

A Atratividade da Capa do Livro no Interesse pela Leitura: Uma Nova Proposta Para a Saga d'O Cemitério dos Livros Esquecidos de Carlos Ruiz Zafón¹

Julia Antunes LAGES²
Maíra Gonçalves LACERDA³
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

O presente artigo visa analisar a relação do consumidor com o livro para além das histórias contadas, explorando o valor que a atratividade trazida pelo design editorial insere no produto e propondo uma nova cara à obra do espanhol Carlos Ruiz Zafón, publicada pela Suma de Letras. Por meio da avaliação de características de design gráfico e editorial na construção visual da capa de livro, o estudo com resultado prático sugere novos aspectos à capa de forma a aumentar a atração no processo de compra.

PALAVRAS-CHAVE: Design editorial; Capa; Livro; Processo criativo; Processo Comunicacional.

INTRODUÇÃO

Um livro é um objeto que vai muito além de algumas páginas impressas reunidas em cadernos. “(...) É a forma mais antiga de documentação (...) sua história está intimamente ligada à história da humanidade” (HASLAM, 2006, p. 6). Ainda assim, dentro da indústria editorial, é uma peça de valor comercial e, pensando em mercado, um produto feito para atender às necessidades de um grupo específico (KOTLER; KELLER, 2006, p. 366). Portanto, apesar do valor social, o livro é um produto de consumo e deve ser lido como tal diante da evolução de sua produção e, principalmente, na persuasão visando a atração do consumidor.

Nesse sentido, cabe ao designer editorial trabalhar colaborativamente para que se crie uma identidade visual particular de cada obra que seja tão atrativa quanto sua história. Pensando nisso, este estudo explora brevemente a importância do design editorial, voltado às capas, para a influência no interesse e escolha do leitor pelo livro. A análise culmina na proposta de uma nova identidade para a saga d'O Cemitério dos

¹ Trabalho apresentado na IJ06 – Interfaces Comunicacionais do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023

² Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: lagesjulia@id.uff.br

³ Orientadora do trabalho. Professora da Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Doutora em Design. e-mail: maira_lacerda@id.uff.br

Livros Esquecidos, de Zafón, justificando a necessidade de alteração da imagem atual dos quatro livros publicados no Brasil pela Editora Suma⁴.

O DESIGN EDITORIAL

O livro como produto é um resultado de um processo de colaboração que vai além do designer. Entretanto, “o designer é responsável pelo projeto da natureza física do livro, seu visual e sua forma de apresentação, além de cuidar do posicionamento de todos os elementos na página” (HASLAM, 2006, p. 16). O papel do designer, então, é organizar as informações de forma que a mensagem esteja clara e o conteúdo tenha personalidade, chamando visualmente a atenção para o que não será lido de primeira.

Os designers experientes desenvolvem livros por meio de várias abordagens. Essas são comuns ao design gráfico e podem ser classificadas em quatro grandes categorias: documentação, análise, conceito e expressão. Essas categorias não são mutuamente excludentes; (...) O design é uma mistura de decisões racionais e conscientes que podem ser analisadas e decisões subconscientes que não podem ser deliberadas tão prontamente, uma vez que derivam da experiência e da criatividade do designer. (HASLAM, 2003, p.23)

Com tudo isso em mente, o capista⁵ fica responsável pela tradução visual dos sentidos passados pela obra, em uma clara peça de comunicação. A responsabilidade dos efeitos de uma capa levou Hendel (2003) a pontuar sobre o impacto que o design pode causar no lançamento de novas obras, pensando em autores que precisam ganhar destaque, evidenciando que o primeiro contato de um consumidor com um título é pela capa.

(...) quando o leitor se interessa pela capa, ele sente necessidade de tocar, folhear, cheirar o livro e experienciar os aspectos tangíveis que não existem no digital. A capa, espaço limitado, contém informações chave para conectar leitor e obra, ao constatar-se sua importância, cresce também a importância que um bom design da informação aplicado a ela adquire. (MELO e LOPES, 2021, p. 62)

Pode-se concluir, portanto, que a primeira leitura de um livro se dá pela capa. Indo além, entende-se por leitura não necessariamente a interpretação das letras que formam o título, mas uma perspectiva a nível sensorial, emocional e racional, como explicitado pelos três níveis de leitura listados por Martins (1989). Sendo o primeiro realizado pelos sentidos, o segundo pelos sentimentos e o terceiro pela compreensão consciente.

⁴ Selo de fantasia, terror, sci-fi e HQ do Grupo Companhia das Letras.

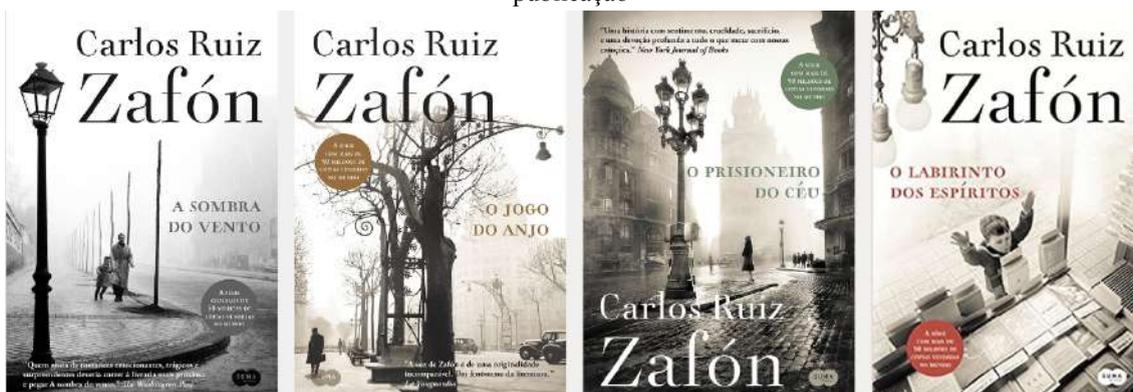
⁵ Designer editorial/gráfico responsável pela criação de capas de livro.

A OBRA DE ZAFÓN

Carlos Ruiz Zafón foi um escritor nascido em Barcelona. Sua obra conta com a Trilogia da Névoa, quatro contos avulsos e a saga de quatro livros d'O Cemitério dos Livros Esquecidos, sendo todos publicados, no Brasil, pela Suma de Letras. Tomando a tetralogia como foco de estudo, a história se passa na cidade catalã durante quarenta anos do século passado. A narrativa abrange três diferentes gerações da família Sempere e sua livraria. A obra percorre uma história de romance, suspense, investigação e mistério, em uma mistura do mundo real com o ficcional. Em outras palavras, Zafón cria o realismo mágico. Todo conto da saga gira em torno de uma pessoa misteriosa diferente, de alguma forma relacionado com um livro, e fazendo o leitor desdobrar a realidade.

A despeito desse fato, as capas dos livros publicados pela Suma são de caráter documental, segundo Haslam (2003): “As capas projetadas a partir de uma posição documental buscam, simplesmente, registrar aquilo que o livro contém. (...) uma abordagem baseada na máxima que diz: ‘aquilo que você vê é exatamente o que receberá’”.

Figura 01 - As capas da tetralogia d'O Cemitério dos Livros Esquecidos em ordem de publicação



Fonte: compilação da autora (2022)⁶

Apesar de, por serem documentais, refletirem a questão histórica da narrativa, elas quase param por aí. Pela difusão das cores pouco saturadas, em tons de sépia e p&b⁷, compreende-se um tom de mistério e nostalgia à identidade visual. O tom de suspense fica ligeiramente suprimido da percepção visual, visto que é comumente

⁶ Montagem a partir de imagens do site da Editora Suma de Letras. Disponível em: companhiadasletras.com.br/Busca?q=zafon&x=0&y=0. Acesso em 10 mar. 2023.

⁷ Preto e branco.

associado a colorações mais escuras com maior contraste, em lugar dele dá a vida à melancolia representada pelo cinza, tida para Heller (2014) como “a cor de todas as adversidades que destroem a alegria de viver”.

Além disso, a hierarquia tipográfica junto ao contraste de cores dos títulos faz com que os nomes dos livros se percam em meio aos elementos das imagens e ao nome do autor. Dessa forma, mesmo que os títulos tragam uma ideia de fantasia e mistério que não se faz presente nas imagens, eles ficam em segundo plano frente aos outros componentes, suprimindo ainda mais o conceito de realismo mágico. Em suma, apesar de contarem histórias por meio de fragmentos ilustrados da narrativa, as capas da tetralogia não refletem a verdadeira identidade dos livros.

MÉTODO E DESENVOLVIMENTO

Diante da análise, buscou-se compreender os motivos pelos quais o design de capa é importante para o livro como produto e, ainda, entender quais elementos da história não se conectam com as capas. Dessa maneira, pode-se encontrar os signos que melhor representam a narrativa e como torná-los atrativos de modo a persuadir visualmente o público que poderia vir a se interessar pela saga de Zafón, levantando algumas representações gráficas como premissa para o desenvolvimento de um novo layout para a saga.

Utilizando a pessoa misteriosa como elemento central, formou-se o conceito do projeto. Como princípio, tornar a saga visualmente uma tetralogia, ou seja, unir graficamente os livros de modo que seja perceptível que fazem parte de um conjunto. Ainda, optou-se pela manutenção do cinza, utilizando-se da gradação para dar profundidade à história. Os elementos coloridos que compõem graficamente as capas originais foram maximizados para que dessem identidade a cada um dos livros separadamente, utilizando a cor como uma forma de expressão da personalidade.

Através da pesquisa por similaridade, a linha encontrada a ser seguida que mais fazia sentido com o mercado e com o público alvo foi a do minimalismo. Portanto, optou-se pela tipografia sem serifa, com o *kerning*⁸ equilibrado. Seguindo esse mesmo pensamento, deu-se destaque hierarquicamente ao título dos livros em *hotstamp*⁹,

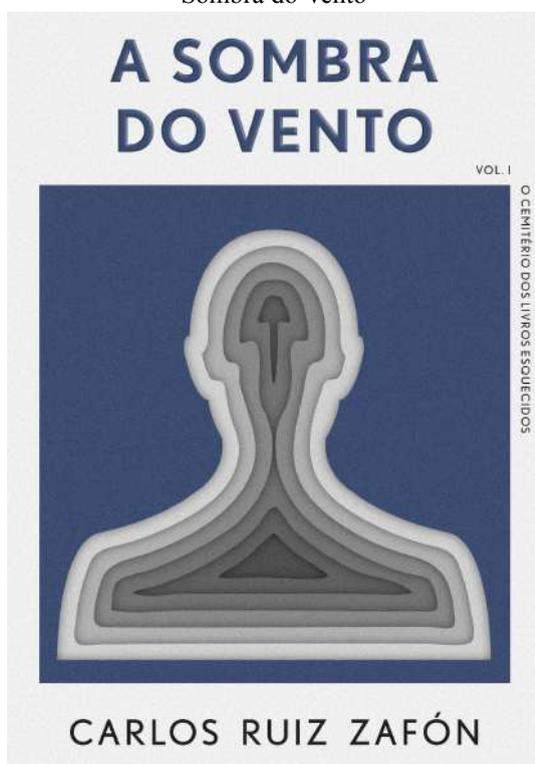
⁸ Ajuste do espaço entre os caracteres individuais.

⁹ Traduzido do inglês, estampagem quente; método de impressão em relevo.

mantendo o nome do autor embaixo. Ainda, ajustou-se a uniformização da lombada, de modo a ficar em unidade quando disposto na prateleira.

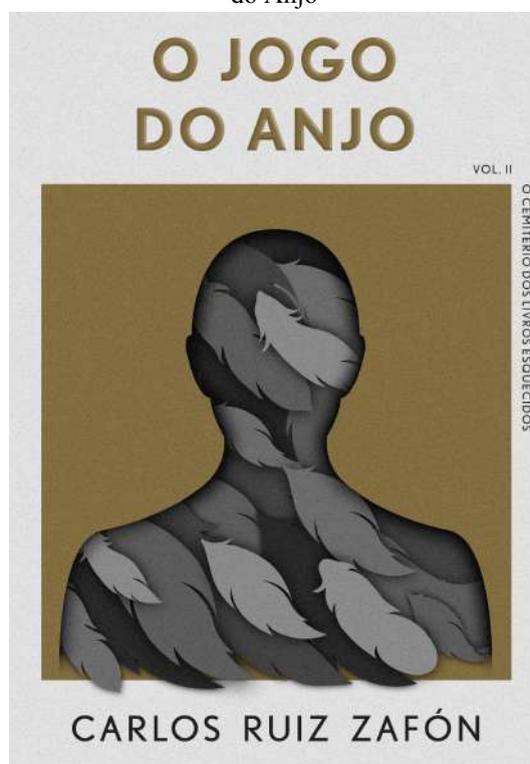
O conceito de misturar a colagem digital com elementos da colagem analógica foi um modo de fazer analogia ao realismo mágico, onde as coisas parecem ser de um jeito quando, na verdade, são de outro; como duas realidades paralelas existindo entre a ficção e a não ficção. Por fim, seguindo a mesma lógica, utilizou-se inspiração no movimento surrealista¹⁰. A partir dessa pesquisa, criou-se, por intermédio do Illustrator e Photoshop¹¹, o seguinte resultado:

Figura 02 - Proposta de capa para o livro A Sombra do Vento



Fonte: elaborado pela autora (2022)

Figura 03 - Proposta de capa para o livro O Jogo do Anjo

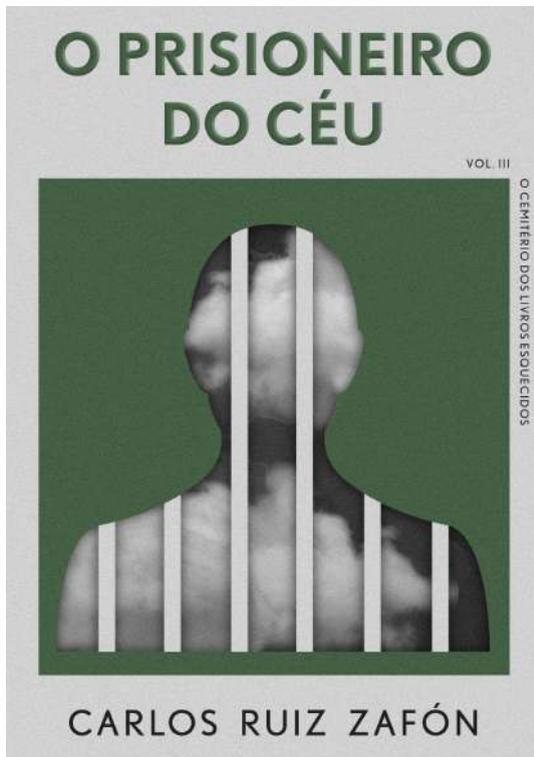


Fonte: elaborado pela autora (2022)

¹⁰ Movimento artístico e literário da década de 1920 que rompe com a busca pelo sentido nas representações.

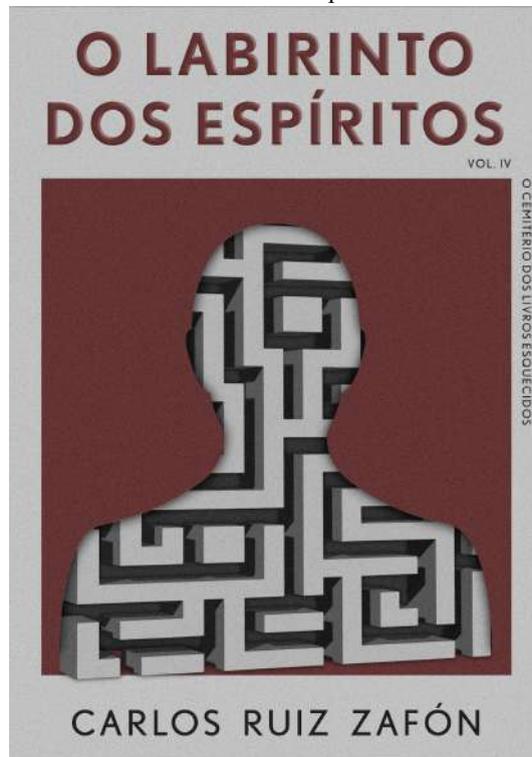
¹¹ Softwares de criação e manipulação de imagem da Adobe.

Figura 04 - Proposta de capa para o livro O Prisioneiro do Céu



Fonte: elaborado pela autora (2022)

Figura 05 - Proposta de capa para o livro O Labirinto dos Espíritos



Fonte: elaborado pela autora (2022)

Figura 06 - Aplicação da tetralogia em mockup



Fonte: elaborado pela autora (2022)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com Ribeiro (2007, p. 376), “A capa do livro é como um cartão de visitas da obra”, o que leva à conclusão que:

Num universo comercial, a capa de um livro é a primeira apresentação dele, como se fosse o primeiro anúncio ou a peça de lançamento de uma campanha publicitária; ela precisa impactar o público escolhido. Seu processo de criação é muito semelhante aos meios publicitários tradicionais, é preciso conhecer o produto, neste caso a estória, as técnicas de direção de arte e, fundamentalmente, o público-alvo. (BONNE, 2019, p. 68)

Com isso, entende-se que o trabalho do capista é indispensável para uma boa apresentação da obra, sendo o chamariz que inicia o processo comunicacional onde se tem por finalidade a comercialização, sendo relevante, portanto, não apenas a nível conceitual do objeto, mas também mercadológico. Indo contra o ditado popular, atesta-se que se deve, sim, julgar um livro pela capa a partir do momento em que ela representa e comunica o conteúdo, além de ser produto de estudo e pesquisa de técnicas de comunicação sendo aplicadas na prática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONNE, Paola Yohana; DAUDT, Gabriel. Julgando o Livro Pela Capa: uma Análise Semiótica das Capas dos Livros De Harry Potter. *In*: RUBLESCKI, Anelise. **Trilhas e caminhos**: pesquisa em comunicação. Novo Hamburgo: Feevale, 2019. p. 46-70.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II**. 2ª ed. São Paulo: Edições Rosari, 2006.

HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores**: Como as cores afetam a emoção e a razão. 1ª ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Pentice Hall, 2006.

MARTINS, Maria Helena. **O que é leitura**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MELO, Gabriela Gomes; LOPES, Danielly Amatte. Um livro pela capa: a influência do design de capa na decisão de compra dos livros da editora DarkSide. *In*: 10º Congresso Internacional de Design de Informação, 2021, Curitiba. Congresso Internacional de Design da Informação e Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação, v. 9, n. 1, p. 49-63, 2021, Curitiba. **Anais do 10º CIDI e 10º CONGIC**. Curitiba: SBDI, 2021.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento Visual Gráfico**. 10ª ed. Brasília: LGE Editora, 2007.