/le-devolvemos-al-libro-el-trabajo-humano>. Acesso em: 11 nov. 2020.

LIMA, Andrea Terra. **No cruzamento da selvageria**: uma poética do portunhol. 2013. Dissertação (Mestrado em Literatura Comparada) – Instituto de Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

MARGOLIN, Victor. O designer cidadão. **Revista Design em Foco**, Salvador, v. 3, n. 2, p. 145-150, jul./dez. 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66111515011>. Acesso em: 27 abr. 2020.

MARGOLIN, Victor; MARGOLIN, Sylvia. Um modelo social de design: questões de prática e pesquisa. **Revista Design em Foco**, Salvador, v. 1, n. 1, p. 43-48, jul./dez. 2004. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66110105>. Acesso em: 27 abr. 2020.

MANZINI, Ezio. **Design para inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=8rCjFEFG8AcC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 12 nov. 2020.

MANZINI, Ezio. **Quando todos fazem design**. São Leopoldo: Unisinos, 2017.

MENDES, Mariana Costa. As cartoneras pelo Mundo. **Malha Fina Cartonera**, [S. l.], maio 2016. Disponível em: <https://malhafinacartonera.wordpress.com/2016/05/11/as-cartoneras-pelo-mundo/>. Acesso em: 25 set. 2020.

MENDES, Mariana Costa. As dificuldades do fazer cartonero. **Malha Fina Cartonera**, [S. l.], set. 2016. Disponível em: <https://malhafinacartonera.wordpress.com/2016/09/28/as-dificuldades-do-fazer-cartonero/>. Acesso em: 25 set. 2020.

MENDES, Mariana Costa. **Lista de cartoneras**. 2016. Disponível em: <https://malhafinacartonera.files.wordpress.com/2016/05/lista-de-cartoneras-todas2.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2020.

MIYASHIRO, Rafael Tadashi. Design: responsabilidade social. *In*: BRAGA, Marcos da Costa. **Papel social do design gráfico**: história, conceitos e atuação profissional. São Paulo: Editora Senac, 2019.

MUNARI, Bruno. **Da cosa nasce cosa**: appunti per una metodologia progettuale. 19. ed. Bari: Laterza, 2014.

ROMANO, Jorge O. Empoderamento: recuperando a questão do poder no combate à pobreza. *In*: ACTIONAID BRASIL. **Empoderamento e direitos no combate à pobreza**. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2002. Disponível em: https://www.academia.edu/3262396/O_caminho_do_empoderamento_articulando_a_s_no%C3%A7%C3%B5es_de_desenvolvimento_pobreza_e_empoderamento. Acesso em: 20 out. 2020.

ROSA, Lucia. Autoentrevista: Lucia Rosa, por Dulcinéia Catadora. **Revista 2384**, [S. l.], n. 20, abr. 2017. Disponível em: <http://www.dulcineiacatadora.com.br/entrevistas-ensaios-dissertacoes-midia-interviews-essays-dissertations/Auto-entrevista>. Acesso em: 13 out. 2020.

VILHENA, Flavia Braga Klaus. **O acontecimento Eloísa Cartonera**: memórias e identificações. 2016. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

APÊNDICE A – Questionário aplicado às Editoras Cartoneras

Editoras Cartoneras

Olá, tudo bem?

Me chamo Marina Bezerra, sou estudante de Design da Universidade Federal do Maranhão e estou desenvolvendo meu TCC cujo tema é "O papel social do designer gráfico no universo cartonero brasileiro".

Esse questionário visa fazer um levantamento das editoras cartoneras a respeito de suas convicções, perspectivas, suas atividades e quem são os atores sociais incluídos nesse processo.

Agradeço sua colaboração!

1. Endereço de e-mail:
2. Nome da Editora Cartonera:
3. O que te levou a participar de uma editora cartonera?
4. Quanto tempo a editora existe?
5. Quem são as pessoas que fazem parte da sua editora? Nome e profissão:
6. A sua editora, trabalha ou já trabalhou com algum designer? Caso a resposta seja positiva, informar o nome, contato e a ação realizada pelo designer:
7. Quais são as atividades que a sua editora exerce?

APÊNDICE B – Questionário aplicado aos Designers

Designers e Cartoneras

Olá, tudo bem?

Me chamo Marina Bezerra, sou estudante de Design da Universidade Federal do Maranhão e estou desenvolvendo meu TCC cujo tema é "O papel social do designer gráfico no universo cartonero brasileiro".

E esse questionário busca fazer um levantamento acerca do trabalho que o designer pode exercer/exerce em uma editora cartonera e seu papel social diante disso.

Agradeço sua colaboração!

1. Endereço de e-mail:

2. Idade

3. Você participa ativamente em alguma editora cartonera?

Sim ()

Não ()

4. Quais são as atividades que você pratica dentro da editora? (caso possua participação ativa)

5. Quais foram as atividades que você praticou dentro da editora cartonera? (caso tenha sido convidado ou participado em algum período)

6. Dentro do que você desenvolve nas editoras cartoneras, de onde partiu o seu conhecimento? (Universidade, mercado de trabalho, autônomo etc.)

7. O que te levou a participar de uma editora cartonera?

8. "Em teoria, todo profissional consciente de seu papel ao exercer sua função social de maneira ética e de modo eficaz contribui para que a sociedade de que faz parte se desenvolva em harmonia. E, para que o exercício desse papel seja profícuo para

si como cidadão e para os demais membros de sua sociedade, há necessidade de uma consciência sobre o lugar que a sua profissão e a sua categoria profissional ocupam (ou deveriam ocupar) nessa sociedade e de que modo suas competências específicas podem ser usadas para tal finalidade." (BRAGA, 2019). Sendo assim, de que forma o seu papel social como designer se aplica/ aplicou dentro da editora cartonera?