



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Tecnologia e Ciências

Escola Superior de Desenho Industrial

Pedro Paulo Giudice de Menezes

**Discussões sobre qualidade de projeto em capas de livro –  
uma investigação a partir do Prêmio Jabuti (2000 a 2018)**

Rio de Janeiro

2020

Pedro Paulo Giudice de Menezes

**Discussões sobre qualidade de projeto em capas de livro –  
uma investigação a partir do Prêmio Jabuti (2000 a 2018)**



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-graduação em Design, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Design.

Orientador: Prof. Dr. Washington Dias Lessa

Coorientadora: Profa. Dra. Helena de Barros Ezequiel

Rio de Janeiro

2020

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CTC/G

M543	<p>Menezes, Pedro Paulo Giudice de.</p> <p>Discussões sobre a qualidade de projeto em capas de livro – uma investigação a partir do Prêmio Jabuti (2000 a 2018) / Pedro Paulo Giudice de Menezes. - 2020. 195 f.: il. Orientador: Prof. Dr. Washington Dias Lessa. Coorientadora: Profa. Dra. Helena de Barros.</p> <p>Dissertação (Mestrado).Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial.</p> <p>1. Design editorial - Teses. 2. Livros - Capas - Teses. 3. Design de livros - Teses. 4. Projeto gráfico (Tipografia) - Teses. I. Lessa, Washington Dias. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Escola Superior de Desenho Industrial. III. Título.</p> <p>CDU 655.254.2</p>
------	---

Bibliotecária: Marianna Lopes Bezerra CRB7/6386

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Pedro Paulo Giudice de Menezes

**Discussões sobre qualidade de projeto em capas de livro –  
uma investigação a partir do Prêmio Jabuti (2000 a 2018)**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-graduação em Design, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Design.

Aprovada em: 24 de março de 2020.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Washington Dias Lessa (Orientador)  
Escola Superior de Desenho Industrial – UERJ

---

Profa. Dra. Helena de Barros Ezequiel (Coorientadora)  
Escola Superior de Desenho Industrial – UERJ

---

Profa. Dra. Sarah Lenora Geiger  
Escola Superior de Desenho Industrial – UERJ

---

Profa. Dra. Isabella Vicente Perrotta  
Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-Rio

Rio de Janeiro

2020

## **DEDICATÓRIA**

Ao João Menezes Wagner, à Renata de Brito Wagner, à Denise Camargo, à Marina Giudice de Menezes e ao meu pai, Paulo Nazareno de Menezes Junior, que não pôde ver este trabalho concluído, mas o acompanhou desde seu ponto inicial.

## AGRADECIMENTOS

Aos meus orientadores, Prof. Doutor Washington Dias Lessa e Profa. Doutora Helena de Barros Ezequiel pela orientação, ajuda, apoio, tardes de domingo e, principalmente, pela amizade e carinho.

Aos meus professores, dentro e fora da sala de aula, durante a época da graduação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA / USP) e agora do mestrado no programa de Pós-graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (PPGD da ESDI / UERJ).

Aos meus colegas de mestrado, pelo apoio e amizade.

Aos designers gráficos Elaine Ramos, Gustavo Piqueira e Victor Burton; aos jurados do prêmio Jabuti João de Souza Leite e Heliodoro Bastos; ao ex-curador do prêmio José Luiz Goldfarb; aos editores Isabel M. M. Alexandre e Luiz Schwarcz e aos livreiros Daniel Louzada e Rui Campos pelas entrevistas fundamentais para a pesquisa.

Aos professores doutores Arlindo Ornelas Figueira Neto e Heliodoro Bastos, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA / USP) pelo apoio, incentivo e recomendação.

À Renata de Brito Wagner, Denise Camargo, Lizandra Magon de Almeida e Claudia Giudice pelas leituras nas diferentes fases da pesquisa.

A todos aqueles que, embora não citados nominalmente, contribuíram direta e indiretamente para a execução deste trabalho.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Of course, you can judge a book by its cover; moreover, we are obliged to.

*Simon Garfield*

## RESUMO

MENEZES, Pedro Paulo Giudice. *Discussões sobre qualidade de projeto em capas de livro – uma investigação a partir do Prêmio Jabuti (2000 a 2018)*. 2020. 195f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

Este trabalho propõe uma investigação sobre os diferentes discursos sobre qualidade de projeto das capas de livros brasileiros, a partir de um recorte de capas premiadas pelo Prêmio Jabuti entre 2000 e 2018, e através de depoimentos obtidos por entrevistas qualitativas com os agentes envolvidos no processo de execução, venda e avaliação das capas: designers gráficos, editores, livreiros, jurados e curadores do prêmio. Procura oferecer uma visão heterogênea e multifacetada sobre a importância da capa do livro brasileiro, seu desenvolvimento histórico e seu papel na realidade atual do país. Na pesquisa, investiga-se o que chancela a ideia de qualidade de uma capa de livro, através da percepção dos profissionais que produzem, articulam e promovem o fluxo deste mercado de atuação. Evidencia-se a importância e o papel da capa que, em primeira instância, informa e sintetiza o livro e a natureza do texto contido nele.

Palavras-chave: Design gráfico. Design editorial. Livro. Capas. Tipografia.

## ABSTRACT

MENEZES, Pedro Paulo Giudice de. *Discussions about project quality on book covers - an investigation based on the Jabuti Award (2000 to 2018)*. 2020. 195f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

This paper proposes an investigation of the different discourses on the quality of design of Brazilian book covers, based on a selection of covers awarded by the Jabuti Award between 2000 and 2018, and through statements obtained through qualitative interviews with the agents involved in the execution process, sale and evaluation of covers: graphic designers, editors, booksellers, jurors and curators of the award. It seeks to offer a heterogeneous and multifaceted view on the importance of the Brazilian book cover, its historical development and its role in the country's current reality. In research, we investigate what supports the idea of the quality of a book cover, through the perception of professionals who produce, articulate and promote the flow of this market. It highlights the importance and role of the cover that, in the first instance, informs and synthesizes the book and the nature of the text contained therein.

Keywords: Graphic design. Editorial design. Book. Covers. Typography.

## LISTA DAS ILUSTRAÇÕES

Obs: a maior parte capas de livro nas figuras foi obtida através dos sites e catálogos das respectivas editoras responsáveis pelos livros. Outras fontes como livrarias virtuais (Amazon e Estante Virtual) também foram utilizadas. Quando a fonte foi diferente, ela está descrita na respectiva legenda.

Figura 1 -	vitrine da Livraria da Travessa.....	14
Figura 2 -	estante de rolos.....	20
Figura 3 -	Evangelho de São João.....	21
Figura 4 -	fac-símile de encadernação medieval.....	22
Figura 5 -	livraria holandesa do século XVIII.....	23
Figura 6 -	série de livros <i>Harry Potter</i> .....	25
Figura 7 -	Allen Lane, fundador da Penguin Books.....	27
Figura 8 -	capas da editora alemã The Albatross.....	28
Figura 9 -	capas dos livros da Penguin.....	29
Figura 10 -	coleção recente da Penguin.....	30
Figura 11 -	as partes que compõem a capa de um livro.....	31
Figura 12 -	lombadas clássicas dos livros da Penguin.....	33
Figura 13 -	diferentes lombadas dos livros brasileiros.....	34
Figura 14 -	capas de Tomás Santa Rosa para a editora José Olympio.....	35
Figura 15 -	capas de Eugênio Hirsch para a editora Civilização Brasileira.....	36
Figura 16 -	capas de Vicente Grado para o Clube do Livro.....	36
Figura 17 -	capas ilustradas por Jayme Cortez para a Melhoramentos.....	37
Figura 18 -	capa de Bea Feitler para a Editora do Autor.....	37
Figura 19 -	capas de Odilea Toscani para a editora Brasiliense.....	38
Figura 20 -	capas de Gina Calvi para a editora Record.....	39
Figura 21 -	capas da Editora Itatiaia com ilustrações de Cláudio Martins.....	39
Figura 22 -	capas da coleção <i>Para Gostar de Ler</i> .....	40
Figura 23 -	capas do selo <i>Cantatas Literárias</i> de Brasiliense.....	40
Figura 24 -	capas da editora Nova Fronteira, da década de 1980.....	41
Figura 25 -	capas da coleção <i>Plenos Pecados</i> da editora Objetiva.....	42

Figura 26 -	capas da editora Companhia das Letras.....	43
Figura 27 -	capas da editora Cosac Naify.....	44
Figura 28 -	troféus do Prêmio Jabuti.....	49
Figura 29 -	selo de livro finalista do Prêmio Jabuti.....	51
Figura 30 -	gráfico com os principais designers premiados pelo Jabuti.....	54
Figura 31 -	gráfico com as principais editoras premiadas pelo Jabuti.....	55
Figura 32 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2000.....	57
Figura 33 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2001.....	58
Figura 34 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2002.....	59
Figura 35 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2003.....	60
Figura 36 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2004.....	61
Figura 37 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2005.....	62
Figura 38 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2006.....	63
Figura 39 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2007.....	64
Figura 40 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2008.....	65
Figura 41 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2009.....	66
Figura 42 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2010.....	67
Figura 43 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2011.....	68
Figura 44 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2012.....	69
Figura 45 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2013.....	70
Figura 46 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2014.....	71
Figura 47 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2015.....	72
Figura 48 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2016.....	73
Figura 49 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2017.....	74
Figura 50 -	capas selecionadas pelo Jabuti em 2018.....	75
Figura 51 -	descritivo das reproduções das capas premiadas.....	79
Figura 52 -	exemplos de capas do livro <i>Em busca do tempo perdido</i> .....	90
Figura 53 -	capa do livro <i>A refeição em família</i> .....	91
Figura 54 -	capa do livro <i>Toda Poesia</i> , criada por Elisa Von Randow.....	93
Figura 55 -	capa do livro <i>Graça Infinita</i> , criada por Alceu Chiesorin Nunes.....	95
Figura 56 -	Feira Plana (2017) .....	96
Figura 57 -	capa do livro <i>Às voltas com Lautréamont</i> .....	97

Figura 58 -	<i>homepage</i> da livraria virtual Amazon.....	98
Figura 59 -	anúncios de ofertas da Amazon.....	98
Figura 60 -	capas de Butcher Billy para a editora Aleph.....	109
Figura 61 -	capa do disco <i>Maysa</i> , criada por César Villela.....	115
Figura 62 -	capas de livros da editora francesa Gallimard.....	121
Figura 63 -	capas de livros criadas por João Baptista da Costa Aguiar.....	124
Figura 64 -	capa do livro <i>Théâtre du Soleil</i> , criada por Sérgio Kon.....	126
Figura 65 -	capa do livro <i>O atormentador</i> , criada por Fernando Vilela.....	127
Figura 66 -	capa do livro <i>A biblioteca – uma história mundial</i> .....	127
Figura 67 -	capa do livro <i>Pensando a física</i> , criada por Camila Mesquita.....	131
Figura 68 -	capas do livro <i>O nome da rosa</i> .....	135
Figura 69 -	capas de livros da Penguin, criadas por David Pelham.....	139
Figura 70 -	capa do livro <i>Quase memória</i> , criada por Victor Burton.....	151
Figura 71 -	capa do livro <i>Garbo</i> , criada por Victor Burton.....	152
Figura 72 -	capa do livro <i>O homem do castelo alto</i> , da editora Aleph.....	157
Figura 73 -	capa do livro <i>Máquinas como eu</i> , da Companhia das Letras.....	158
Figura 74 -	coleção <i>24/7</i> , da Cosac Naify, com projeto de Elaine Ramos.....	159
Figura 75 -	capa do livro <i>Bartleby</i> , criada por Elaine Ramos.....	159
Figura 76 -	capa do livro <i>Enclausurado</i> , criada por Claudia Espíndola.....	160
Figura 77 -	capa do livro <i>Crime e castigo</i> , criada por Bracher & Malta.....	169
Figura 78 -	capa do livro <i>O minotauro</i> , da editora Brasiliense.....	170
Figura 79 -	livros da coleção <i>Argonautas</i> , com projeto de Elaine Ramos.....	172
Figura 80 -	capas de João Baptista Aguiar para Companhia das Letras.....	174
Figura 81 -	capa do livro <i>Os filmes da minha vida</i> , da editora Orfeu Negro.....	175
Figura 82 -	capas brasileira e portuguesa do livro <i>Essa gente</i> .....	177
Figura 83 -	capas de livros criadas por Moema Cavalcanti.....	177
Figura 84 -	capa do livro <i>Em busca do tesouro da juventude</i> .....	179
Figura 85 -	capa do livro <i>Os meninos da rua Paulo</i> .....	181
Figura 86 -	processo de execução das capas do livro <i>Escritores</i> (1988) .....	183
Figura 87 -	processo de execução das capas do livro <i>Escritores</i> (2017) .....	183
Figura 88 -	capas do selo <i>New Directions</i> , criadas por Alvin Lustig .....	184
Figura 89 -	capas de livros criadas por Ettore Bottini.....	185

Figura 90 -	capas de livros criadas por Ettore Bottini.....	185
Figura 91 -	capa do livro <i>Neve</i> , criada por Raul Loureiro.....	187
Figura 92 -	capas de livros criadas por Elaine Ramos.....	194
Figura 93 -	capa do livro <i>Lolita</i> , criada por Eugênio Hirsch.....	195

## SUMÁRIO

### INTRODUÇÃO

	Sobre o trabalho, motivações, critérios de qualidade, premissas, capítulos.....	14
1.	<b>O OBJETO CAPA.....</b>	19
1.1	<b>Da encadernação à capa como conhecemos hoje.....</b>	19
1.2	<b>Proteção e identificação.....</b>	24
1.3	<b>A capa moderna.....</b>	26
1.4	<b>Anatomia da capa do livro.....</b>	30
1.5	<b>Indicações do mercado editorial a partir de 1960.....</b>	34
2.	<b>PRÊMIOS – INSTÂNCIAS DE VALIDAÇÃO DE QUALIDADE.....</b>	45
2.1	<b>Os prêmios.....</b>	45
2.2	<b>Fundação Biblioteca Nacional.....</b>	45
2.3	<b>ADG.....</b>	47
2.4	<b>CBL e o Prêmio Jabuti.....</b>	48
2.5	<b>Inscrições.....</b>	51
3.	<b>UM RECORTE CONTEMPORÂNEO.....</b>	53
3.1	<b>Os principais premiados.....</b>	53
3.2	<b>As capas selecionadas – Prêmio Jabuti.....</b>	57
4.	<b>AS ENTREVISTAS.....</b>	77
4.1	<b>Metodologia.....</b>	77
4.2	<b>O conjunto das capas.....</b>	78
4.3	<b>Os entrevistados.....</b>	79
4.4	<b>Roteiro das entrevistas.....</b>	82

<b>5.</b>	<b>CARACTERIZAÇÃO DE TEMAS REFERENTES À DISCUSSÃO SOBRE QUALIDADE.....</b>	<b>84</b>
5.1	<b>Os diferentes agentes, seus lugares, momentos e motivações.....</b>	<b>85</b>
5.2	<b>Temas referentes à discussão sobre qualidade projetual.....</b>	<b>86</b>
5.2.2	<u>Condicionamento estilístico e liberdade de expressão.....</u>	<b>88</b>
5.2.3	<u>Diálogo e identificação com a obra.....</u>	<b>89</b>
5.2.4	<u>Relação entre os elementos da capa e escolha do partido gráfico.....</u>	<b>91</b>
5.2.5	<u>A capa no âmbito da venda.....</u>	<b>93</b>
5.2.6	<u>Clareza analítica do discurso gráfico.....</u>	<b>99</b>
5.3	<b>O olhar dos entrevistados sobre a amostra das capas.....</b>	<b>100</b>
	 <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	 <b>107</b>
	 <b>REFERÊNCIAS .....</b>	 <b>111</b>
	 <b>APÊNDICE – A ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS.....</b>	 <b>116<sup>1</sup></b>
	Entrevista com Heliodoro Bastos.....	116
	Entrevista com Isabel Maria Macedo Alexandre.....	121
	Entrevista com José Luiz Goldfarb.....	131
	Entrevista com João de Souza Leite.....	140
	Entrevista com Victor Burton.....	147
	Entrevista com Daniel Louzada.....	157
	Entrevista com Gustavo Piqueira.....	164
	Entrevista com Rui Campos.....	171
	Entrevista com Luiz Schwarcz.....	181
	Entrevista com Elaine Ramos.....	191

---

<sup>1</sup> As entrevistas estão em ordem cronológica

## INTRODUÇÃO

Como ilustrador e designer gráfico, tenho uma relação muito próxima com o processo de produção do livro como produto editorial, tanto ao desenvolver capas como projetos gráficos de um modo mais amplo. Como amante do objeto livro, tenho especial preocupação com a sobrevivência do livro impresso frente ao livro eletrônico<sup>2</sup> e a outras mídias e tecnologias.



Figura 1: vitrine da Livraria da Travessa (Ipanema – Rio de Janeiro) – junho de 2018 (imagem: arquivo pessoal).

Enxergo a importância das capas como elemento de sedução e, portanto, motivador da venda de livros impressos. Por isso, vejo um grande valor no exercício de projeto dos designers gráficos ao desenvolverem capas de qualidade, o que deve ser entendido e reconhecido, especialmente nos dias de hoje, quando a sociedade passa por mudanças comportamentais, e se estabeleceram novas formas de relação das pessoas com o mundo e com os objetos.

---

<sup>2</sup> Livro digital (livro eletrônico ou *e-book*) é qualquer conteúdo de informação, semelhante a um livro, em formato digital, que pode ser lido em equipamentos eletrônicos - computadores, PDAs, Leitor de livros digitais ou até mesmo celulares que suportem esse recurso, existindo ou não sua versão em papel. Em 1971, Michael Hart – considerado o criador do livro eletrônico – deu os primeiros passos para que a ideia do livro eletrônico se tornasse realidade. Ele digitalizou a Declaração de Independência dos Estados Unidos, primeiro documento da história da humanidade a se tornar um documento eletrônico. Mais tarde, fundou o Projeto Gutenberg, biblioteca digital mais antiga do mundo que realiza digitalização de livros em domínio público, arquiva-os e os disponibiliza gratuitamente.

Isso pode ser notado quando observamos hoje o cuidado e a preocupação com que as editoras têm dedicado às capas de seus livros. Novas editoras surgiram no Brasil, preocupadas não só com as capas mas com os projetos gráficos como um todo, como a Todavia, a Carambaia, a Aleph, a Rádio Londres, a Lote 42, a n-1 e a Ubu, que vêm na esteira das editoras Companhia das Letras e Cosac Naify que, a partir das décadas mais recentes começaram a dar uma nova cara aos livros brasileiros a partir da qualidade das capas e dos projetos gráficos do livros editados por elas.

Como podemos definir uma capa de livro de qualidade? Quais são os critérios envolvidos na avaliação? Como definir qualidade em uma capa de livro? A busca de respostas a estas perguntas norteia este trabalho.

Seria uma capa de livro de qualidade aquela dotada de retórica: atratividade visual, aquela que chama atenção e faz o livro ser um objeto mais desejável para o leitor? Ou aquela que traz identidade com o tema da obra? Uma capa de qualidade deve propor uma síntese do livro, uma boa metáfora visual? É objetiva, informativa: destaca e dá visibilidade ao título, à autoria e a outras informações pertinentes? Ou uma capa de qualidade se destaca pela inteligência do projeto gráfico apresentado, com a articulação de fatores com um determinado propósito?

Está na maestria e inovação no uso de elementos como tipografia, ilustrações, fotografias, cores, formas, composições, materiais e recursos gráficos de impressão e acabamento de um projeto de capa?

Uma capa de livro pode ser inovadora? Expressiva? Harmônica? Eficiente? É aquela que faz o livro vender mais? Usa a linguagem do tempo? Rompe com a linguagem visual vigente?

Quem é que pode dizer que uma capa é boa, ruim, satisfatória, brilhante, eficiente ou ineficiente? Designers gráficos? Jurados de prêmios? Editores? Livreiros? O leitor – consumidor? Uma capa é boa para quem? Como qualquer projeto de comunicação, a capa deve falar com determinado público-alvo, portanto não podemos afirmar que há só uma capa certa, precisamos reconhecer e identificar instâncias de validação da sua qualidade. Há livros e livros, há capas e capas.

O Prêmio Jabuti em seu regulamento para avaliar as melhores capas de livro, aponta três critérios de qualidade:

1. Atratividade visual e identificação com o tema da obra.
2. Harmonia entre capa e demais elementos.
3. Visibilidade do título, da autoria e de outras informações.

Em artigo publicado no blog da editora Companhia das Letras, em abril de 2016, Luiz SCHWARCZ traz sua opinião sobre o tema:

A capa certa é aquela que mais se aproxima da alma do livro; aquela que permite que o carisma do qual já falei em outro momento se propague, até alcançar o interesse dos leitores. Se o designer buscar ou respeitar esse carisma, fará o livro falar por si próprio, criará um entendimento visual para o texto que o complementaré – e com isso será também um parceiro do autor.<sup>3</sup>

Na pesquisa investiga-se o que chancela a ideia de qualidade e seus parâmetros em uma capa de livro, através da percepção dos profissionais que produzem, articulam e promovem o fluxo do mercado editorial (editores, designers gráficos, livreiros e jurados de prêmios). Evidencia-se a importância e a função da capa – que, em primeira instância, informa e sintetiza o livro e a natureza do texto contido nele. São discussões sobre qualidade, a qualidade segundo cada um desses agentes. Como eles a abordam, seus entendimentos e como falam dela.

Acredito que uma capa de qualidade contribua para que o livro venda mais, tenha mais sucesso comercial. Mas igualmente acredito na tese de que o leitor vive uma experiência interativa com a capa: ele olha para ela, lê as informações que ela traz, suas imagens, suas cores e formas, ele a manuseia, ela tem formato (largura, altura, espessura), peso, textura, ela identifica determinado livro, daí que sua qualidade pode potencializar essa experiência especialmente depois da compra.

Neste projeto de pesquisa, decidi estabelecer como suporte para meus questionamentos e análises um recorte contemporâneo de capas de livro brasileiras: as capas vencedoras dos anos 2000 a 2018 do Prêmio Jabuti (promovido pela CBL - Câmara Brasileira do Livro), uma das principais instâncias de validação de qualidade das capas de livro no país.

A decisão de utilizar como recorte as capas premiadas do Prêmio Jabuti se justifica pelo fato dele ser o prêmio literário mais longo e, portanto, representativo como instância de validação de qualidade das capas de livro no país. Além disso ele é anual e possui uma categoria exclusiva de premiação para capas, independentemente do texto do livro e mesmo do seu projeto gráfico (há outras categorias de premiação para projeto gráfico e para qualidade gráfica). Também se justificam a atualidade do tema e a ausência de pesquisas sobre ele.

---

<sup>3</sup> (<http://historico.blogdacompanhia.com.br/2016/04/a-cara-dos-livros-ou-tem-uma-capa-olhando-para-mim/>)

Esse recorte de capas foi estímulo para discussão dos critérios de qualidade com os entrevistados, escolhidos em função de sua relação com o tema da pesquisa: designers gráficos premiados por suas capas, editores de livros de editoras que igualmente tenham tido as capas de seus livros premiadas, jurados e curadores do Jabuti, além de livreiros que podem lançar um olhar do ponto de vista da venda.

Para este trabalho eu me vali de entrevistas discursivas<sup>4</sup>, semiestruturadas, qualitativas, procurando interagir com os entrevistados para tentar saber sobre seus pontos de vista, seus olhares e, com isso, obter informações, opiniões e avaliações úteis para minha dissertação.

Com esses depoimentos, procurei oferecer uma visão heterogênea e multifacetada de pontos de vista sobre a importância da capa do livro brasileiro, seu desenvolvimento histórico e seu papel na realidade atual do país.

A pesquisa compreendeu as seguintes estratégias:

- discussão do estado da arte de capas de livro, em uma perspectiva histórica no Brasil, por meio de levantamento bibliográfico;
- levantamento das capas premiadas, compilação das informações técnicas e montagem do conjunto com a reprodução delas para uso nas entrevistas;
- realização de entrevistas em profundidade, por meio de contato pessoal, com designers de capas de livro, editores, livreiros e profissionais ligados ao Prêmio Jabuti (jurados e curadores). Durante as entrevistas, foram mostradas aos entrevistados reproduções das capas premiadas para estímulo e avaliação;
- articulação do conteúdo das entrevistas com comentários e análise crítica.

A dissertação se estrutura da seguinte maneira:

No primeiro capítulo o objeto capa é abordado: sua origem; a encadernação até a capa como a conhecemos hoje; os aspectos da capa relacionados a proteção, identificação e finalmente comunicação visual; a capa moderna e um olhar sobre a realidade brasileira a partir da década de 1950, quando surge o Prêmio Jabuti. As principais referências para fundamentação teórica são CARDOSO (2005), FERNANDES (2001), HASLAM (2007), LYONS (2011), MELLO (2011) e MELOT (2012);

---

<sup>4 4</sup> Entrevista é obtenção de elementos empíricos úteis para elaborar uma resposta à pergunta que dá impulso ao estudo (Cardano, p. 168)...Entrevista discursiva é aquela onde a interação entre o entrevistado e o entrevistador é determinada nos conteúdos, mas as modalidades nas quais as interações tomam forma não são pré-determinadas, mas se definem a cada momento. (CARDANO, 2017)

No segundo capítulo são apresentadas instâncias institucionais de validação de qualidade de capas de livro no Brasil, por meio de documentação das próprias instituições: Câmara Brasileira do Livro (Prêmio Jabuti), a ADG (Associação dos Designers Gráficos) e suas bienais e o Prêmio da Biblioteca Nacional. São apresentados os critérios desses prêmios e justificada a escolha da amostra;

No capítulo três são apresentadas as capas; os designers responsáveis e as editoras premiadas pelo Jabuti no período de 2000 a 2018, que foi recorte escolhido para a pesquisa;

O capítulo quatro trata da metodologia e da estruturação das entrevistas (baseada em CARDANO, 2017 e MEIHY, 2000). São apresentados os entrevistados; os critérios e o roteiro das entrevistas;

O capítulo cinco traz os temas referentes à qualidade extraídos a partir das entrevistas;

Nas considerações finais, aponto conclusões da pesquisa e caminhos para futuras investigações;

Por fim, as referências bibliográficas; e um apêndice composto pela íntegra das entrevistas.

## 1. O OBJETO CAPA

### 1.1) Da encadernação à capa que conhecemos hoje

O que reside entre duas capas é, ainda hoje, a definição mesma do livro.

(MELOT, 2012)

Para MELOT (2012), depois da dobra a capa é o segundo traço característico do livro. Ela fecha o conteúdo no interior do suporte. E circunscreve o livro em um espaço definitivo, regular, compacto e fechado. Estabelece começo e fim e uma determinada ordem de leitura. A capa, portanto, o define.

Conforme FERNANDES (2001), proteger e preservar o objeto livro é um cuidado constante desde o início de sua história, mesmo quando ele ainda tinha a forma de rolo ou *volumen*<sup>5</sup>. Os egípcios, por exemplo, protegiam as bordas de seus rolos de papiro com tiras coladas, enquanto os antigos gregos e romanos costumavam envolvê-los em capas de pele ou pano ou, em se tratando de obras mais valiosas, em *bibliotecas* (*biblio* + *thêkê*, cofre para livros), isto é, cilindros de madeira, pedra ou metal onde se acomodavam vários rolos.

A prática de encadernar os livros para melhor conservá-los foi uma decorrência natural da passagem do rolo para o *códex* (códice), que se firmou no mundo cristão dos séculos II e III d.C. quando o livro se torna uma coleção de folhas dobradas, refileadas e unidas entre si.

O códice revolucionou o conceito de livro e nos deu uma nova forma material que perdura até hoje. Além disso, ao contrário do rolo que tinha que ser seguro com as duas mãos, o códice liberou o leitor para fazer anotações (LYONS, 2011). Estava estabelecida a forma do livro como o conhecemos. Ainda assim, o rolo ainda resistiu por séculos e ainda persiste em livros religiosos como o Alcorão e o Torá.

---

<sup>5</sup> Para ser lido, o livro em formato de rolo, ou *volumen* deve ser segurado com as duas mãos. Enrolado nas extremidades sobre dois suportes de madeira, o texto é desenrolado diante dos olhos do leitor. Este não pode escrever ao mesmo tempo que lê, e dificilmente pode comparar diferentes fragmentos do texto que estejam distantes uns dos outros. (CHARTIER, 1998)

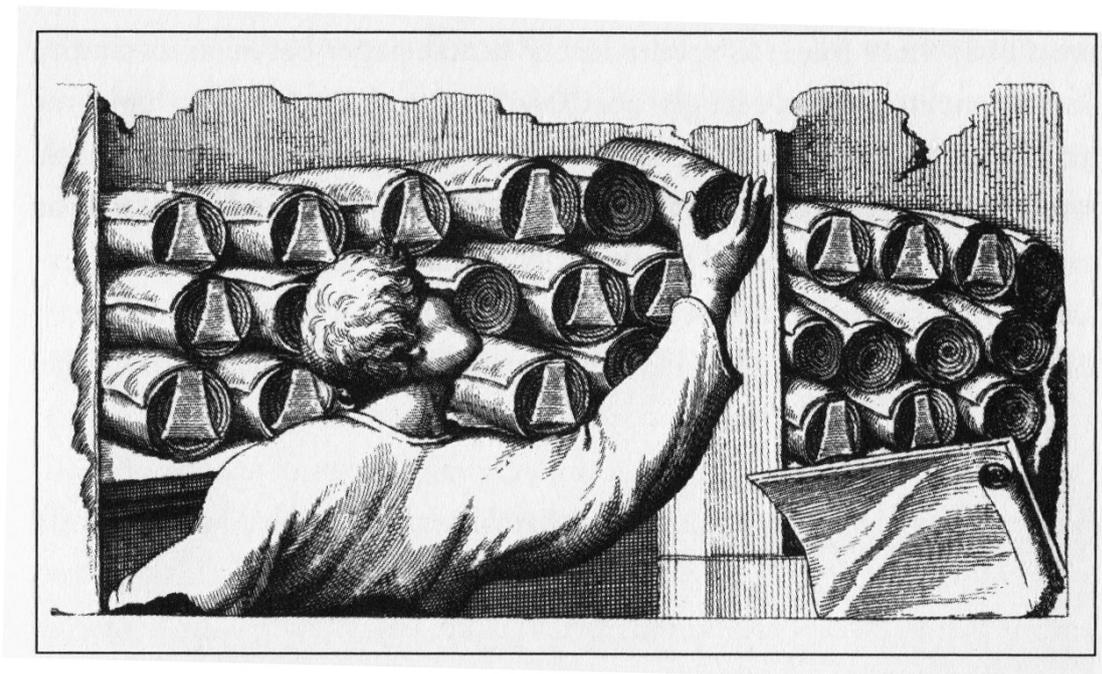


Figura 2: Estante de rolos em desenho do séc. XVII. As etiquetas triangulares nos rolos, que os identificam, são chamadas de *titulus* em romano – origem do termo título do livro. (Imagem: Foundation of the American Institute for Conservation).

Os primeiros livros eram compostos por folhas simples de pergaminho<sup>6</sup> e mais tarde de papel, dobradas duas vezes e reunidas em cadernos (de *quaterni*, em referência às quatro páginas resultantes da dobradura), costurados na dobra por meio de nervos. Os cadernos, por sua vez, eram costurados a tiras de couro flexíveis dispostas em ângulo reto em relação ao dorso. Paulatinamente, a folha foi se tornando maior e sendo dobrada mais vezes.

O pergaminho tendia a ondular e para manter as folhas planas criou-se o hábito de prendê-las entre duas tabuletas de madeira. O próximo passo foi prender a essas tabuletas às pontas das tiras que já prendiam os cadernos, cobrindo então com couro as tabuletas e o dorso e criando-se assim a lombada. Estavam dados os princípios da encadernação tal qual a conhecemos e o livro na forma como o entendemos. (FERNANDES, 2001)

---

<sup>6</sup> Pele de caprino ou ovino, preparada com alume, própria para nela se escrever e utilizada em encadernações. A técnica foi aperfeiçoada na cidade de Pérgamo, nome que originou sua denominação.

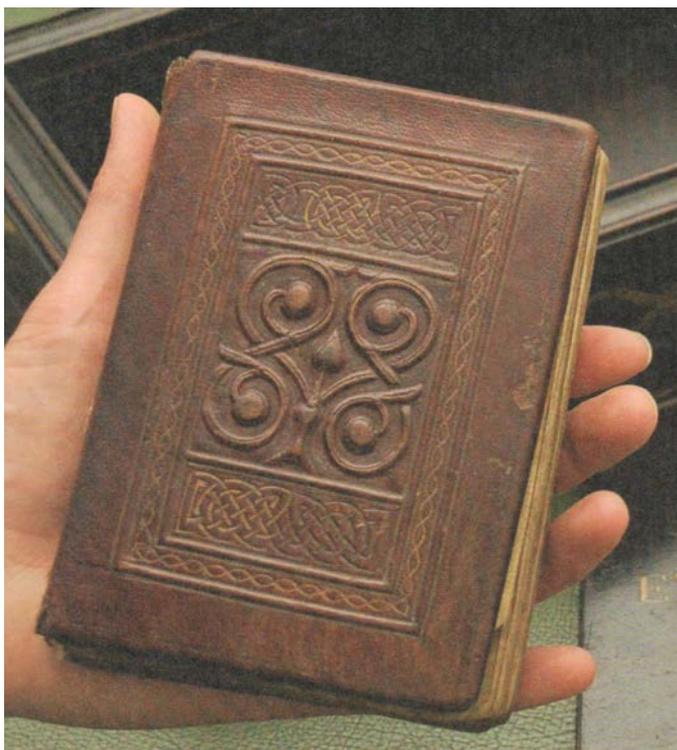


Figura 3: *Evangelho de São João (Saint Cuthbert Gospel)*, feito na Inglaterra no século VII e vendido em 2014 por mais de 14 milhões de dólares para a British Library – fazendo dele o segundo livro mais caro do mundo, perdendo apenas para o *Leicester Codex*, um dos cadernos de notas do Leonardo Da Vinci (hoje de propriedade de Bill Gates). Imagem: British Library.

Encadernar é a operação de juntar as folhas de um livro costurando os cadernos e cobrindo o corpo do volume com uma capa mais grossa e sólida que a folha vulgar (FARIA, 1988), com o objetivo de protegê-lo e qualificá-lo.

Se a encadernação fosse apenas uma medida de segurança, ela não teria conhecido formas superlativas admiráveis tanto no campo da liturgia, quanto nas bibliotecas particulares (MELOT, 2012, p. 56).

A encadernação medieval, gótica ou monástica surge nos mosteiros da Idade Média. A partir do século XII, as placas de marfim e a ourivesaria dão lugar às tábuas espessas de madeira revestidas de couro que serviam para evitar que o pergaminho se degradasse nas folhas iniciais e finais dos cadernos. As folhas eram então presas e costuradas entre as tábuas, criando assim a encadernação como hoje ainda é concebida.



Figura 4: Fac-símile de encadernação medieval com tábuas de madeira.

A encadernação medieval estabelece solidariedade com o bloco dos cadernos. O que significa que, enquanto encadernação, não é um simples revestimento ou envelope de proteção, mas dá forma e materialidade ao livro.

Até o Renascimento os livros não eram guardados em pé e sim deitados sobre as prateleiras ou mesas. Suas capas continham espécies de calombos, feitos de metal ou pedra incrustada, que os mantinham erguidos acima da superfície, driblando assim a umidade. A lombada, pouco visível, não trazia o título, sendo este inscrito em etiquetas atadas à capa. Para evitar a ondulação do pergaminho fechos e brochas nas bordas das tabuletas mantinham o livro fechado.

A difusão do livro na Renascença é resultado da conjunção de diversos fatores: o advento da imprensa no século XV com Gutenberg; o emprego do papel em substituição ao pergaminho ocasionando custos mais baixos e o barateamento do livro; e a substituição das pranchas de madeira por papelão, o que conferiu mais leveza às capas.

Até o século XIX não havia distinção entre o impressor, o editor e o vendedor de livros, quando esses papéis então começam a se tornar mais especializados. Foi só em 1824, por exemplo, que os livreiros de Leipzig, na Alemanha, estabeleceram sua própria associação profissional. Neste período histórico havia muitas maneiras de se comprar um livro: além de livrarias tradicionais os livros podiam ser comprados juntamente com secos e molhados, ferragens e miudezas e haviam os quiosques de rua, além de mascates.

É no fim do século XIX que o número de livrarias aumenta e se consolida no Ocidente, juntamente com as culturas literárias nacionais.

Desde o século XVI, as livrarias desenvolvem um processo duplo de exposição classificada dos livros por meio de gavetas ou arquivos e estantes, já que o usual era ter os livros não encadernados, para que o cliente pudesse escolher o tipo de encadernação que queria para seu exemplar (CARRION, 2018, p. 56).



Figura 5: livraria holandesa do século XVIII, com encadernador trabalhando nas instalações. Na época, os livros muitas vezes eram vendidos sem encadernação cabendo ao cliente escolher uma encadernação personalizada. Gravura de Reinier Vinkeles (1741-1816).

Foi também no século XIX que máquinas começaram a fazer parte do trabalho de encadernação. Grandes prensas capazes de exercer muita pressão sobre extensas superfícies melhoraram a eficiência da encadernação, já que agora os livros podiam ser prensados às dezenas e até às centenas de uma só vez.

Até o início do século XX a costura ainda era manual, mas a adoção da encadernação mecanizada com adesivos e a máquina de costura finalmente transformaram o livro em um produto da indústria, substituindo o trabalho manual (HASLAM, 2007, p. 219).

Livros passaram então a ser vendidos já encadernados com capas que podiam ser de couro trabalhadas, de tecido ou apenas em papel – sempre mais grosso que o usado no miolo por conta da necessidade de proteção e identificação do conteúdo.

## 1.2. Proteção e identificação

A capa do livro pode ser considerada juntamente com a lombada uma cobertura protetora e unificadora das páginas de um livro e tem, conforme HASLAM (2007), duas funções definidas: proteger as páginas e identificar o conteúdo.

Essa função de identificação está intimamente ligada à experiência de interação do livro com seu leitor, seu usuário. A capa identifica o livro e a edição pelo seu formato, pelas cores, pelas ilustrações, pela diagramação, pelas famílias tipográficas utilizadas e pelas características da sua lombada. Nos dias de hoje, com a globalização, essa condição fica ainda mais forte e se intensifica. Editoras têm identidades características em virtude de suas capas. O mesmo se diz de livros, coleções e edições.

O exemplo a seguir das diferentes capas da série infantojuvenil *Harry Potter*<sup>7</sup> em diferentes edições pelo mundo todo demonstra como o conceito de padronização se estabelece no intuito de reforçar a identidade da série de livros enquanto marca e produto mercadológico.

Vemos em todas as capas a utilização da mesma paleta de cores (fortes, quentes e com predominância de vermelhos e laranjas), o mesmo estilo de ilustração (quando não é a mesma), o uso de um logotipo em fonte fantasia adaptado para vários idiomas e mesmo a estrutura da diagramação dos elementos sempre em um eixo centralizado nas diferentes edições.

---

<sup>7</sup> Uma série de livros infantojuvenis extremamente bem sucedida composta por sete romances de fantasia escritos pela autora britânica J. K. Rowling, publicada originalmente entre 1998 e 2007 e adaptada para o cinema, que se sustenta por um rigoroso trabalho de marketing da editora inglesa Bloomsbury que controla em todos os países o padrão das capas dos sete livros.

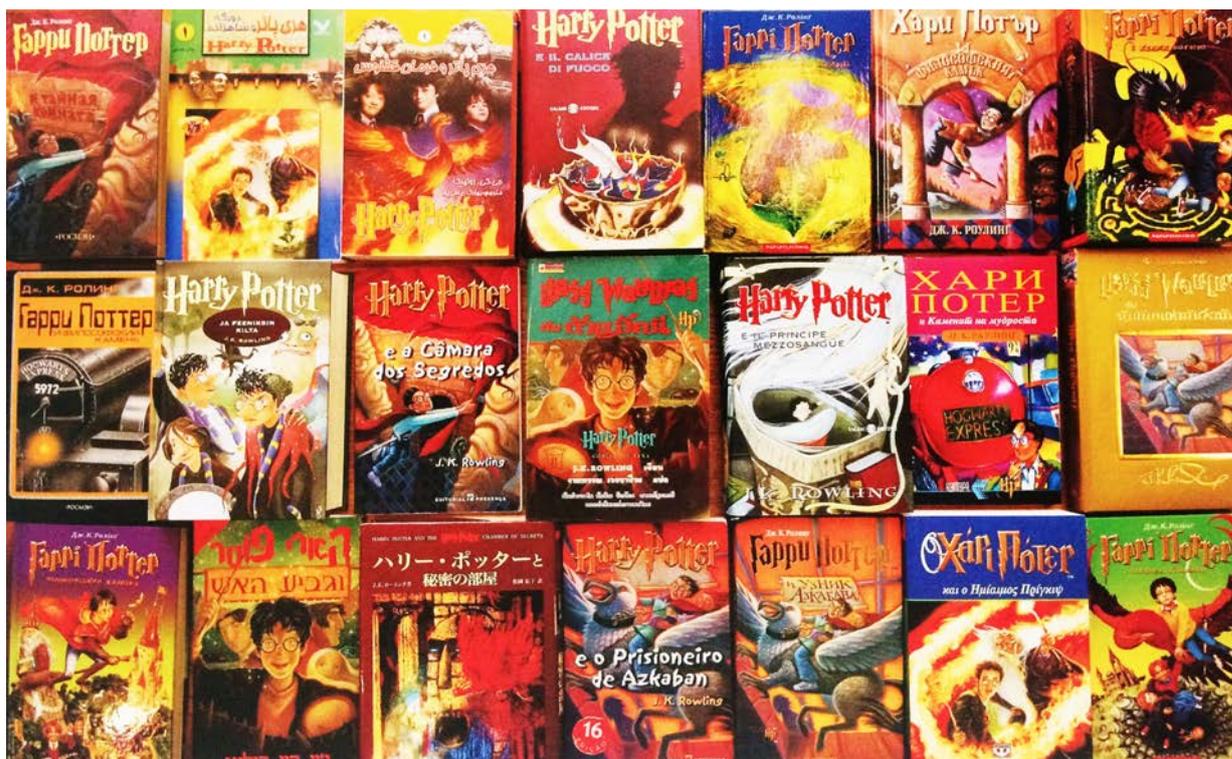


Figura 6: Montagem com capas da série de livros *Harry Potter* escritos pela britânica J. K. Rowling e publicados em diferentes países do mundo seguindo um rigoroso padrão de design gráfico e iconografia.

Por isso uma capa de livro se torna uma promessa feita pela editora em nome do autor para o leitor. Além de seu caráter informativo e identitário, ela funciona como elemento de sedução para que o livro seja aberto e comprado.

Devemos entender que os livros precisam de um sistema de mercado para serem distribuídos e assim se transformam em produtos que vão disputar espaço nas livrarias com outros produtos similares em essência, mas diferentes nas suas capas e em seus conteúdos. Por isso a qualidade das suas capas pode ajudar a fazê-los ser mais bem-sucedidos com o público leitor/comprador: contribuir para que o livro venda mais alcançando mais leitores.

Victor Burton, um dos mais premiados designers gráficos brasileiros (ele detém inclusive o maior número de Prêmios Jabuti de melhor capa), em entrevista a Caroline Noury da Silva Azevedo feita em 18 de maio de 2012 corrobora essa afirmação de uma forma um tanto amarga:

...ela (a capa) é inútil porque não agrega absolutamente nada ao livro. Ela existe para você se comunicar com um eventual leitor e propiciar a venda, né!? Eu acho que a capa ideal seria sempre uma sobrecapa que você poderia arrancar do livro e ficar só com o livro. Ele passaria a ser um objeto muito mais discreto na sua casa... a capa sozinha não quer dizer nada. Ela é importante para vender o livro, é nesse sentido

que eu digo que ela é inútil. Na verdade, ela é utilíssima, porque sem isso a editora não conseguiria posicionar o seu livro. É útil para o mercado. (AZEVEDO, p. 132)

Em nova entrevista, feita em 7 de dezembro de 2012, Victor é ainda mais incisivo: “no fundo a gente faz a capa para anunciar o livro.” E ainda: “...eu acho que demorou muito no Brasil para se entender que existem vários públicos, que não tem só uma capa ideal.” Para Burton, você tem que falar para cada público e saber dirigir o seu livro para o público certo.

Além desse papel no momento da compra do livro a capa serve como objeto de intermediação do leitor com o texto, com a história e com o conteúdo do livro. Ela funciona como primeira experiência do leitor com o livro. E ainda funciona como gatilho de memória e como forma de identificação – identificar, dar cara ao livro na estante e materializá-lo. Como diz POWERS (2008), a capa cumpre um papel no processo de envolvimento físico com o livro, pois embora não possa olhá-la enquanto se lê, ela o define como objeto a ser apanhado, deixado de lado e talvez conservado ao longo do tempo.

### **1.3. A capa moderna**

O projeto de capa é um problema tão diferente do design do miolo que se precisaria de um livro exclusivo para analisá-lo.

(HENDEL)

No século XIX, a evolução tecnológica que é provocada pelo surgimento da litografia<sup>8</sup> influencia os aspectos gráficos da indústria editorial. A possibilidade da impressão em larga escala de trabalhos com imagens dotadas de tons entre o preto e o branco modifica definitivamente os aspectos de todos os impressos. Os livros passam a ter, com uma frequência muito maior que anteriormente, a colocação de páginas ilustradas entre os cadernos. Antes da litografia as inclusões de imagens eram feitas através do uso de clichês tipográficos – estes eram muito mais demorados de se executar e não conseguiam apresentar a mesma qualidade de imagem das matrizes planográficas em pedra com seus elementos gráficos desenhados a mão.

---

<sup>8</sup> Processo de impressão planográfico criado por Alois Senefelder, que utiliza uma tinta oleosa e onde a imagem é impressa em diferentes suportes como papel, plástico e tecido, a partir de uma matriz de pedra, com base na repulsão natural entre o óleo e a água.

A partir do final do século XIX, os novos recursos litográficos são amplamente utilizados na indústria editorial, não somente nas ilustrações internas, com a inclusão de cadernos integralmente impressos neste sistema, mas também e especialmente nas capas das publicações. Começava a se popularizar o uso de ilustrações no meio editorial em virtude não somente do desenvolvimento técnico, mas também do custo inferior do sistema litográfico.

Com a mecanização da produção de textos, graças à introdução da linotipia em 1886, a produção global disparou. O livro se torna um produto de consumo produzido em massa durante o fim do século XIX e o começo do século XX. As capas começam a se tornar mais coloridas e alegóricas à medida que o uso de ilustrações se torna viável e barato graças a essas novas tecnologias de impressão como a cromolitografia e, posteriormente, a impressão em offset<sup>9</sup>.

Nas primeiras décadas do século XX, essa revolução do livro como objeto de consumo de massa está intimamente ligada à Penguin Books e seus livros em formato brochura (capa mole) com textos de alta qualidade editorial e baixo preço, criada pelo editor inglês Allen Lane em 1935.

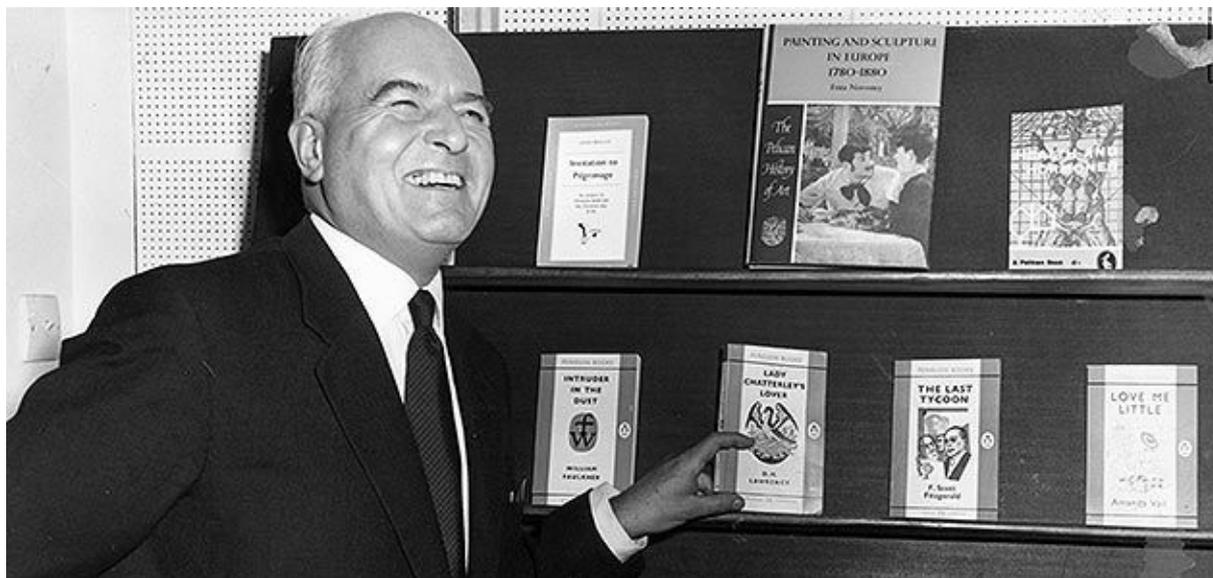


Figura 7: Allen Lane e os primeiros livros da Penguin, que incluíam autores com Ernest Hemingway, André Maurois e Agatha Christie. Imagem: Smithsonian Magazine (<https://www.smithsonianmag.com/>).

<sup>9</sup> Offset é um processo planográfico em que a imagem é impressa indiretamente (daí o termo *offset*, fora do lugar); primeiro ele passa por uma blanqueta de borracha para depois ser aplicado no papel (BANN, 2010).

Allen Lane (1902-1970) se inspira na editora alemã The Albatross que, já em 1932, publicava em Hamburgo reimpressões em brochuras baratas com capas que tinham todas o mesmo projeto gráfico. Este projeto gráfico foi desenvolvido por Hans Mardersteig, anteriormente diretor de arte da editora italiana Mondadori, e incluía a mesma família tipográfica Futura<sup>10</sup>, o mesmo eixo de diagramação centralizado, os mesmos elementos de grid<sup>11</sup> e se diferenciava pelo uso de diferentes cores que se associavam aos gêneros literários.

12

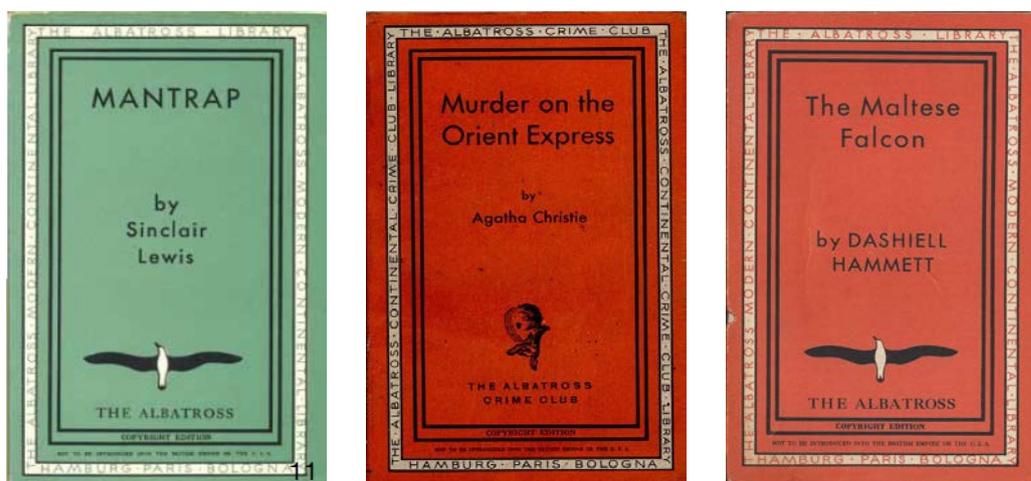


Figura 8: capas edições da editora alemã The Albatross com seu projeto gráfico desenvolvido por Hans Mardersteig (década de 1930).

Com o design gráfico das capas e projeto gráfico de Jan Tschichold, a editora Penguin igualmente se vale de códigos cromáticos e de uma diagramação fundamentada em grids e se utiliza sempre da uma mesma família tipográfica, no caso a Gill Sans<sup>13</sup>.

As capas mantinham sempre um eixo centralizado de diagramação, com o título da obra e o autor no meio para capa em uma caixa branca. O nome Penguin Books vinha sempre no topo e o desenho característico no pinguim da marca na base, ambos no mesmo fundo colorido com uma cor única. Além da estrutura de diagramação, Jan Tschichold utiliza cores específicas nas

<sup>10</sup> Família tipográfica sem serifa, geométrica, criada em 1927 por Paul Renner.

<sup>11</sup> Grids são estruturas bidimensionais em formato de grades que auxiliam a organização racional dos elementos em uma página ou estrutura, auxiliando na ordenação, distribuição, alinhamento e dimensões.

<sup>12</sup> <http://www.tauchnitzeditions.com/albatross.htm>

<sup>13</sup> Família tipográfica sem serifa, humanística, criada em 1928 por Eric Gill.

capas para diferenciar estilos. Segundo o código cromático estabelecido podemos identificar nas próprias capas os diferentes gêneros, como ficção policial, literatura clássica, contemporânea, etc. E os livros tinham um formato específico: 111 x 181mm, que acompanhava a proporção áurea. Esse padrão cromático se estende também para as lombadas dos livros permitindo que essa rápida identificação por gênero se faça igualmente quando o leitor olha os livros colocados nas estantes.

Durante 20 anos a Penguin vende mais de 20 milhões de livros, respondendo em 1950 por 8% de toda a produção de livros da Grã-Bretanha.

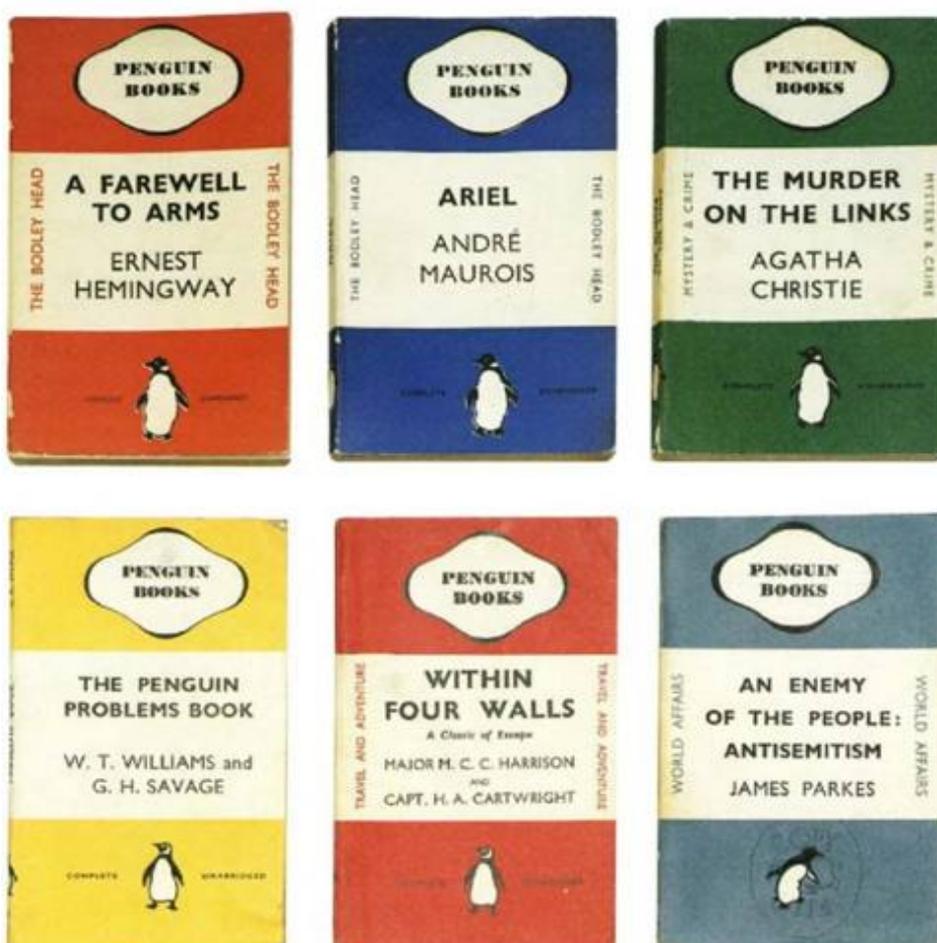


Figura 9: capas de alguns dos primeiros livros da Penguin em formato brochura, com seu projeto gráfico característico de autoria de Jan Tschichold (utilizando a tipografia Gill Sans) e seu código cromático para os diferentes gêneros literários (1935).

O grupo editorial Penguin (agora Penguin Random House de propriedade do grupo de mídia alemão Bertelsmann) cresceu e existe até hoje como um dos maiores do mundo, sendo

desde 2018 sócio majoritário da Companhia das Letras, hoje o maior grupo editorial do Brasil. E as capas da Penguin continuam sendo destaque no mercado editorial mundial.

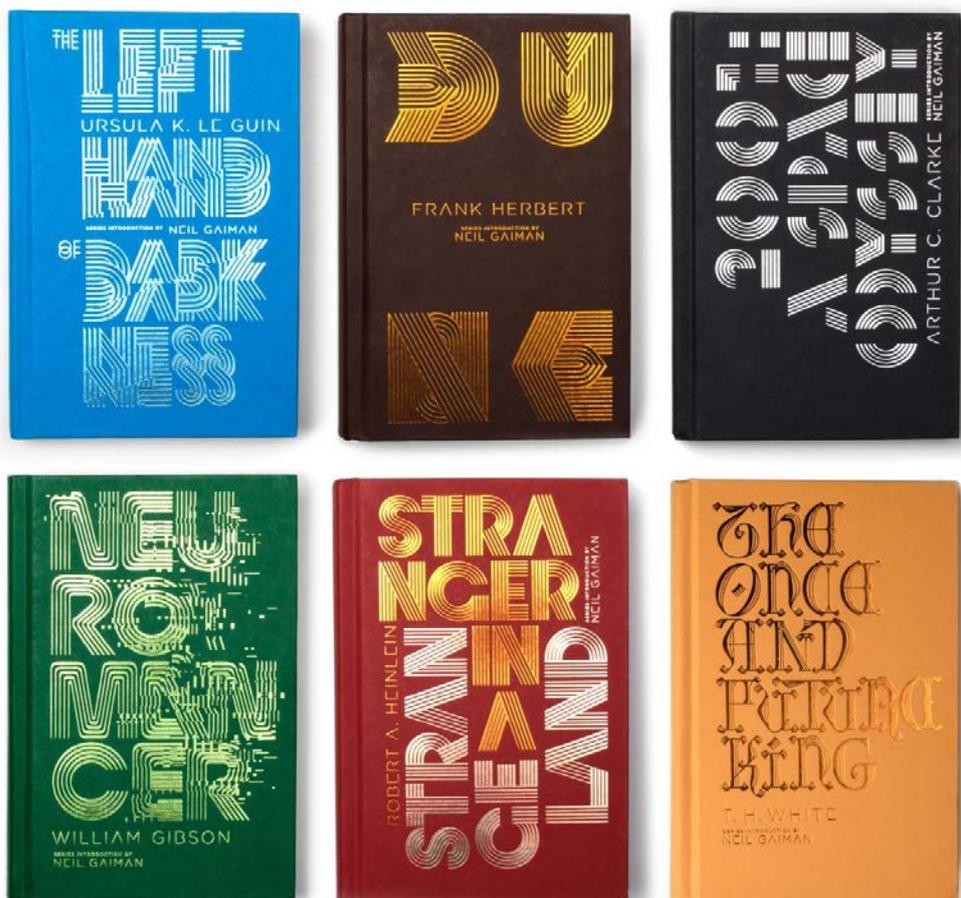


Figura 10: coleção recente da Penguin Books – nesse caso com capas exclusivamente tipográficas para livros de fantasia e ficção científica desenvolvidas pelo designer gráfico Alex Trochut (anos 2010).

#### 1.4. Anatomia da capa do livro

A capa do livro existe como um todo, não só a frente, que é a que mais aparece, mas também a lombada, a quarta capa, as orelhas e muitas vezes as sobrecapas (especialmente quando falamos de livros de capa dura), as guardas, as caixas, as luvas e as cintas.

O termo lombada vem de lombo ou dorso, como também é chamada, e no design editorial se refere ao lado do livro onde fica a costura das folhas, oposto ao corte da frente, mantendo as folhas do livro unidas. É um dos lugares onde encontramos o título e o autor da obra quando o título está na estante e veremos a seguir a sua importância.

Temos dois tipos de encadernações usuais de livros modernos: capas duras (*hardcover*) e capas moles (*softcover* ou brochura).

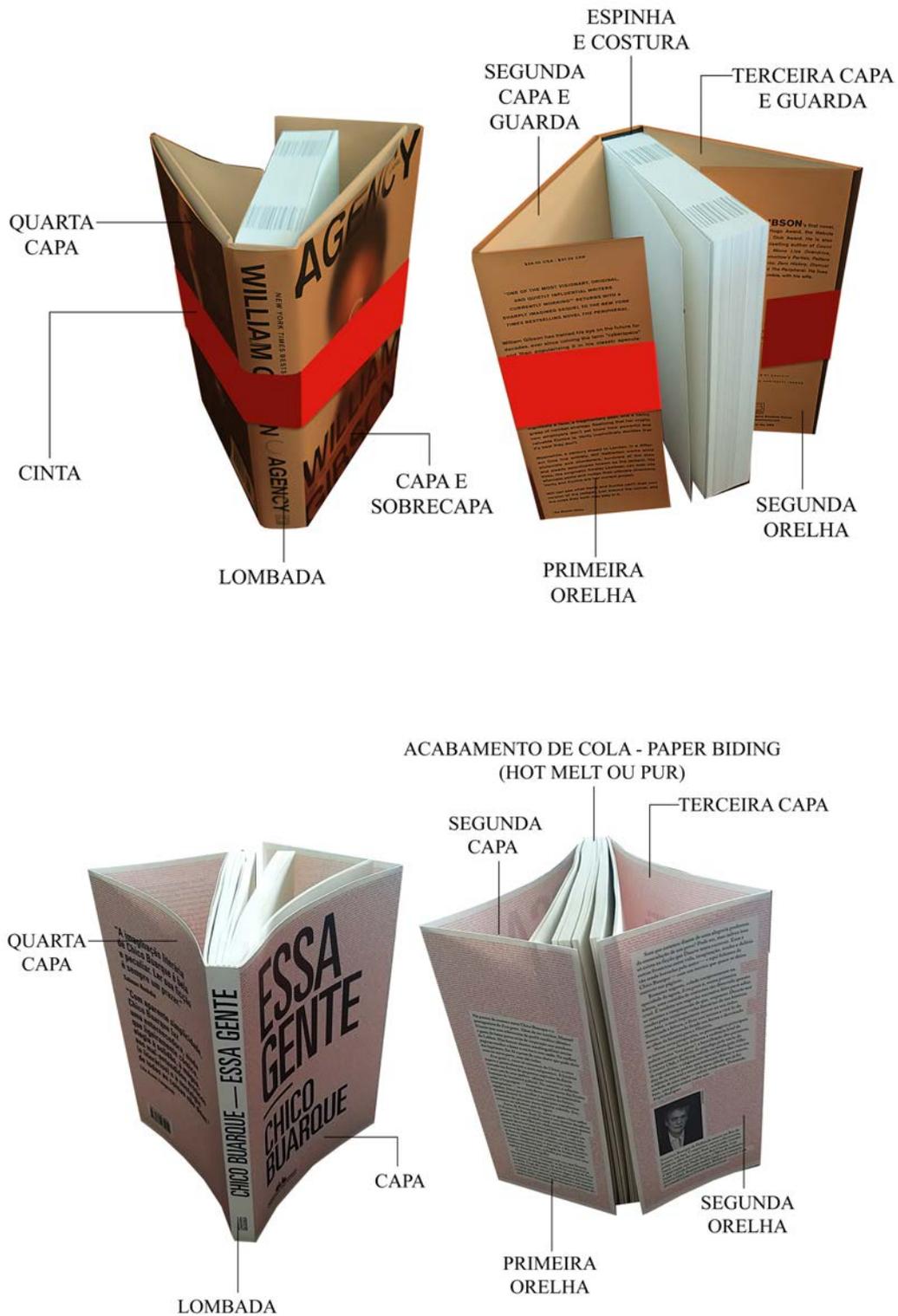


Figura 11: as partes que compõem a capa de um livro de capa dura e de um livro de capa mole (brochura).

Capas duras, como o próprio nome já diz, são normalmente feitas de cartão (papéis de alta gramatura, rijos e grossos) revestidos de algum acabamento como couro, tecido ou plástico. São mais caras e resistentes. Tradicionalmente não tinham ilustrações ou imagens e por isso os livros de capa dura traziam sobrecapas ilustradas. Em livros de capa dura temos as chamadas guardas, que são folhas de papel especial que revestem e fazem o acabamento das face internas das capas. E os livros de capa dura normalmente são encadernados com costura ou tela (que garante mais resistência e durabilidade ao abrir as páginas).

Já os livros de capa mole possuem capas com gramatura menor (mais finas e leves) e com ilustrações ou imagens. Para protegê-las muitas vezes essa capa é plastificada ou recebe outro tipo de acabamento como vernizes ou até cobertura de acetato.

Os livros de capa mole ou brochura normalmente tem suas folhas coladas ao invés de costuradas, num processo chamado *paper binding* onde é utilizada uma cola quente chamada *Hot Melt* ou *PUR* e as páginas são vincadas. É o formato mais comum de livros no mercado editorial brasileiro.

Orelhas são prolongamentos das capas ou sobrecapas, dobradas internamente à capa do livro que podem ser usadas para marcar as suas páginas. Comumente são utilizadas para trazer textos de apresentação e ainda informações sobre o autor.

A quarta capa, ou verso do livro, costuma também trazer informações sobre a obra e encontramos nela os dados da editora e o código de barras do livro.

Como acabamento exterior aos livros, além de sobrecapas, podemos ter caixas fechadas com tampa separada ou integrada, caixas abertas ou luvas, e ainda cintas que são faixas de papel ou outro material envolvendo-os.

A lombada do livro é outro aspecto importante no design da capa. Quando os livros estão empilhados só ela é visível: é apenas nesta superfície que obtemos as informações sobre o livro – o título da obra, o autor e a editora. Igualmente em uma livraria ou em uma biblioteca, os detalhes da lombada é que inicialmente atraem a atenção e identificam o livro quando estão na vertical nas estantes. Vemos cada vez mais o uso de cores e recursos diferentes como ilustrações e detalhes gráficos para as diferenciar e identificar.

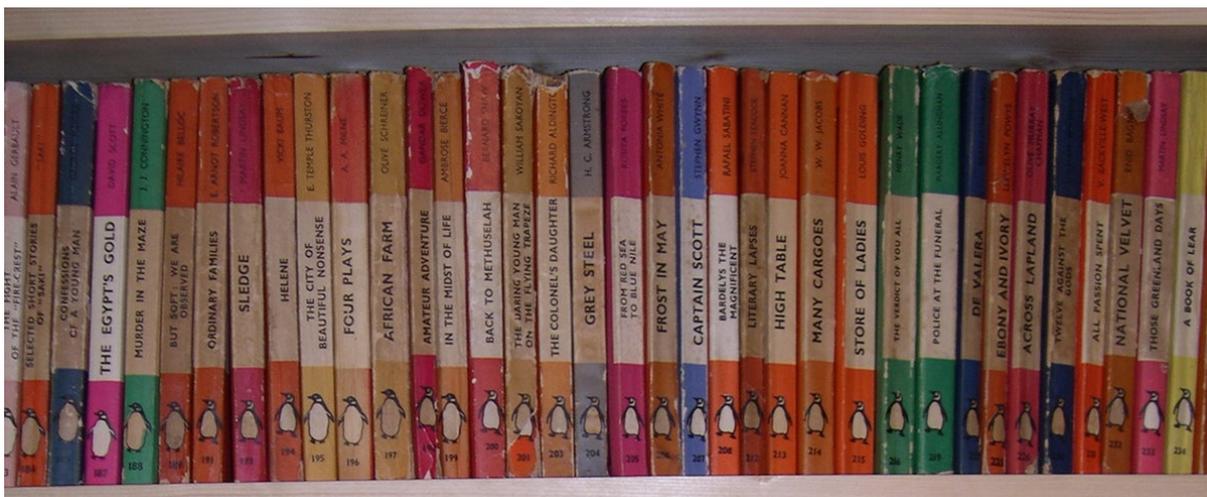


Figura 12: lombadas clássicas dos livros da Penguin, com o projeto gráfico característico de Jan Tschichold.

Padrões de tradição cultural e regional costumam determinar o sentido do texto nas lombadas. Enquanto as capas que seguem o padrão francês ou europeu têm o sentido da leitura de baixo para cima nas lombadas, no padrão anglo-saxão ou americano de lombadas o sentido de leitura é de cima para baixo, que favorece a leitura quando o livro está na horizontal, em uma mesa, por exemplo.

No Brasil, o padrão francês que é regra da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) foi perdendo força progressivamente e são poucas as editoras que ainda o seguem, como a Companhia das Letras, a Marco Zero e a editora Martins Fontes. A grande maioria dos livros brasileiros hoje tem suas lombadas seguindo o padrão anglo-saxão com o sentido da leitura de cima para baixo.



Figura 13: imagem mostrando diferentes tipos de lombadas de livros brasileiros – com o padrão francês (europeu) com o texto direcionado para cima, e com o padrão americano (anglo-saxão) onde o texto é direcionado para baixo para favorecer a leitura quando os livros estão na posição horizontal (foto de arquivo).

### 1.5. Indicações do mercado editorial brasileiro a partir dos anos 1960

Como afirma MELLO (2008), o livro brasileiro é jovem quando comparado à produção da indústria editorial europeia. E a sua história é pontuada por grandes e destacados editores e editoras. Nas primeiras décadas do século XX, diversas editoras que existem até hoje iniciaram suas atividades, como a editora Melhoramentos (1915), a editora Saraiva (1917), a editora Globo (1928) e a editora Civilização Brasileira (1929). Já na década de 1930, surge a José Olympio Editora. Em 1944 surge a editora Brasiliense e em 1953, Ênio Silveira assume a direção da Civilização Brasileira.

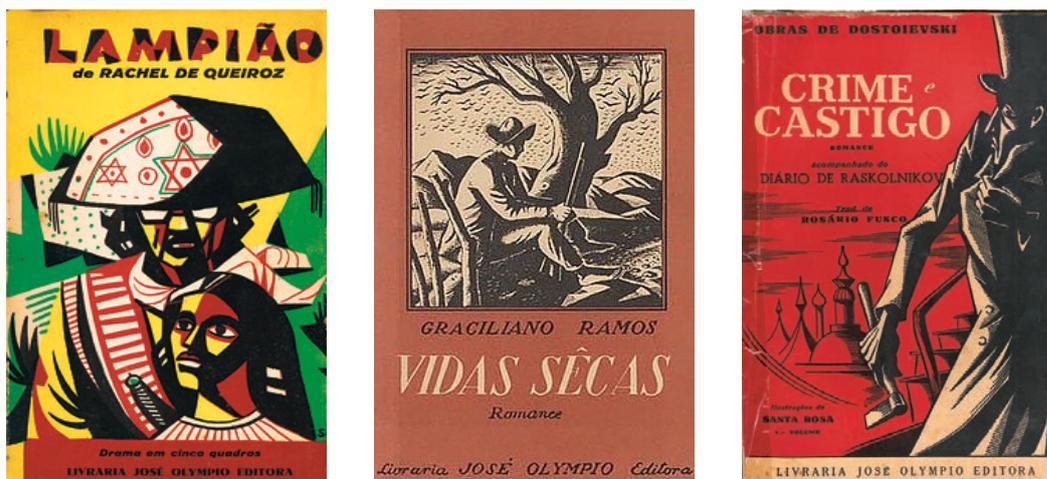


Figura 14: capas da Editora José Olympio desenvolvidas pelo artista plástico e capista Tomás Santa Rosa nas décadas de 1930 e 1940.

Em 1946 é fundada a Câmara Brasileira do Livro em São Paulo, com o objetivo de divulgar e tentar aumentar a vendagem e o alcance de livros no país, com iniciativas como feiras e campanhas publicitárias. *Livro, presente de amigo* foi a primeira campanha publicitária que iniciou o trabalho de divulgação do livro. A ela seguiram-se muitas outras iniciativas em benefício do livro e da leitura no Brasil como as Bienais do Livro por exemplo.

A indústria do livro apresenta seu maior desenvolvimento e crescimento no país a partir dos anos 1960 quando temos um aumento substancial no número de leitores, em correlação com o crescimento da população universitária, e que culmina nos anos 1990 com uma produção que ultrapassa a casa dos 300 milhões de exemplares em 1993, colocando o Brasil como o sétimo mercado mundial de livros com mais de seiscentas editoras em atividade na década.

O ponto de virada da década de 1960 em relação ao design de capas acontece na Editora Civilização Brasileira que, sob a direção de Ênio Silveira, encampa o trabalho do designer gráfico austríaco Eugênio Hirsch que promove uma verdadeira revolução nas capas de livro do país: ele rompe com o diagrama consagrado de autor, título, ilustração e editora, dispostos centralizados em relação ao eixo vertical da capa.

A imagem passa a ocupar todo o espaço da capa e as demais informações vão variar de capa a capa. Ele igualmente trata a tipografia em muitas situações elevada à categoria de imagem e aparecem inclusive as primeiras capas onde o vazio passa a ser tão importante quanto as figuras e os textos.

É ainda a década das ilustrações nas capas de livros, mas já vemos no trabalho de Hirsch as primeiras investidas no uso da fotografia e colagens. A capa para Hirsch era pensada como

uma peça de comunicação no ponto de venda. Conforme MELO (2008), “mais do que uma expressão de sua subjetividade, o designer acreditava estar empenhado na venda do livro.”

Eugênio Hirsch vai ser em 1960 o primeiro ganhador do Prêmio Jabuti na categoria capa, pelo conjunto de suas capas para a editora Civilização Brasileira.



Figura 15: capas de Eugênio Hirsch para a Civilização Brasileira (década de 1960).

Além de Eugênio Hirsch e a Civilização Brasileira, vamos ter alguns outros trabalhos icônicos na década de 1960. Destacam-se as capas de Vicente Grado para o Clube do Livro. Com ilustrações a traço, elas trazem uma ou duas cores fortes junto com o preto. A diagramação é determinada pela ilustração e o fundo é normalmente claro.



Figura 16: capas de Vicente Grado para o Clube do Livro (década 1960).

Podemos também destacar as capas ilustradas de Jayme Cortez para os livros de José Mauro de Vasconcelos da Melhoramentos, que inovam no uso da ilustração dialogando com o conteúdo dos livros e preenchendo de forma inovadora as capas.



Figura 17: capas ilustradas por Jayme Cortez para a Editora Melhoramentos (década de 1960).

Além disso, merecem destaque as capas da Editora do Autor realizadas por Bea Feitler.

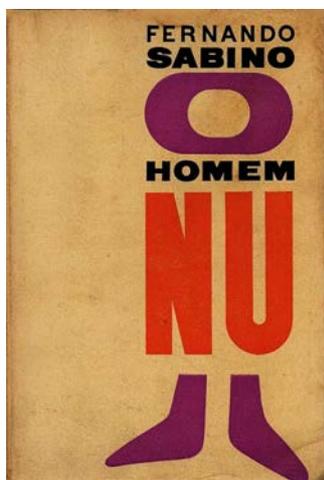


Figura 18: capa de Bea Feitler para o *O homem nu* de Fernando Sabino, da Editora do Autor (1962).

E temos nesse período a coleção infanto-juvenil *Jovens do Mundo Todo* da Editora Brasiliense com capas desenvolvidas por Odileia Toscani que inova não só pelo uso padronizado das ilustrações, mas pelo projeto gráfico que dá unidade para toda a coleção com uma estrutura de grid e código cromático e distribuição dos elementos (vinheta ilustrada da

coleção, título da coleção, ilustração, título e autor) e pelo uso da contracapa como parte significativa da capa como um todo.



Figura 19: capas de Odilea Toscani para a coleção infanto-juvenil *Jovens do Mundo Todo*, da Editora Brasiliense (a partir de 1960 até 1985).

Gian Calvi desenvolveu capas icônicas para a editora Record, brancas e exclusivamente tipográficas para os livros de Fernando Sabino (campeão de vendas e um dos maiores sucessos de público no Brasil), onde vemos a aplicação de princípios de identidade nas capas dos livros que se faz com o uso sistemático de tipografia, cor e diagramação.



Figura 20: capas de Gian Calvi para a Editora Record (década de 1960).

Temos também nessa mesma época as marcantes ilustrações de Cláudio Martins que definem um padrão para as edições da Itatiaia e as capas ilustradas da Coleção *Para gostar de ler* da Editora Ática, com ilustrações de Mário Cafiero e projeto gráfico de Ary Normanha.



Figura 21: capas da Editora Itatiaia com ilustrações de Cláudio Martins (década de 1970).

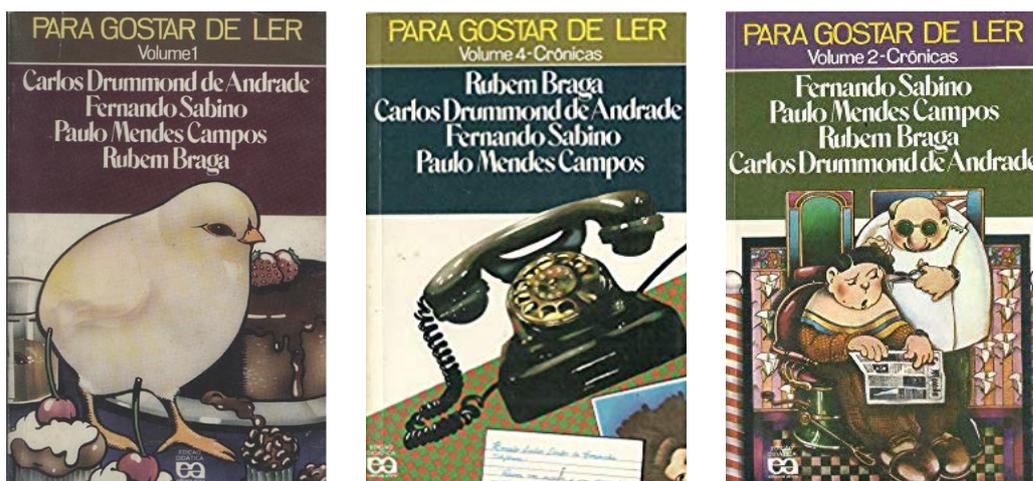


Figura 22: capas da coleção *Para gostar de ler* da Editora Ática, com ilustrações de Mário Cafiero e projeto gráfico de Ary Normanha. (primeira edição: 1977).

A renovação editorial e gráfica do livro brasileiro passa pela atuação da Editora Brasiliense, em São Paulo, que na década de 1980 apostou num clima de ebulição cultural e política. Sua coleção *Cantatas Literárias* é um bom exemplo, com um sistema gráfico e uma identidade visual bem definidos, cujo o responsável foi o designer João Baptista da Costa Aguiar, chefe de arte da editora.

São livros com um formato mais vertical e que trazem uma diagramação padronizada, dividida em blocos de informação e manchas de cor e ilustração bem definidas. Sempre cores fortes que dialogam com as ilustrações e famílias tipográficas de diferentes estilos, já que a estrutura de caixas de título, ilustração e autor se repete.



Figura 23: capas do selo *Cantatas Literárias* da Editora Brasiliense projetadas por João Baptista da Costa Aguiar (década de 1980) que contaram com diferentes ilustradores como Rubens Matuck e Miguel Paiva.

Ao mesmo tempo que em São Paulo a editora Brasiliense era responsável por uma renovação editorial e gráfica nos livros, o mesmo acontecia no Rio de Janeiro em meados da década de 1980, com a atuação da editora Nova Fronteira, graças ao trabalho do designer e capista Victor Burton.

Existe no trabalho de Burton um rompimento com o modernismo tardio das capas de livros dos anos 1960 e 1970. Ele imprimiu um estilo que se confundiu com a identidade da editora, da mesma forma que Eugênio Hirsch fez anteriormente na editora Civilização Brasileira. Victor procurou dar uma cara sofisticada e um padrão de design inédito no país e foi reconhecido por sua inovação e excelência.



Figura 24: capas da editora Nova Fronteira, criadas por Victor Burton, na década de 1980.

Historicamente no Brasil o trabalho do capista é desvinculado do trabalho da diagramação do miolo do livro. Já em 1972, no seu trabalho *Brochura brasileira, objeto sem projeto*, Ana Luisa Escorel apontava para essa realidade que continua ainda hoje nas grandes casas editoriais do país como a Record, a Rocco, a Globo, a Ediouro, a Sextante e a Companhia das Letras.

Entre as razões encontramos questões técnicas já que algumas editoras usam gráficas e processos diferentes para produção das capas e dos miolos dos livros (como por exemplo a Record que tem uma tecnologia proprietária para miolos que não permite grandes alterações no padrão de seus projetos), mas principalmente questões econômicas de redução de custos.

Encontramos exceções nos chamados livros de arte, em edições de pequenas tiragens, livros-objeto e em alguns trabalhos pontuais das grandes editoras. A coleção *Plenos Pecados*

da Editora Objetiva foi um exemplo de livro onde tudo foi pensado de forma integrada, com projeto gráfico de capa e miolo desenvolvidos por Victor Burton.



Figura 25: capas da coleção *Plenos Pecados* (editora Objetiva) criadas por Victor Burton que foi responsável também pelo projeto gráfico no final da década de 1990.

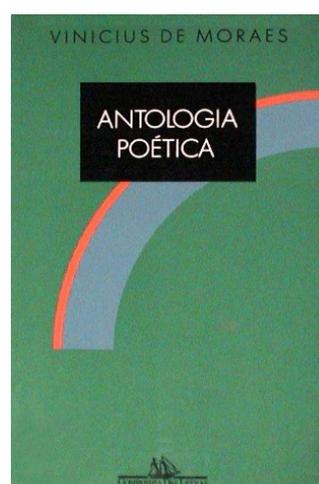
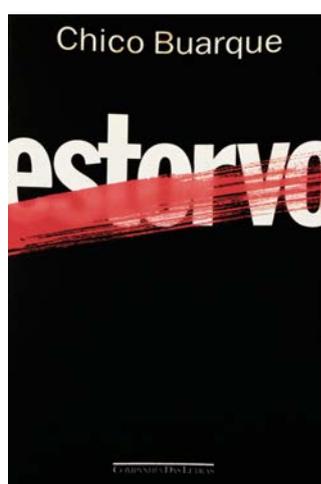
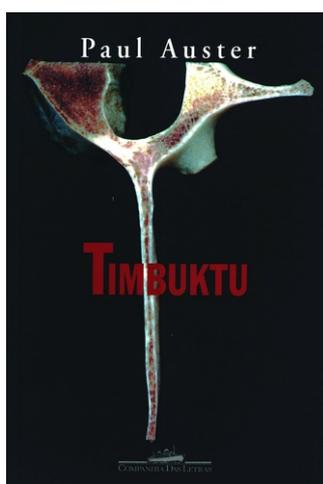
Outra característica marcante do final dos anos 1980 e início dos anos 1990 no Brasil e no mundo é a segmentação do mercado de livros: as editoras diversificam-se ou se especializam para atender aficionados por determinado tipo ou gênero de livros. Para responder aos desafios de um público cada vez mais exigente o setor editorial passa por um processo de crescente profissionalização. O complexo trabalho de produzir um livro passa a envolver dentro das grandes editoras inúmeros profissionais, com equipes responsáveis por cada um de seus aspectos: texto, ilustração, qualidade gráfica, projeto gráfico e capas.

Mais um fato significativo da década foi a escolha do Brasil pela primeira vez como país tema da Feira do Livro de Frankfurt<sup>14</sup> de 1994. O Brasil voltará a ser homenageado como tema da Feira do Livro de Frankfurt em 2013.

No final dos anos 1980 surge em São Paulo na esteira da editora Brasiliense uma editora que vai se destacar por sua qualidade gráfica. Ainda que seu projeto gráfico de miolo seja padronizado, ele traz novidades para o mercado como o uso do papel amarelado no lugar do branco, o que garantia maior conforto visual para a leitura, mas que ia contra a lógica vigente das editoras e uma preocupação com a qualidade de suas capas: a editora Companhia das Letras.

<sup>14</sup> A Feira do Livro de Frankfurt é o maior encontro mundial do setor editorial, tendo uma tradição de mais de 500 anos. Atrai anualmente mais de 7 mil expositores e 280 mil visitantes no mês de outubro.

Em 1986, depois de atuar alguns anos como braço direito de Caio Graco na Brasiliense Luiz Schwarcz se afasta para fundar a Companhia das Letras em sociedade com Lilia Moritz Schwarcz. A editora pretendia valorizar a qualidade do texto, das traduções, das capas, dos projetos gráficos e, ao longo dos anos selou importantes parcerias, entre elas com os irmãos Moreira Salles que se tornaram sócios em 1989. Em 2009 se junta à Penguin para lançar a coleção de clássicos universais e nacionais no mercado brasileiro. Em 2011 a Penguin adquire 45% das ações da Companhia das Letras. Da junção da editora paulista Companhia das Letras com a carioca Objetiva em 2015 nasceu o Grupo Companhia das Letras que se torna líder do mercado brasileiro em 2016 (segundo o Instituto de Pesquisas Nielsen) com 19 selos diferentes dedicados a diversos segmentos literários.<sup>15</sup>



<sup>15</sup> (<https://www.companhiadasletras.com.br/sobre.php>)

Figura 26: amostra de capas da editora Companhia das Letras (da esquerda para a direita e de cima para baixo), criadas por Victor Burton (1ª) Moema Cavalcanti (2ª), João Baptista da Costa Aguiar (3ª e 4ª), Raul Loureiro (5ª) e Etori Bottini (6ª) (imagens: [www.companhiadasletras.com.br](http://www.companhiadasletras.com.br)).

Temos ainda na década de 1990 o surgimento da editora paulista Cosac Naify (1996 - 2015), fundada por Charles Cosac e Michel Naify, que procurou oferecer ao mercado livros onde o projeto de capa e o projeto do miolo fossem desenvolvidos de forma integrada.

Foi um fenômeno único na indústria do livro brasileira chegando a mais de 1.500 títulos em seu catálogo que incluía livros de arte, arquitetura, cinema, dança, design, fotografia, infanto-juvenis, literatura, moda, música, antropologia, sociologia e teatro.

Com o fim da editora, diversos livros de seu catálogo migraram para a recém-criada Editora Ubu (de 2016) que tem como sócias a ex-diretora de arte da Cosac Naify, Elaine Ramos e a ex-diretora editorial Florencia Ferrari, procurando seguir a mesma lógica de projetos gráficos e capas integrados. Outras pequenas editoras surgiram seguindo essa lógica como a Aleph, a Carambaia, a Lote 42, A Rádio Londres, a n-1 Edições, e a editora Todavia.

Vemos diversos exemplos dessa preocupação da Cosac Naify que foram reconhecidos e premiados tanto pelo Prêmio Jabuti como por outras premiações como os Prêmios da Biblioteca Nacional e as bienais da ADG (Associação de Designers Gráficos) dos quais falaremos a seguir.

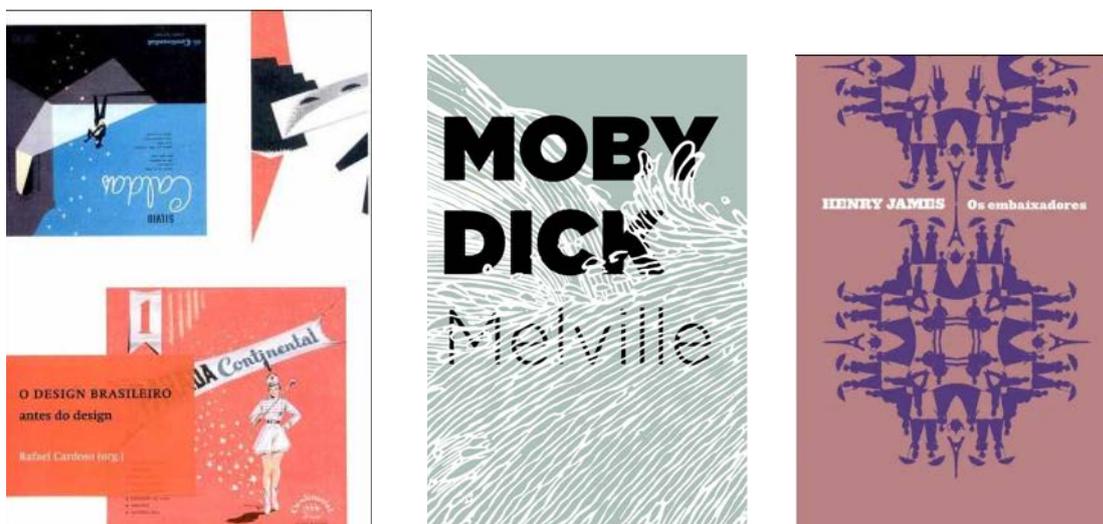


Figura 27: capas da editora Cosac Naify, desenvolvidas por Elaine Ramos – *O design brasileiro antes do design* (com capa mole do tipo brochura e sobrecapas com diferentes estampas), Luciana Facchini – *Moby Dick* e Elisa Von Randow – *Os embaixadores*, respectivamente, e premiadas pelo Prêmio Jabuti na década de 2000.

## **2. PRÊMIOS – INSTÂNCIAS DE VALIDAÇÃO DE QUALIDADE**

### **2.1. Os prêmios**

Quais são e quem julga a qualidade de um livro, de um projeto gráfico, de uma capa? Segundo o próprio regulamento dos prêmios, os jurados são pessoas ligadas ao universo da cultura literária, com notório saber e reconhecimento em suas respectivas áreas. No caso das capas e projetos gráficos são designers gráficos consagrados e professores de design.

Essa é a realidade das três principais premiações regulares para capas e projetos gráficos de livro no Brasil: o Prêmio Literário da Biblioteca Nacional (que existe desde 1997), as Bienais da ADG (Associação de Designers Gráficos) que ocorrem desde 1992 e o Prêmio Jabuti da CBL (Câmara Brasileira do Livro), o mais longevo do país, criado em 1959.

### **2.2. Fundação Biblioteca Nacional**

A Fundação Biblioteca Nacional (BN) é o órgão responsável pela execução da política governamental de captação, guarda, preservação e difusão da produção intelectual do país. Com mais de 200 anos de história é a mais antiga instituição cultural brasileira. Possui um acervo de aproximadamente 9 milhões de itens e, por isso, foi considerada pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) como uma das principais bibliotecas nacionais do mundo. Para garantir a manutenção desse imenso conjunto de obras a BN possui laboratórios de restauração e conservação de papel, oficina de encadernação, centro de microfilmagem, fotografia e digitalização.

O acervo da BN cresce constantemente com a lei do depósito legal<sup>16</sup> que assegura o registro e a guarda da produção intelectual nacional, além de possibilitar o controle, a elaboração e a divulgação da Bibliografia Brasileira corrente, bem como a defesa e a preservação da língua e da cultura nacionais, além de doações e aquisições.

---

<sup>16</sup> a partir do DECRETO IMPERIAL Nº 433 - DE 3 DE JULHO DE 1847, DECRETO Nº 1.825, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1907 e LEI Nº 10.994, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2004.

Como parte das atividades de difusão e valorização da literatura brasileira, tanto no país quanto no exterior, a Biblioteca Nacional promove a premiação e o reconhecimento de autores em língua portuguesa através de dois os prêmios:

Prêmio Camões de Literatura, criado em 1988, o prêmio binacional (Brasil e Portugal) é considerado o mais importante da língua portuguesa e contempla autores dos países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa - CPLP.

Prêmio Literário Biblioteca Nacional, direcionado somente a autores brasileiros, é concedido desde 1997 e contempla nove categorias. Nas edições do Prêmio Biblioteca Nacional são avaliadas publicações nas categorias poesia, romance, conto, ensaio social, ensaio literário, tradução, projeto gráfico, literatura infantil e literatura juvenil.

Ambos os prêmios tem inscrições gratuitas.

Para participar, as obras devem preencher as seguintes condições:

- estar em primeira edição;
- terem sido publicadas e impressas no período de 1º de maio do ano anterior até 30 de abril do ano vigente
- terem sido escritas em língua portuguesa;
- terem sido publicadas por editoras brasileiras;
- estar em conformidade com a Lei do Depósito Legal (Lei nº 10.994, de 14 de dezembro de 2004);
- possuir número de registro ISBN (International Standard Book Number) válido no Brasil;

As comissões julgadoras analisam as obras de acordo com critérios como qualidade literária, originalidade, contribuição à cultura nacional, criatividade no uso dos recursos gráficos e excelência da tradução.

As obras concorrentes devem ser inéditas (1ª edição), publicadas no Brasil e podem ser inscritas em no máximo, duas categorias. Nesse caso, uma delas será obrigatoriamente 'Projeto Gráfico', categoria que tem o nome de Prêmio Aloísio Magalhães em homenagem ao importante designer gráfico brasileiro.

Os critérios para premiação em projeto gráfico, segundo o edital, envolvem originalidade, contribuição à cultura nacional e funcionalidade do projeto.<sup>17</sup>

Somente livros publicados durante o período estabelecido no edital podem participar. O concurso está aberto também a autores independentes, desde que a obra esteja em Depósito Legal e traga impresso o número do ISBN. Diferentemente do prêmio Jabuti, onde as inscrições são pagas, no Prêmio da Biblioteca Nacional as inscrições são gratuitas.

A premiação recebe inscrições de autores baseados em diversos Estados. As obras são analisadas por 27 julgadores – sendo três em cada categoria, ligados ao meio cultural, com notório saber e reconhecimento em suas áreas. Os resultados são divulgados no Diário Oficial da União e no portal da Biblioteca Nacional.

### **2.3. ADG**

A ADG, Associação dos Designers Gráficos é uma associação sem fins lucrativos de âmbito nacional fundada em 1989, com o objetivo de congregar profissionais e estudantes para o fortalecimento do design gráfico nacional e o aprimoramento ético da prática profissional e o desenvolvimento de seus associados.<sup>18</sup>

A Bienal da ADG tem sido desde sua primeira edição em 1992 a maior mostra de design gráfico brasileiro. Se propõe a ser o ponto de encontro de profissionais, clientes, fornecedores, estudiosos, educadores e estudantes de design gráfico do país.

Você paga para se inscrever nas bienais e concorrer às premiações.

Entre seus objetivos está o de reunir, registrar e divulgar destaques significativos da produção brasileira. Além disso, atestar a relevância do design gráfico no cenário cultural e econômico e incentivar a reflexão a respeito da atividade, promovendo seu aperfeiçoamento.

As categorias de premiação mudaram ao longo das 12 edições (a periodicidade das Bienais não foi de dois anos como deveríamos esperar – aconteceram atrasos e cancelamentos de algumas edições), mas em todas as edições tivemos o segmento design editorial, destacando e premiando capas e projetos gráficos de livros de todo o país.

---

<sup>17</sup> (<https://www.bn.gov.br/sites/default/files/documentos/editais/2019/edital-publico-premios-literarios-fundacao-biblioteca/edital-edital-publico-premios-literarios-fundacao-biblioteca.pdf>)

<sup>18</sup> (<https://adg.org.br/>)

A 13ª Bienal aconteceu em dezembro de 2019 em Curitiba, e seu regulamento incluiu 50 categorias de premiação em grandes áreas do design gráfico que vão desde identidade visual e branding, impressos editoriais e promocionais, embalagens, tipografia, projetos espaciais (sinalização e ambientação) e digitais, bem como em áreas que possuem fronteiras com o design gráfico, como design de moda e de produtos, histórias em quadrinhos e artes plásticas. Dentro de impressos editoriais temos as categorias de projeto gráfico e capas de livro.<sup>19</sup>

#### **2.4. CBL e o Prêmio Jabuti**

A Câmara Brasileira do Livro - CBL foi fundada no dia 20 de setembro de 1946 em assembleia realizada na livraria O Pensamento, localizada no centro da capital paulista. *Livro, presente de amigo* foi a primeira campanha publicitária que, ainda em 1946, iniciou o trabalho de divulgação do livro. A ela seguiram-se muitas outras iniciativas, todas em benefício do livro e da leitura no Brasil.

A CBL completou 73 anos em 2019 reunindo editores, distribuidores, livreiros e vendedores porta-a-porta e atualmente conta com mais de 400 associados em todo o Brasil. Ela atua para manter sua representatividade política perante o Governo Federal e junto ao Congresso Nacional nas áreas do livro e da leitura com o objetivo de ampliar a influência do setor nas decisões que dizem respeito ao livro. Para tanto, mantém articulação entre as diversas entidades nacionais e regionais ligadas ao livro e leitura, permitindo uma ação coordenada da cadeia produtiva nas várias instâncias de poder.

A história do Prêmio Jabuti começa em 1958 em um período repleto de desafios para o mercado editorial brasileiro, com recursos escassos e baixa articulação do segmento (cenário que se repete ainda hoje após 60 anos). Os responsáveis pela implantação do Prêmio foram os dirigentes da Câmara Brasileira do Livro. As discussões foram comandadas pelo então presidente da entidade Edgar Cavalheiro, e pelo secretário Mário da Silva Brito (intelectuais e estudiosos da literatura brasileira), interessados em premiar autores, editores, ilustradores, gráficos e livreiros de maior destaque a cada ano.

---

<sup>19</sup> (<https://bienaladg.org.br/#section-inscricoes>)



Figura 28: troféus do Prêmio Jabuti desenvolvidos pelo escultor Bernardo Cid de Souza Pinto em 1959.

A principal diferença do Prêmio Jabuti em relação a outros prêmios além da sua periodicidade (anual) é a sua abrangência: além de valorizar escritores, o prêmio se propõe a destacar a qualidade do trabalho de todas as áreas envolvidas na criação e produção de um livro. Já no regimento interno do prêmio de 1959 constava entre as sete categorias premiadas a categoria de Melhor Capa (as outras categorias eram literatura, ilustração, editor do ano, gráfico do ano, livreiro do ano e personalidade literária).

Para concorrer ao Jabuti, as inscrições são pagas. O Prêmio foi crescendo ano a ano e começaram a ser contempladas todas as esferas envolvidas na criação e produção de um livro, passando pela adaptação, ilustração, capa, projeto gráfico e tradução, além das categorias tradicionais como romance, contos e crônicas, poesia, infantil, juvenil, reportagem e biografia.

Em 2019, o prêmio se dividiu em quatro grandes eixos temáticos de premiação, divididos em categorias:

- 1) Eixo literatura, com as categorias conto; crônica; história em quadrinhos; infantil; juvenil; poesia e romance.

2) Eixo ensaios, com as categorias artes; biografia, documentário e reportagem; ciências; economia criativa e humanidades.

3) Eixo livro, com as categorias capa; ilustração; impressão; projeto gráfico e tradução.

4) Eixo inovação, com as categorias fomento à leitura e livro brasileiro publicado no exterior.

Cada categoria premia o vencedor com o troféu e também com uma quantia em dinheiro (R\$ 10 mil). O livro do ano recebe além do troféu a quantia de R\$ 50 mil.

Conforme o regulamento do Prêmio Jabuti, a categoria Capa se encontra no eixo Livro que contempla o processo de produção material do livro físico. As capas inscritas no prêmio são avaliadas por um júri composto por três jurados que avaliam a concepção e o desenvolvimento gráfico de capas e sobrecapas (se for o caso).

Obras inscritas nesse eixo não podem concorrer ao “Livro do Ano”. Isso faz com que livros cotados ao prêmio de Livro do Ano (romances, contos e poesia brasileiros), ainda que portadores de capas “premiáveis” não se inscrevam na categoria.

Entre os critérios a serem avaliados pelo júri na categoria Capa estão:

1. atratividade visual e identificação com o tema da obra;
2. harmonia entre capa e demais elementos;
3. visibilidade do título, da autoria e de outras informações.<sup>20</sup>

O júri nesta categoria é formado por três jurados, sempre designers gráficos consagrados, muitas vezes envolvidos com o ensino de design. A partir do ano 2019 o Jabuti realizou consulta pública para seleção dos jurados. As indicações puderam ser realizadas tanto pelo mercado editorial quanto pelos leitores, e foi possível a autocandidatura para integrar o júri. As inscrições e indicações foram realizadas no site do Jabuti por meio do formulário. A validação dos jurados foi feita pelo Conselho Curador. Os jurados não podem ter vínculo exclusivo com editora, autor, obra ou iniciativa inscrita em qualquer categoria ou ter qualquer parentesco com pessoas que se candidataram ao Prêmio.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> (<https://www.premiojabuti.com.br/eixos-categorias/livro/>)

<sup>21</sup> (<https://www.publishnews.com.br/materias/2019/05/31/quem-quer-ser-jurado-do-jabuti>)

Em média, são inscritas entre 300 a 400 capas por edição do prêmio. O valor das inscrições em 2019 foi de R\$ 400,00. As capas são avaliadas por três jurados independentes que não se conhecem e não se relacionam. Cada jurado, a partir das capas inscritas, seleciona e dá notas a 10 capas, que vão por sua vez determinar os finalistas. Até o ano de 2017 eram três capas finalistas. Em 2018, com uma mudança no regulamento, foram selecionadas oito finalistas e em 2019, cinco. Os ganhadores, além do troféu, ganham um selo que acaba sendo utilizado por algumas editoras e que de alguma forma serve como um aval de qualidade.

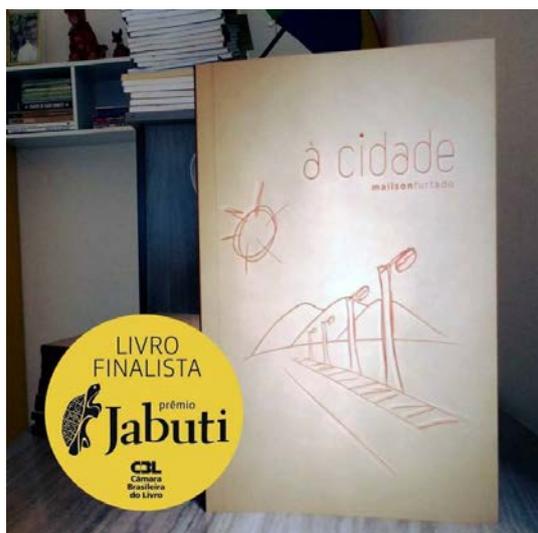


Figura 29: selo de Livro Finalista do Prêmio Jabuti.

O primeiro ganhador de melhor capa foi Eugênio Hirsch, em 1960, pelo conjunto de capas que ele desenvolveu para a editora Civilização Brasileira. Há casos onde o júri decidiu pela premiação não de uma única capa, mas de uma coleção ou série de livros de um mesmo autor, como nos casos de capas de obras de Thomas Mann e Guimarães Rosa (em 2001 e 2002, respectivamente).

## 2.5. Inscrições

Um detalhe importante a ser considerado em relação às premiações literárias ou de design para capas de livro diz respeito ao valor a ser pago para inscrição. Enquanto o Prêmio da Biblioteca Nacional tem inscrições gratuitas, tanto o Prêmio Jabuti como as Bienais da ADG têm inscrições pagas.

O valor para inscrição de qualquer livro para concorrer ao prêmio de melhor capa na Bienal da ADG varia entre R\$ 150 e R\$ 280, dependendo de quando é feita a inscrição (quanto mais cedo mais barato). Já para se inscrever no Prêmio Jabuti, em qualquer categoria, cada inscrição custou R\$ 400 em 2019.

Este fato automaticamente já estabelece um corte financeiro entre os inscritos para concorrerem a esses dois prêmios: editoras ou ainda designers com menor fôlego financeiro podem não inscrever capas que poderiam ser premiadas por conta do valor da inscrição.

### 3. UM RECORTE CONTEMPORÂNEO

Ainda que toda a pesquisa tenha um caráter qualitativo, os números de prêmios e premiados ajudaram a estabelecer critérios para escolha e seleção dos entrevistados. Os números ajudaram também a entender e a reafirmar o papel das editoras Companhia das Letras e Cosac Naify na valorização das capas de livros brasileiras.

#### 3.1. Principais premiados

No recorte temporal estabelecido para esta pesquisa, entre 2000 e 2018, os designers gráficos mais premiados (que tiveram seus trabalhos selecionados entre os finalistas, incluindo a melhor capa, os segundo e terceiro lugares e menções honrosas, seja individualmente ou em coautoria) no Prêmio Jabuti foram:

Victor Burton (Rio de Janeiro) – 7 capas

João Baptista da Costa Aguiar<sup>22</sup> (São Paulo) – 4 capas

Elaine Ramos (São Paulo) – 3 capas

Moema Cavalcanti (São Paulo) – 3 capas

Raul Loreiro (São Paulo) – 3 capas

Alceu Chiesorin Nunes (São Paulo) – 2 capas

Celso Longo (São Paulo) – 2 capas

Elmo Rosa (Rio de Janeiro) – 2 capas

Gustavo Piqueira (São Paulo) – 2 capas

Hélio Almeida (São Paulo) – 2 capas

Luciana Facchini (São Paulo) – 2 capas

Retina\_78 (Rio de Janeiro) – 2 capas

Vera Rosenthal (São Paulo) – 2 capas

Também tiveram uma capa premiada os designers gráficos Adriana Moreno (Rio de Janeiro), Adriana Pelicano (São Paulo), Ana Carolina Carneiro (BH), Anderson Junqueira (Rio de Janeiro), Anderson L.A (Curitiba), Angelo Bottino (Rio de Janeiro), Carla Fernanda Fontana (São Paulo), Carolina Aires Sucheuski (São Paulo), Cecilia Costa (São Paulo), Christiano Calvet (Rio de Janeiro), Daniela Fechheimer (Rio de Janeiro), Daniel Justi (São Paulo), Daniel Trench (São Paulo), Diogo Droschi (Belo Horizonte), Edson Lemos (São

---

<sup>22</sup> João Baptista da Costa Aguiar seria uma escolha óbvia para entrevista. Infelizmente ele faleceu em 2016.

Paulo), Elias Ramos (Rio de Janeiro), Elisa Cardoso (São Paulo), Elisa Von Randow (São Paulo), Flavio Flock (Rio de Janeiro), Fonte Design (São Paulo), Kiko Farkas (São Paulo), Leonardo Iaccarino (Rio de Janeiro), Leticia Robini (Belo Horizonte), Luciana Molisani (São Paulo), Marcelo Aflalo (São Paulo), Marcelo Martinez (Rio de Janeiro), Mônica Yuri Morimoto (São Paulo), Nair de Paula Soares (Rio de Janeiro), Paula Astiz (São Paulo), Paschoal Rodriguez (São Paulo), Paula Delecave (Rio de Janeiro), Pedro Inoue (São Paulo), Raquel Matsushita (São Paulo), Rara Dias (Rio de Janeiro), Rodrigo Rodrigues (Rio de Janeiro), Tuut Design (Rio de Janeiro) e Warrakloureiro (São Paulo).

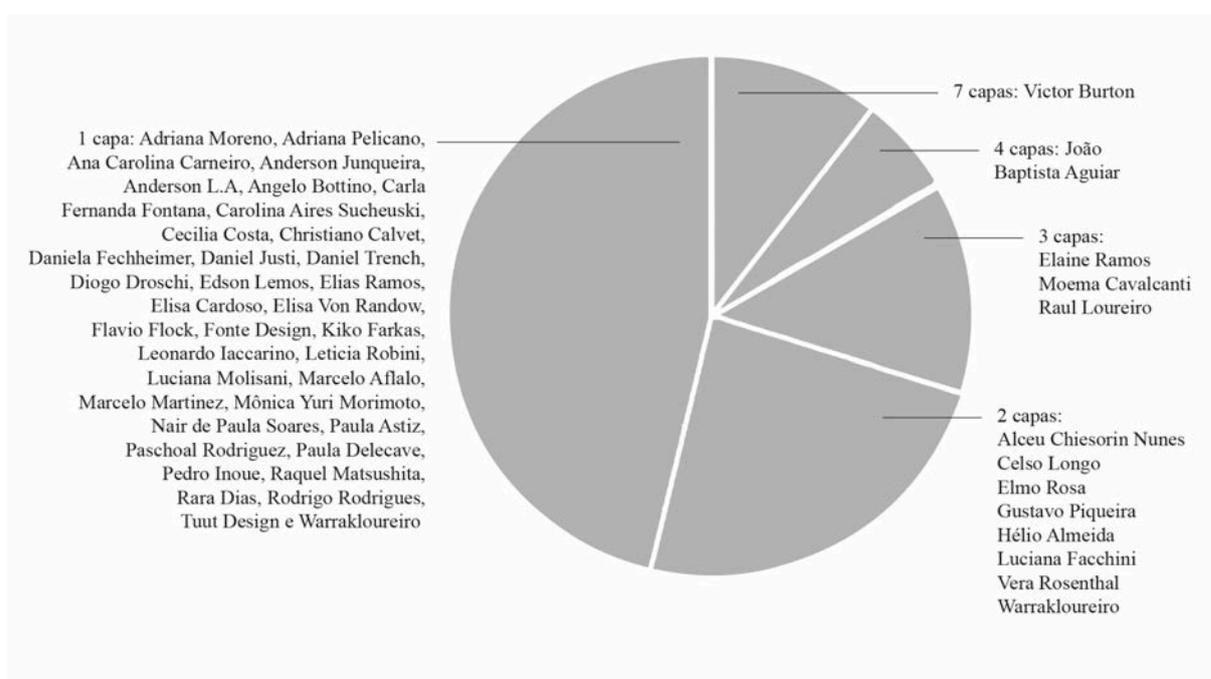


Figura 30: gráfico com os principais designers gráficos premiados por suas capas pelo Jabuti entre 2000 e 2018.

Em relação às editoras brasileiras que tiveram as capas de seus livros selecionadas pelo Prêmio Jabuti (incluindo a melhor capa, os segundo e terceiro lugares e menções honrosas, inclusive quando em coedições com outras editoras) no período de 2000 a 2018, temos:

Companhia das Letras (São Paulo) – 13 capas

Cosac Naify (São Paulo) – 8 capas

Edusp (São Paulo) – 5 capas

Record (Rio de Janeiro) – 4 capas

Edições Sesc SP (São Paulo) – 3 capas  
 Nova Fronteira (Rio de Janeiro) – 2 capas  
 Editora Objetiva (Rio de Janeiro) – 2 capas  
 Editora Senac (São Paulo) – 2 capas  
 Editora Sesi – SP (São Paulo) – 2 capas  
 Editora W11 (São Paulo) – 2 capas

Também tiveram uma capa premiada as editoras Autêntica (São Paulo), Bazar do Tempo (Rio de Janeiro), Bem-te-vi (Rio de Janeiro), Bertrand (Rio de Janeiro), Best Seller (Rio de Janeiro), D'Plácido (BH), Geração Editorial (São Paulo), Imesp (São Paulo), IMS (Rio de Janeiro), Inquietude (São Paulo), Intrínseca (Rio de Janeiro), Lote 42 (São Paulo), Luste (São Paulo), Magma Cultural (São Paulo), Manole (São Paulo), Publifolha (São Paulo), Todavia (São Paulo), UFRJ Editora (Rio de Janeiro), Valentina (Rio de Janeiro) e WMF Martins Fontes (São Paulo).

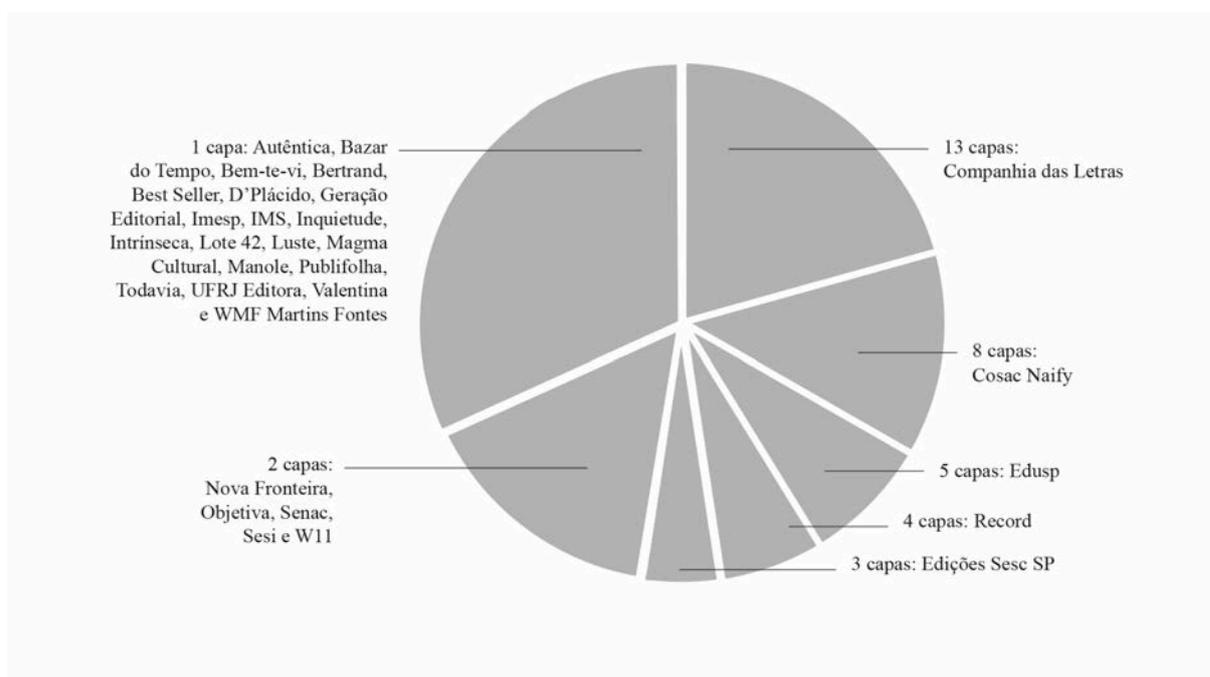


Figura 31: gráfico com as principais editoras premiadas pelo Jabuti por suas capas entre 2000 e 2018.

### **3.2. As capas selecionadas**

As reproduções das capas a seguir estão em escala – 30% do tamanho original.

Pelo regulamento do Prêmio Jabuti, as capas premiadas em determinado ano se referem a capas produzidas no ano anterior.

Na maior parte dos anos compreendidos nessa amostra foram selecionadas três capas finalistas e elas se classificaram em primeiro, segundo e terceiro lugares. Em 2000, 2001, 2002 e 2003 não houve a escolha de uma capa vencedora entre as três escolhidas; em 2004, houve uma vencedora e duas menções honrosas; em 2018 foram selecionadas 9 capas finalistas e depois uma vencedora.

Em cada figura, quando houve colocação no respectivo ano, as capas estão ordenadas desse modo: primeira, segunda e terceira colocadas. Quando não houve colocação, o critério para ordenação das capas foi alfabético pelo título das obras.

## Capas premiadas no ano 2000

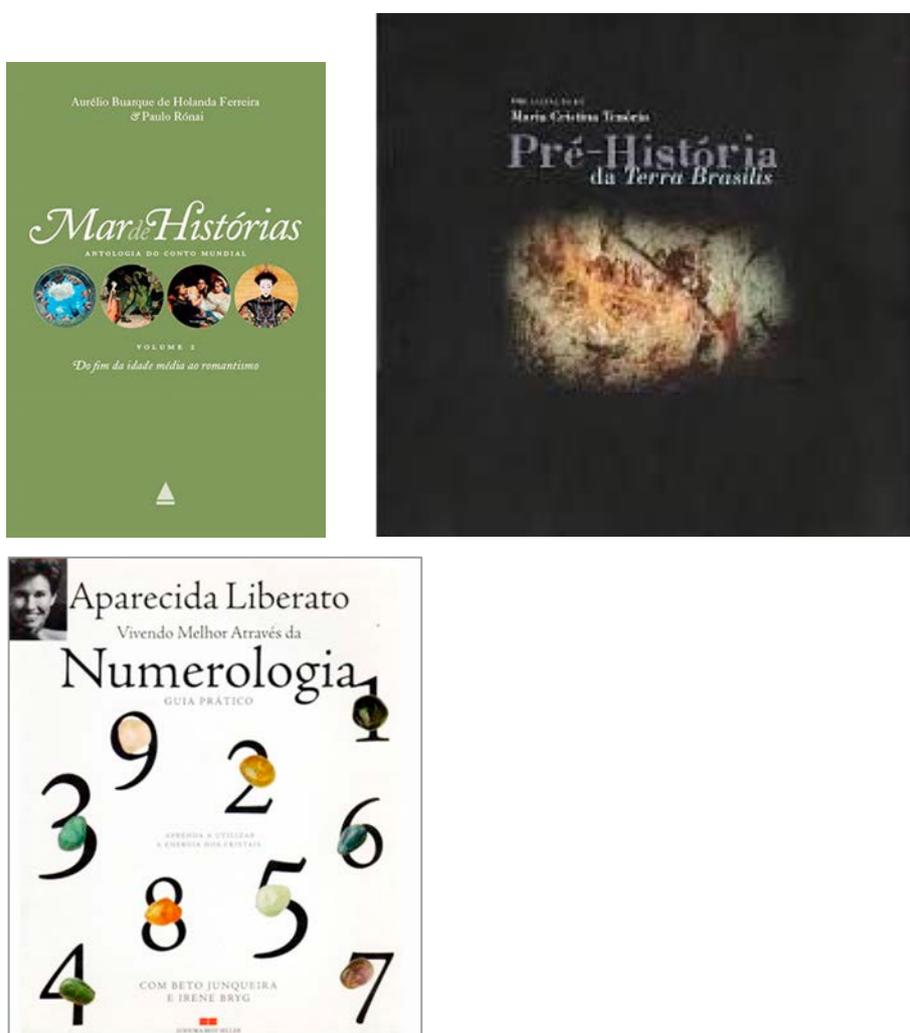


Figura 32: capas dos livros selecionadas em 2000 – *Mar de histórias – antologia do conto mundial*, da editora Nova Fronteira, criada por **Daniela Fechheimer** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, acabamento com verniz fosco do tipo Bopp<sup>23</sup>; *Pré-história da Terra Brasilis*, da UFRJ Editora, criada por **Adriana Moreno** em capa dura, no formato 24x21cm, com cor especial e acabamento com verniz fosco do tipo Bopp e *Vivendo melhor através da numerologia*, da editora Best Seller, criada por **Elias Ramos** em capa dura, no formato 18x22cm, com plastificação e pedras encapsuladas em plástico.

<sup>23</sup> Bopp é um filme plástico de alta resistência a base de polipropileno que é aplicado nas capas oferecendo uma superfície mateada e sem brilho que as protege.

## Capas premiadas no ano 2001



Figura 33: capas dos livros selecionadas em 2001 – *A Montanha mágica*, parte da coleção Thomas Mann, da editora Nova Fronteira, criada por **Nair de Paula Soares** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento com verniz fosco do tipo Bopp; *Extinção*, da editora Companhia das Letras, criada por **Victor Burton** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com cor especial<sup>24</sup> e acabamento com verniz fosco do tipo Bopp e *Os cem melhores contos brasileiros do século*, da editora Objetiva, criada por **João Baptista da Costa Aguiar** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com cor especial e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

<sup>24</sup> Cores especiais também conhecidas por *spot colors* ou *pantones* não são resultado da mistura das cores CMYK (ciano, magenta, amarelo e preto), mas tintas únicas que permitem reproduzir a cor de modo fiel. A escala Pantone é um sistema de cor mundial que utiliza códigos para representar essas cores. Podem também ser fosforescentes ou metalizadas.

## Capas premiadas no ano 2002

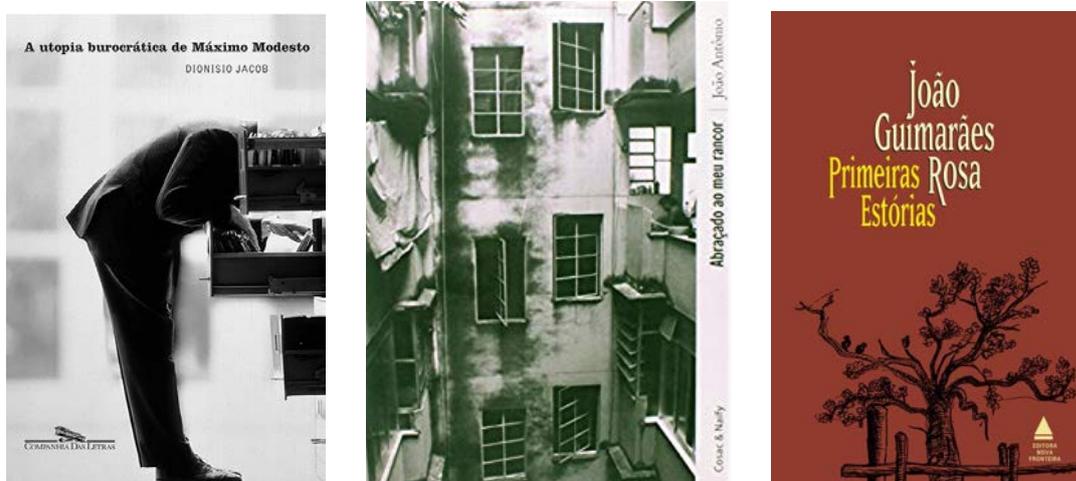


Figura 34: capas dos livros selecionadas em 2002 – *A utopia burocrática de Máximo Modesto*, da editora Companhia das Letras, criada por **Raul Loureiro** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; *Abraçado ao meu rancor*, da editora Cosac Naify, criada por **Raul Loureiro** em capa dura, no formato 16x23cm, com cor especial e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e *Primeiras estórias*, parte da coleção Guimarães Rosa, da editora Nova Fronteira, criada por **Victor Burton** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

## Capas premiadas no ano 2003

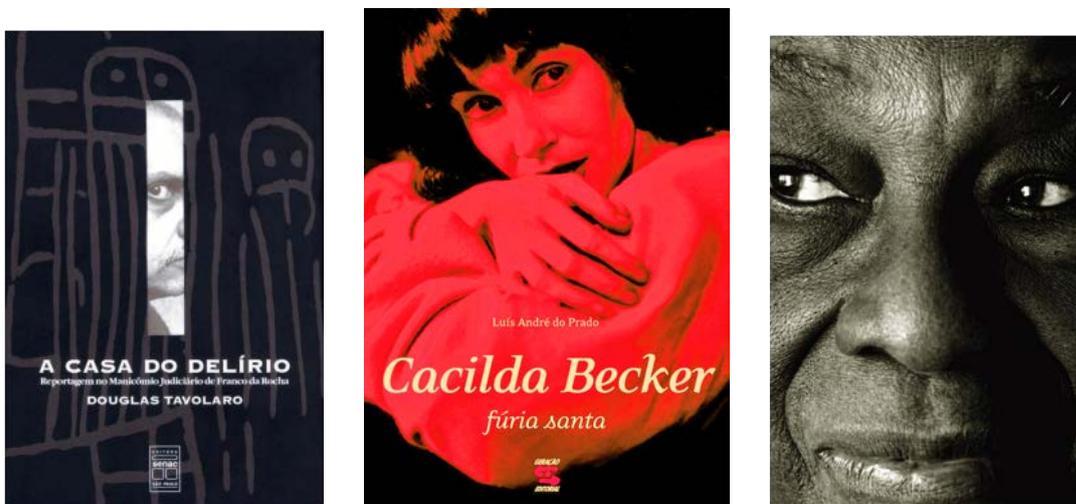


Figura 35: capas dos livros seleccionadas em 2003 – *A casa do delírio*, da editora Senac, criada por **Moema Cavalcanti** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com faca especial e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; *Cacilda Becker: fúria santa*, da editora Geração Editorial, criada pela **Fonte Design** em capa mole (brochura), no formato 16x23, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e *O país distorcido*, da editora Publifolha, criada por **Paula Astiz** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

## Capas premiadas no ano 2004



Figura 36: capas dos livros selecionados em 2004 – **vencedora: *Mínimos, múltiplos, comuns***, da editora W11, criada por **Vera Rosenthal** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento de verniz de reserva e verniz fosco do tipo Bopp; **menção honrosa: *Euclides da Cunha – esboço biográfico***, da editora Companhia das Letras, criada por **Raul Loureiro** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com cor especial e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e **menção honrosa: *Harmada***, da editora W11, criada por **Vera Rosenthal** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz de reserva e verniz fosco do tipo Bopp.

## Capas premiadas no ano 2005

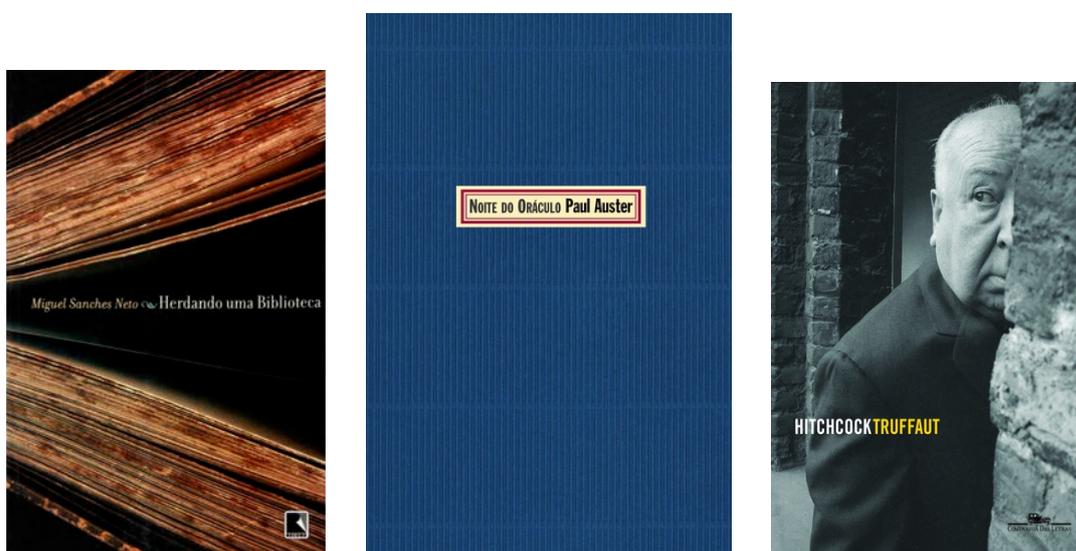


Figura 37: capas dos livros selecionadas em 2005 – **1º lugar:** *Herdando uma biblioteca*, da editora Companhia das Letras, criada por **Victor Burton** em capa mole (brochura) no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; **2º lugar:** *Noite do oráculo*, da editora Companhia das Letras, criada por **João Baptista da Costa Aguiar** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e sobrecapa de papel corrugado com etiqueta e **3º lugar:** *Hitchcock Truffaut*, também da editora Companhia das Letras, criada por **Raul Loureiro** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz de reserva e verniz fosco do tipo Bopp.

## Capas premiadas no ano 2006



Figura 38: capas dos livros selecionadas em 2006 – **1º lugar:** *O design brasileiro antes do design*, da editora Cosac Naify, criada por **Elaine Ramos** com capa mole (brochura) e sobrecapas com diferentes estampas, no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; **2º lugar:** *A costura do invisível* da editora Senac SP, criada por **Adriana Pelicano** em capa dura, no formato 18x25cm, com acabamento em verniz de reserva e verniz fosco do tipo Bopp e **3º lugar:** *Shalimar, o equilibrista*, da editora Companhia das Letras, criada por **Victor Burton** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

## Capas premiadas no ano 2007



Figura 39: capas dos livros selecionadas em 2007 – **1º lugar: *Ferdydurke***, da editora Companhia das Letras, criada por **Elisa Cardoso** e **Kiko Farkas** com capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; **2º lugar: *Lampião e Lancelote***, da editora Cosac Naify, criada por **Luciana Facchini** com capa dura, no formato 31x21, com cores especiais metalizadas e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e **3º lugar: *Manuel Bandeira: 50 poemas escolhidos pelo autor***, da editora Cosac Naify, criada por **Elaine Ramos** com capa dura, no formato 16x23cm, com cores especiais, encarte de CD e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

## Capas premiadas no ano 2008

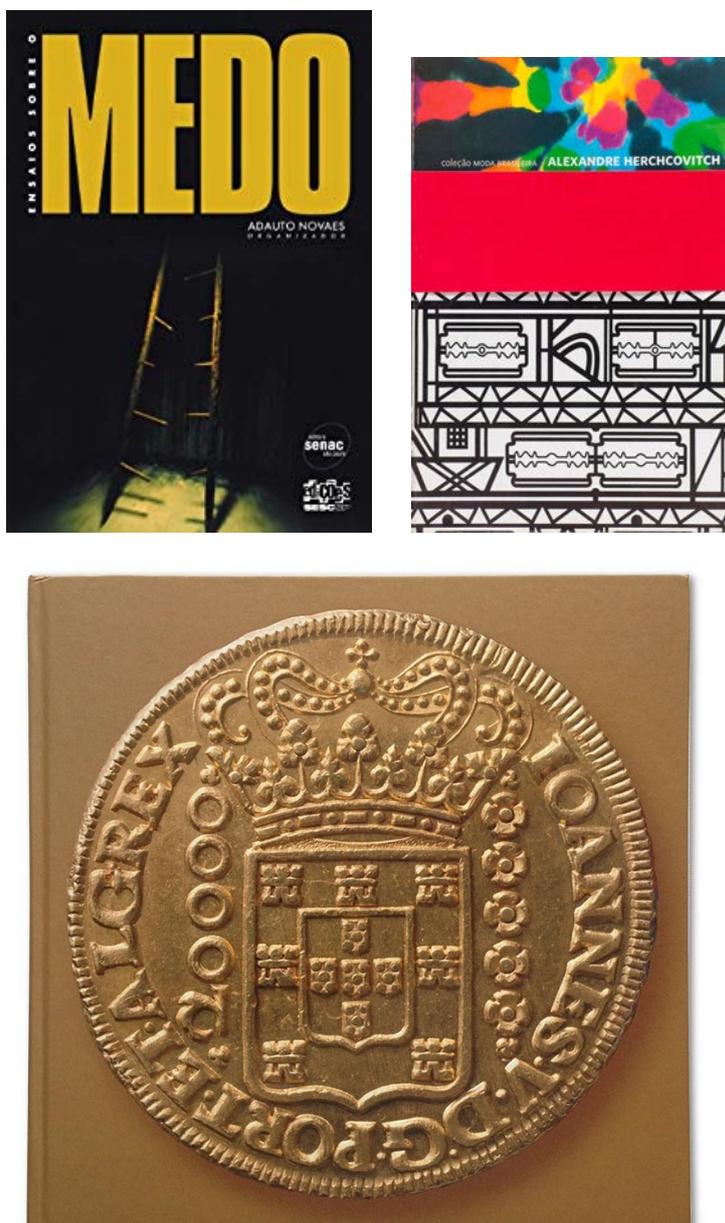


Figura 40: capas dos livros selecionadas em 2008 – **1º lugar:** *Ensaio sobre o medo*, das editoras Sesc SP e Senac SP, criada por **Moema Cavalcanti** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; **2º lugar:** *Alexandre Herchovitch (Coleção moda brasileira – volume 1)*, da editora Cosac Naify, criada por **Elaine Ramos** em capa mole (brochura), no formato 14x21, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e **3º lugar:** *As moedas contam a história do Brasil*, da editora Magma, criada por **Marcelo Aflalo** em capa dura, no formato 31x31, com cor especial e relevo seco.

### Capas premiadas no ano 2009



Figura 41: capas dos livros selecionadas em 2009 – **1º lugar:** *Moby Dick*, da editora Cosac Naify, criada por **Luciana Facchini** em capa dura, no formato 17x24cm, com impressão de cor especial em *silk-screen*<sup>25</sup> e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; **2º lugar:** *O jovem Stálin*, da editora Companhia das Letras, criada por **João Baptista da Costa Aguiar** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e **3º lugar:** *Introdução à filosofia*, da editora WMF Martins Fontes, criada por **Gustavo Piqueira** no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

<sup>25</sup> Silk-screen, serigrafia ou impressão a tela é um processo de impressão permeográfica em uma superfície, no qual a tinta é vazada pela pressão de um rodo ou espátula, através de uma tela preparada.

## Capas premiadas no ano 2010

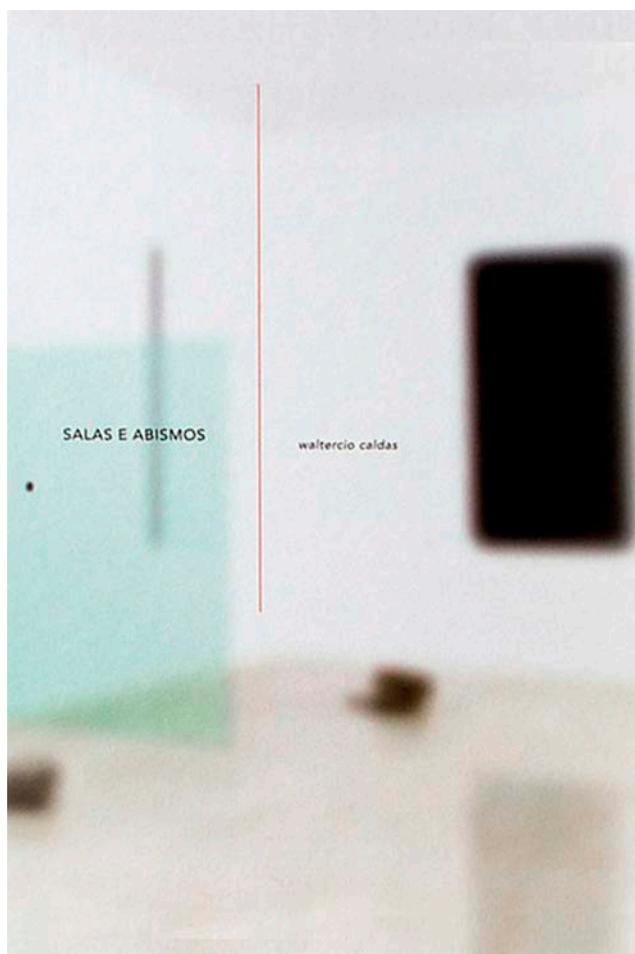


Figura 42: capas dos livros selecionadas em 2010 – **1º lugar: *O resto é ruído: escutando o século XX***, da editora Companhia das Letras, criada pelo estúdio **Retina\_78** em capa mole (brochura), no formato 16x23, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; **2º lugar: *Salas e abismos***, da editora Cosac Naify, criada por **Rara Dias, Ana Carolina Carneiro e Paula Delecave** em capa dura, no formato 28x36cm, com cor especial e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e **3º lugar: *Os espões***, da editora Alfaguara, criada por **Rodrigo Rodrigues** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

## Capas premiadas no ano 2011

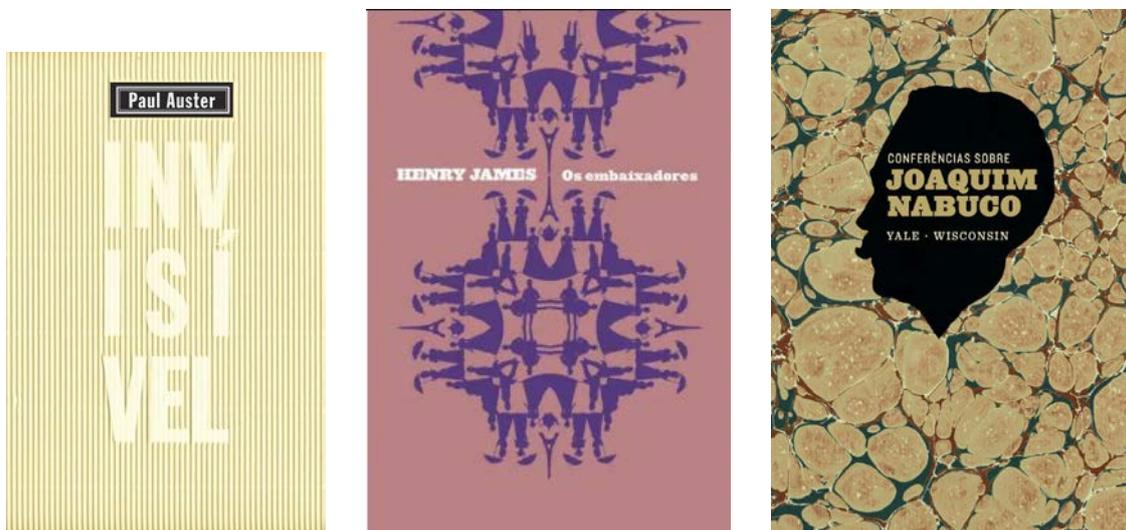


Figura 43: capas dos livros selecionadas em 2011 – **1º lugar: *Invisível***, da editora Companhia das Letras, criada por **João Baptista da Costa Aguiar** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e sobrecapa em papel corrugado com impressão em relevo seco<sup>26</sup>; **2º lugar: *Embaixadores***, da editora Cosac Naify, criada por **Elisa Von Randow** em capa dura, no formato 16x23cm, com cores especiais e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e **3º lugar: *Conferências sobre Joaquim Nabuco – Yale – Wisconsin***, da Editora Bem-te-vi, criada por **Victor Burton e Angelo Bottino** em capa dura, no formato 16x23cm, com acabamento em verniz de reserva<sup>27</sup> e verniz fosco do tipo Bopp, além de luva envolvendo o volume.

<sup>26</sup> Relevo seco é um tipo de acabamento onde o papel é marcado em baixo relevo sem o uso de tinta, através de pressão de um clichê.

<sup>27</sup> Verniz de reserva é um verniz brilhante aplicado em áreas delimitadas do papel para destacar elementos como ilustrações, títulos ou caixas.

## Capas premiadas no ano 2012

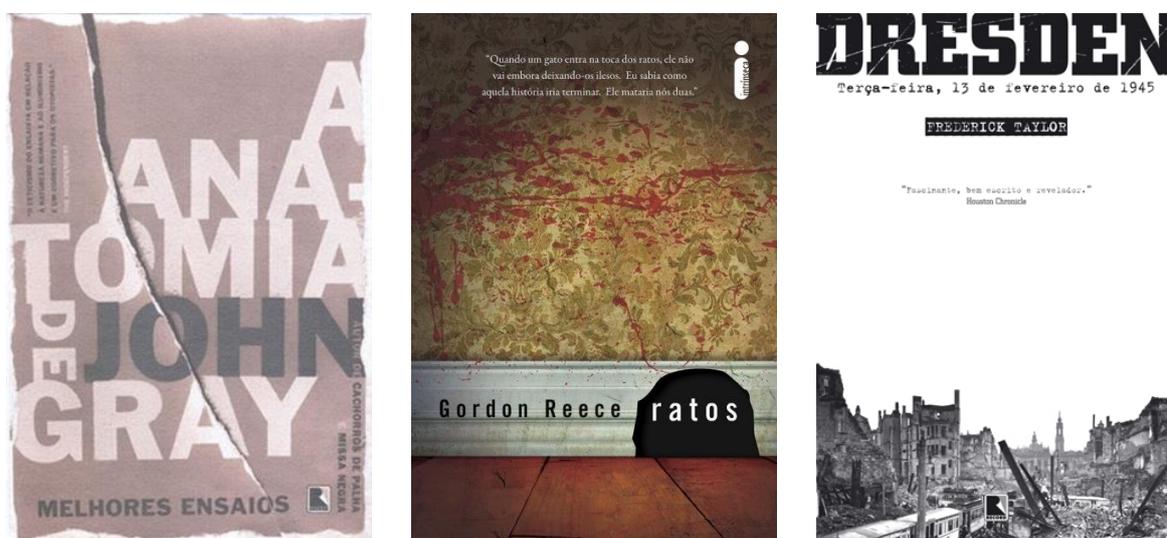


Figura 44: capas dos livros selecionadas em 2012 – **1º lugar: *A anatomia de John Gray***, da editora Record, criada por **Leonardo Iaccarino** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; **2º lugar: *Ratos***, da editora Intrínseca, criada por **Marcelo Martinez** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com faca especial<sup>28</sup> e verniz fosco do tipo Bopp e **3º lugar: *Dresden***, da editora Record, criada por **Elmo Rosa** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

<sup>28</sup> Faca especial permite um recorte em um formato diferenciado no papel na capa – no caso desse livro *Ratos*, um recorte simulando um buraco de rato em uma parede.

## Capas premiadas no ano 2013



Figura 45: capas dos livros selecionadas em 2013 – **1º lugar:** *Perseguição: o fogo amigo das lembranças*, da editora Bertrand, criada pelo estúdio **Retina\_78** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; **2º lugar:** *Amordaçados*, da editora Manole, criada por **Daniel Justi** em capa mole (brochura), no formato 16x23, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; e **3º lugar:** *Dom Quixote*, da editora Companhia das Letras, criada por **Alceu Chiesorin Nunes** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, dentro de luva aberta e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

## Capas premiadas no ano 2014

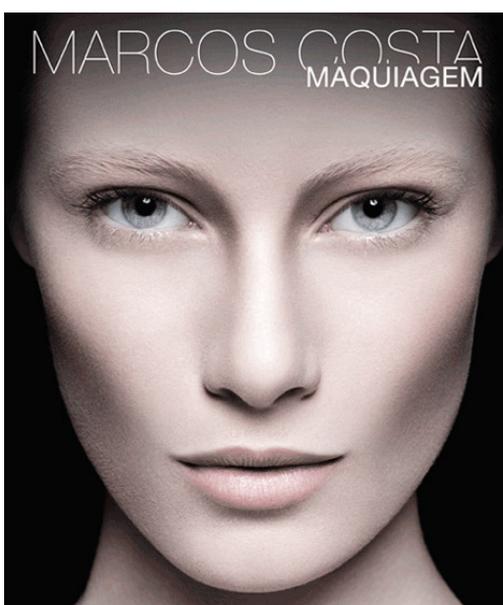
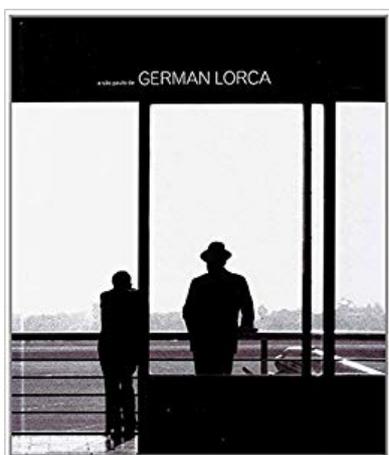


Figura 46: capas dos livros selecionadas em 2014 – **1º lugar:** *A São Paulo de German Lorca*, da editora Imesp, criada por **Edson Lemos** em capa dura, no formato 17x24cm, com acabamento em verniz fosco tipo Bopp e verniz de reserva; **2º lugar:** *Graffiti Fine Art*, da editora Sesi SP, criada por **Raquel Matsushita** em capa dura, no formato 22x25cm, com faca especial e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva e **3º lugar:** *Maquiagem*, da Luste Editores, criada por **Luciana Molisani** e **Paschoal Rodriguez** em capa dura, no formato 22x24cm, com acabamento em verniz de reserva do tipo Bopp e cobertura de acetato.

## Capas premiadas no ano 2015

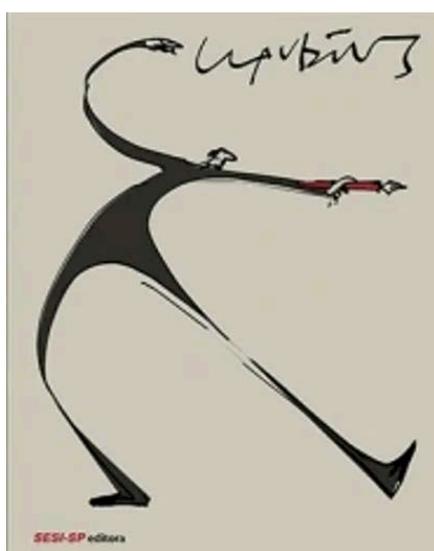
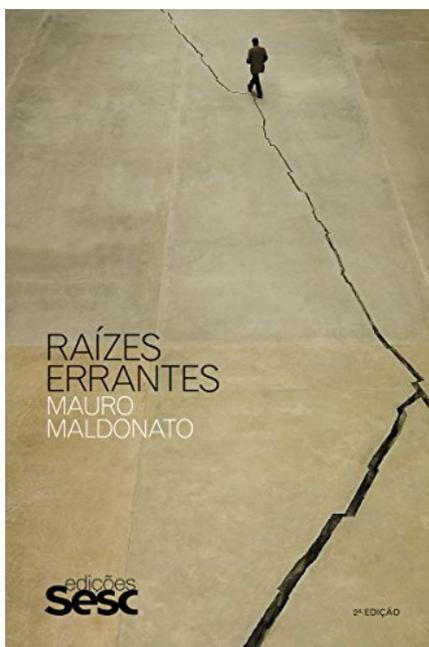
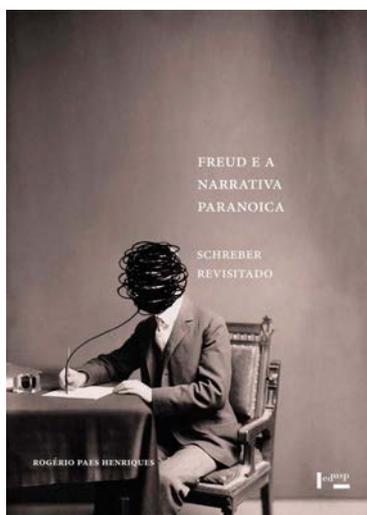


Figura 47: capas dos livros selecionadas em 2015 – **1º lugar:** *Freud e a narrativa paranoica*, da editora Edusp, criada por **Carolina Aires Sucheuski** em capa mole (brochura), no formato 16x23, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva; **2º lugar:** *Raízes errantes*, da Edições Sesc SP, criada por **Warrakloureiro** em capa mole (brochura), no formato 19x24,8cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva e **3º lugar:** *Claudius*, da editora Sesi-SP, criada por **Christiano Calvet** e **Cecilia Costa** em capa dura, no formato 19,24,8cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva.

## Capas premiadas no ano 2016



Figura 48: capas dos livros selecionadas em 2016 – **1º lugar: *O gigante enterrado***, da editora Companhia das Letras, criada por **Alceu Chiesorin Nunes** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com cor especial, acabamento e verniz texturizado, *hot stamping* e lombadas internas pintadas; **2º lugar: *Baré: povo do rio***, da Edições Sesc SP, criada pelo escritório Tuut Design em capa dura, no formato 19x24,8cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva e **3º lugar: *O sumiço***, da editora Autêntica, criada por **Diogo Droschi** com capa mole (brochura), no formato 14x21, em papel fosco.

## Capas premiadas no ano 2017

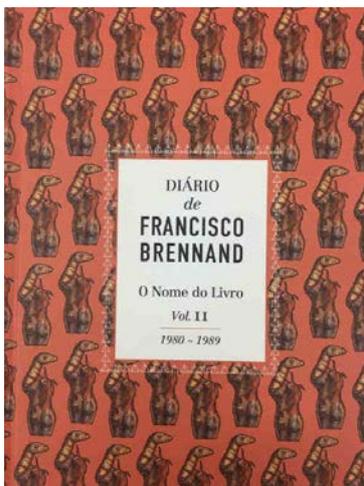
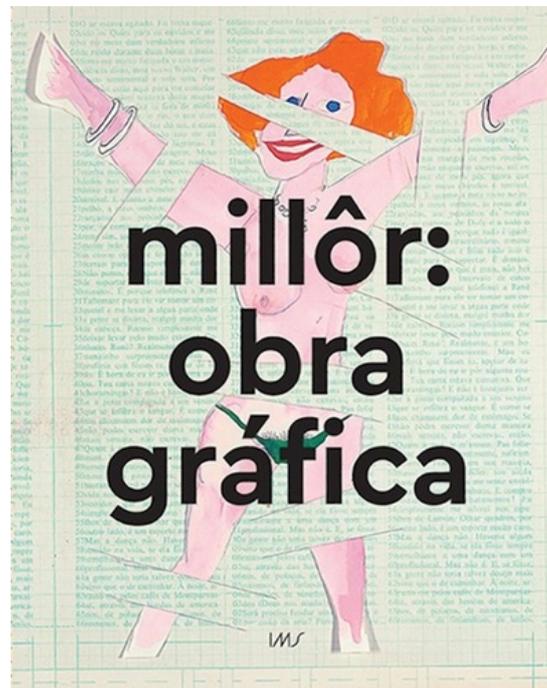


Figura 49: capas dos livros selecionadas em 2017 – **1º lugar:** *História da teoria da arquitetura*, da editora Edusp, criada por **Gustavo Piqueira** em capa dura, no formato 20x26cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva; **2º lugar:** *Millôr: obra gráfica*, da editora IMS, criada por **Celso Longo** e **Daniel Trench** em capa dura, no formato 24x30cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva, e **3º lugar:** *Diário de Francisco Brennand*, da editora Inquietude, criada por **Flávio Flock** em capa dura (4 volumes), no formato 16x23cm, com acabamento de verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva dentro de luva.

Capas premiadas no ano 2018

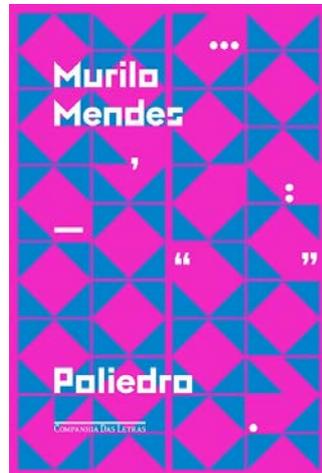
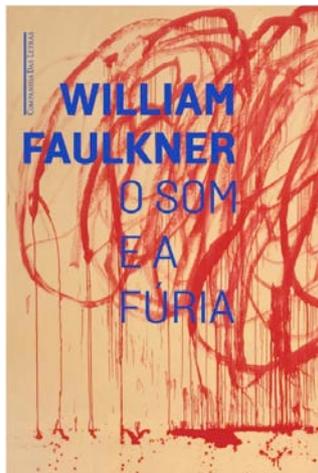
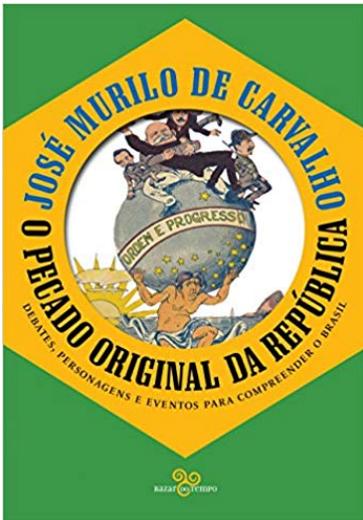
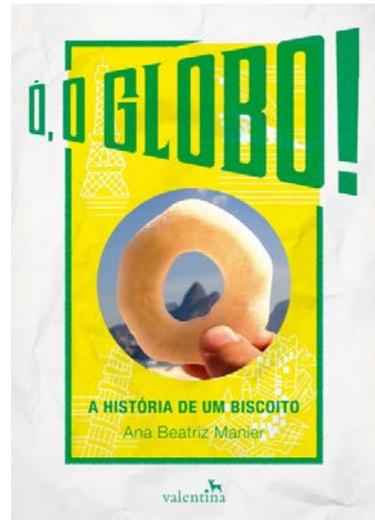
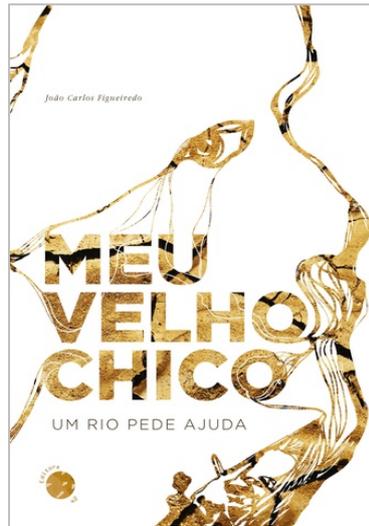
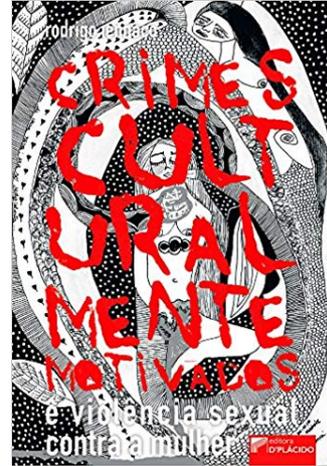
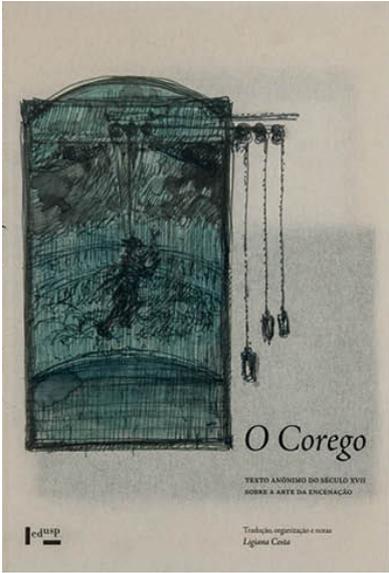


Figura 50: Em 2018 foi mudado o critério de premiação das capas. Ao invés de três capas finalistas e uma escolhida, foram selecionadas nove e a partir delas, escolhida a capa que ganhou o primeiro lugar. **1º lugar: *O corego: texto anônimo do século XVII sobre a arte da encenação***, da Edusp, criada por **Carla Fernanda Fontana** em capa dura, no formato 17x25,5, com cobertura de papel vegetal translúcido e lombada aberta. **Finalistas: *A Lata do poeta***, com edição independente do autor, em capa dura no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp, acondicionada dentro de uma lata com rótulo impresso em *silk-screen*, criada por **Anderson L.A.**; ***Crimes culturalmente motivados***, da editora D'Plácido, criada por **Leticia Robini** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com cor especial e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; ***Imunidade***, da editora Todavia, criada por **Pedro Inoue** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva; ***Meu velho Chico***, da editora 42, criada por **Mônica Yuri Morimoto** em capa dura, no formato 16x23cm, com acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e verniz de reserva; ***Ó, o Globo***, da editora Valentina, criada por **Elmo Rosa** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com duas opções de imagem e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; ***O pecado original da República***, da editora Bazar do Tempo, criada por **Victor Burton** e **Anderson Junqueira** em capa mole (brochura), no formato 16x23cm, com faca especial e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp; ***O som e a fúria***, da editora Companhia das Letras, criada por **Alceu Chiesorin Nunes** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com cobertura de acetato e impressão do título em *silk-screen*, e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp e ***Poliedro***, da editora Companhia das Letras, criada por **Celso Longo** em capa mole (brochura), no formato 14x21cm, com impressão em cores especiais e acabamento em verniz fosco do tipo Bopp.

## 4. AS ENTREVISTAS

### 4.1) Metodologia

A entrevista de pesquisa constitui o instrumento de “escavação” privilegiado por um grupo amplo de cientistas sociais (CARDANO, 2017, p. 166).

Para este trabalho eu me vali de entrevistas discursivas<sup>29</sup>, semiestruturadas, qualitativas, procurando interagir com os entrevistados para tentar saber sobre seus pontos de vista, seus discursos e, com isso, obter informações, opiniões e elementos empíricos úteis para minha dissertação. Como diz CARDANO (2017), nas entrevistas buscamos a obtenção de elementos empíricos úteis para elaborar uma resposta à pergunta que dá impulso ao estudo.

Esses entrevistados ocuparam o centro da atenção e puderam manifestar suas convicções e experiências. Trouxeram também um pouco de suas histórias pessoais e profissionais no que estas se relacionam com livros e a capas.

Deve ficar claro que cada entrevista tem valor em si. Não é justo considerar que uma ou mesmo algumas entrevistas representem um conjunto (MEIHY, 2000, p.69).

Foram feitas dez entrevistas presenciais com os agentes relacionados com a cadeia de produção (âmbito da concepção), venda (âmbito da validação mercadológica) e julgamento dos livros e suas capas (âmbito da validação institucional): editores, designers gráficos, livreiros, jurados e curador do Prêmio Jabuti. As entrevistas, que duraram em média uma hora, seguiram um roteiro pré-determinado, foram gravadas e depois transcritas. Trechos selecionados de cada entrevista pontuaram e enriqueceram as análises e articulações dessa pesquisa.

Imagens reduzidas das capas foram utilizadas como estímulo (técnica de entrevista em história oral) e como lembranças que não emergiriam com a naturalidade das recordações. Foram apresentadas apenas na hora da entrevista, com o objetivo de evocar uma reação espontânea. (MEIHY, 2000)

---

<sup>29</sup> Entrevista discursiva é aquela onde a interação entre o entrevistado e o entrevistador é determinada nos conteúdos, mas as modalidades nas quais as interações tomam forma não são pré-determinadas, mas se definem a cada momento. (CARDANO, 2017)

É importante sinalizar que as entrevistas objetivaram além de visões individuais, visões de diferentes classes sociais (designers, editores, livreiros, curadores). E características como localização, lugar social dos indivíduos na sociedade, pressupostos de identidade, enquadramentos, repetição de palavreados e conceitos comuns foram vistas como filtros da narrativa e experiências.

Acredito que com esse espectro amplo de agentes relacionados às capas de livro eu tenha conseguido extrair diferentes discursos e pontos de vista sobre a qualidade das capas de livro brasileiras, em função dos seus diferentes interesses e motivações.

#### **4.2) O conjunto de capas**

As capas vencedoras nos últimos 18 anos de prêmio Jabuti compuseram um conjunto de reproduções em formato próximo de cartões-postais (com a capa na frente, detalhes e informações técnicas no verso) que foi utilizado durante a realização das entrevistas. Os diferentes entrevistados foram convidados a comentar essas capas e escolher as melhores segundo seus próprios critérios de qualidade. Nas primeiras seis entrevistas, esse conjunto de reproduções estava fora de escala. Todas as capas foram reproduzidas no formato 10x15 cm. A partir da sétima entrevista, o conjunto foi refeito e reimpresso. As capas passaram a ser em escala 0,625 do tamanho das capas originais.

Os entrevistados, como jurados das premiações, foram convocados ao exercício de julgamento e definição da qualidade de projeto que leva uma capa a ser selecionada e premiada.



Figura 51: cada uma das reproduções das capas premiadas (em escala) tem no seu verso o descritivo com informações técnicas: ano do prêmio, designer gráfico responsável pelo projeto, editora, formato e recursos gráficos utilizados.

### 4.3) Os entrevistados

Para estabelecer a seleção dos entrevistados, me vali de um mapa que representa os agentes envolvidos nas diferentes etapas e âmbitos da cadeia do livro, que incluem o processo de concepção e execução (editores e designers gráficos), validação mercadológica - venda (editores, designers e livreiros) e validação institucional - julgamento para premiação (jurados, curadores além de todos os outros agentes) e que serviu para organizar as minhas análises.

Procurei com isso oferecer uma visão geral, heterogênea e multifacetada, composta pelos olhares e opiniões desses integrantes da cadeia do livro.

O critério para escolha dos entrevistados derivou do próprio Prêmio Jabuti. Para os designers gráficos, estabeleci um critério quantitativo para facilitar a definição da amostragem. Por isso, procurei falar com aqueles que tiveram o maior número de prêmios, bem como as editoras. Seguem os entrevistados em ordem alfabética:

## **Designers gráficos**

Elaine Ramos – designer gráfica e igualmente uma das capistas mais premiadas pelo Jabuti. Hoje é sócia-proprietária e diretora de arte da Editora Ubu. Trabalhou por 15 anos como diretora de arte da Cosac Naify que estabeleceu novos padrões nos projetos gráficos e capas de livro no país. A entrevista foi feita em São Paulo na sede da editora Ubu no dia 16/1/2020.

Gustavo Piqueira – designer gráfico, sócio-proprietário do Casa Rex e um dos mais premiados designers do país. O Casa Rex foi eleito por 5 anos consecutivos o melhor escritório de design brasileiro pela ABEDESIGN (Associação Brasileira de Empresas de Design) e soma mais de 500 prêmios nacionais e internacionais. A entrevista foi feita em São Paulo no dia 1/11/2019, na Casa Rex.

Victor Burton – é o maior ganhador do prêmio Jabuti nas categorias capa e projeto gráfico. Trabalhando no Brasil desde 1979, é um dos designers gráficos de capa mais prolíficos do país, criando mais de três mil capas e tendo trabalhado para praticamente todas as editoras do país, com destaque para a Nova Fronteira e Companhia das Letras. A entrevista foi feita em seu estúdio no Rio de Janeiro no dia 8/10/2019.

## **Editoras**

Companhia das Letras: a maior premiada pelo Jabuti na categoria capas. Conversei com seu fundador e atual presidente Luiz Schwarcz. Luiz é ex-aluno do Colégio Rio Branco e formado em administração de empresas na Fundação Getúlio Vargas. Trabalhou na Editora Brasiliense onde alcançou o cargo de diretor. Em 1986 fundou junto com Lilia Moritz Schwarcz a editora onde atua até hoje. A entrevista com Luiz foi feita na sede da Companhia das Letras em São Paulo no dia 13/1/2020.

Cosac Naify: Para ouvir sobre a Cosac Naify (a segunda mais premiada pelo Jabuti na categoria capas) tentei entrevistar os sócios fundadores, mas aproveitei a entrevista com a Elaine Ramos já que ela trabalhou na casa como diretora de arte durante 15 anos.

Edições Sesc SP: editora premiada no Jabuti na categoria capas em três anos diferentes. Conversei com a gerente editorial Isabel A. Alexandre que é formada em História pela Universidade de São Paulo e gerente editorial das Edições Sesc, após ter fundado e trabalhado

durante 12 anos na Editora Senac de São Paulo. A entrevista aconteceu na sede da editora em São Paulo no dia 25/7/2019.

### **Jurados do Prêmio**

João de Souza Leite – Possui graduação em Design pela ESDI/UERJ, mestrado em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ e doutorado em Ciências Sociais pelo PPCIS/IFCH/UERJ. Designer gráfico, professor e diretor do PPGD/ESDI. Foi jurado em uma edição do Prêmio Jabuti na categoria Capas. A entrevista com o João aconteceu na ESDI no Rio de Janeiro no dia 21/8/2019.

Heliodoro Bastos – Possui graduação em Arquitetura pela Universidade Braz Cubas. Mestrado e doutorado, ambos em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Desde 1976 é professor do Curso de Publicidade da Escola de Comunicações e Artes / ECA-USP. É sócio-diretor do estúdio Dorinho Bastos Comunicação & Design e cartunista. Foi jurado no prêmio Jabuti durante três anos consecutivos na categoria capa. A entrevista com Heliodoro aconteceu em São Paulo no dia 24/7/2019.

### **Curadores do Prêmio**

Foi oportuno conversar com José Luiz Goldfarb que ocupou a curadoria do Prêmio Jabuti durante o período de 1991 a 2013 (que coincide com o meu recorte escolhido). José Luiz pode falar também como livreiro pois foi, durante mais de 20 anos, proprietário da livraria Belas Artes em São Paulo. Hoje é editor e professor-doutor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC / SP). A entrevista aconteceu em São Paulo no dia 26/7/2019. Tentei conversar com o atual curador do prêmio o editor e jornalista Pedro Almeida, mas não tive sucesso.

### **Livrarias**

Conversei com dois livreiros responsáveis por livrarias de portes diferentes:

Daniel Louzada – livreiro, trabalhou durante 17 anos na rede Saraiva e desde 2016 é o novo proprietário da histórica Livraria Leonardo Da Vinci, fundada em 1952 e situada no centro do Rio de Janeiro. A entrevista aconteceu na própria livraria no dia 16/10/2019.

Rui Campos – fundador e sócio-proprietário da Livraria da Travessa, uma das maiores redes de livrarias do país, com dez lojas físicas no Rio de Janeiro, São Paulo e Lisboa, além de uma loja virtual. Desde 2013 a Livraria da Travessa é a livraria oficial da FLIP, Festa Literária Internacional de Paraty. A entrevista com Rui aconteceu na Livraria da Travessa de Ipanema no dia 4/12/2019.

#### **4.4) Roteiro das entrevistas**

##### **Perguntas comuns**

##### **1) SOBRE O OBJETO LIVRO**

- Conte um pouco de sua trajetória profissional e da sua relação com o objeto livro.
- Gostaria que falasse de livros marcantes para você. Se lembra das capas?
- Sua relação com livrarias e bibliotecas...

##### **2) SOBRE O OBJETO CAPA**

- Você já comprou um livro pela capa? Como ela era? Ou pela edição do livro? Como?
- Falando em capas de livro, o que você considera uma capa de livro de qualidade?
- Entre os critérios de qualidade avaliados pelo júri do Prêmio Jabuti, estão:
  1. atratividade visual e identificação com o tema da obra;
  2. harmonia entre capa e demais elementos;
  3. visibilidade do título, da autoria e de outras informações.
- Como você vê esses critérios? Entende que existam outros? Quais seriam? Por que?
- Como você vê as capas de livro brasileiras contemporâneas? E internacionais?

##### **3) SOBRE O CONJUNTO DE REPRODUÇÕES DAS CAPAS PREMIADAS**

- Desse conjunto de reproduções, escolha as que mais chamaram a sua atenção. Por que?

##### **Perguntas exclusivas para capistas/designers gráficos**

- Como é o seu processo de trabalho? Ele mudou com o tempo? Como?
- O que você leva em consideração ao criar uma capa de livro?
- Como funciona a relação com as editoras na elaboração e aprovação do projeto?
- O perfil do leitor-comprador tem relevância na sua elaboração projetual?
- Dentre seus projetos de capa, quais você considera mais marcantes? Porque?
- Você pode falar de capistas preferidos e de suas principais referências projetuais?

**Perguntas exclusivas para livreiros**

- Capa boa vende mais? Clientes buscam livros pela capa?
- Por que? Tem exemplos?
- Como você organiza as estantes, expositores, vitrines? O critério estético é importante?
- Atratividade? Inovação? Modismos? Público-alvo?
- O leitor-comprador? Como você o enxerga? Como vender o livro certo?
- Boas capas agregam valor ao livro? Ele pode custar mais?

**Perguntas exclusivas para editores**

- Capa boa vende mais? Por que? Exemplos?
- Como é o processo para o desenvolvimento de uma capa?
- O autor opina? E se a obra é estrangeira? Capas originais x capas locais?
- O leitor-comprador?
- Quais são os critérios que você utiliza ao encomendar e aprovar uma capa?

**Perguntas exclusivas para jurados/curadores**

- Você já foi jurado/curador mais de uma vez?
- Como foi em cada vez?
- Como é a escolha das melhores capas? Como são estabelecidos os critérios de seleção?
- Existe capa só para ganhar prêmio? Exemplos?

## 5. CARACTERIZAÇÃO DE TEMAS REFERENTES À DISCUSSÃO SOBRE QUALIDADE

Qualidade que vem do latim *qualitas* é, segundo o dicionário Aurélio (FERREIRA, 2001), uma “propriedade, atributo ou condição das coisas ou das pessoas que as distingue das outras e lhes determina a natureza” (p. 1165). Já no Dicionário Houaiss da língua portuguesa (HOUAISS, 2001) qualidade é definida como “propriedade que determina a essência ou a natureza de um ser ou uma coisa, além de ser uma característica superior ou atributo distintivo positivo e que tem valor ótimo”.

Qualidade é também o grau de utilidade esperado ou adquirido de qualquer coisa, verificável através da forma e dos elementos constitutivos da mesma e pelo resultado do seu uso. Nesse sentido a qualidade tem uma dimensão extremamente subjetiva, pois está relacionada às necessidades e resultados para cada indivíduo. Diversos fatores como cultura, modelos mentais, tipo de produto ou serviço prestado, necessidades e expectativas influenciam diretamente a sua percepção.

Segundo DEMING (1990), “a qualidade só pode ser definida em termos de quem a avalia”. Do ponto de vista do produtor a qualidade se associa à concepção e produção de um produto que vá ao encontro das necessidades do cliente. Tem a ver com maestria na sua execução, no seu projeto. Mas tem igualmente a ver com inovação e com novidade.

Do ponto de vista do cliente a qualidade pode estar associada ao valor e à utilidade reconhecidas ao produto, estando também ligada ao preço.

Para cada um dos agentes da cadeia da capa do livro, o conceito e a discussão sobre qualidade variam em função de cada âmbito envolvido. A qualidade em uma capa para o editor pode ser diferente daquela identificada pelo livreiro, por um jurado de prêmio ou mesmo pelo designer que executa a capa.

O designer Victor Burton fala sobre a dificuldade de conceituar qualidade já que a qualidade em uma capa de livro pode variar em função dos interesses, compromissos e motivações de cada editora.

Para a designer Elaine Ramos a uma capa de livro de qualidade é alguma coisa que chama a atenção e seduz o leitor certo, o público que possa se relacionar com aquele conteúdo. Ao mesmo tempo, deve ser uma capa que traga fidelidade em relação ao que há dentro do livro, que seja a sua tradução. Para ela a qualidade de uma capa pressupõe o equilíbrio entre

adequação ao produto (o conteúdo do livro) e fidelidade ao público a que se destina (o leitor consumidor).

### 5.1) Os diferentes agentes, seus lugares, momentos e motivações

No desenvolvimento da pesquisa eu mapeei os diferentes agentes envolvidos nos diferentes âmbitos de consideração da qualidade da capa de um livro no diagrama abaixo:

<p><b>ÂMBITO DA CONCEPÇÃO</b></p> <p>Onde temos o briefing, a inteligência do projeto, a execução projetual e aprovação da capa</p> <p><b>Agentes envolvidos:</b> editores e designers.</p>	<p><b>ÂMBITO DA VALIDAÇÃO MERCADOLÓGICA (COMERCIALIZAÇÃO)</b></p> <p>Onde temos o contato do consumidor com a capa e a venda propriamente dita.</p> <p><b>Agentes envolvidos:</b> livreiros e consumidores e, indiretamente, editores e designers.</p>	<p><b>ÂMBITO DA VALIDAÇÃO INSTITUCIONAL (JULGAMENTO PARA PREMIAÇÃO)</b></p> <p>Onde as capas são julgadas por especialistas</p> <p><b>Agentes envolvidos:</b> curadores e jurados.</p>
---	--	--

O processo de concepção da capa que é o primeiro âmbito dessa cadeia e envolve dois agentes prioritariamente: os editores, que definem o briefing e os designers gráficos que, a partir dele, desenvolvem o projeto. Neste momento se estabelece uma relação de poder: são os editores que encomendam as capas. Eles são os primeiros leitores e trazem as intenções da editora para com o livro: objetivos, expectativas, definições, informações, direcionamentos e insights no briefing passado para os designers gráficos. Eles têm o poder de aprovação da capa e controle sobre o processo de elaboração dela pelos designers contratados, inclusive no que diz respeito a recursos, prazos e condições de trabalho.

O segundo âmbito da cadeia da capa do livro é o momento da venda do livro propriamente, a validação mercadológica, sua comercialização. Ocorre nas livrarias e nos diferentes canais de venda (que veremos a seguir). O consumidor foi o foco do editor através do briefing (momento da concepção), e do designer, mas nessa etapa o livreiro tem um papel fundamental pois cuida

das condições para o contato do consumidor com o livro e sua efetiva compra. Um projeto de capa de livro bem elaborado pode afetar diretamente o trabalho e os resultados de venda. É nas livrarias, nas feiras, nos eventos e nas lojas virtuais que a capa é testada nos quesitos visibilidade e atratividade. Diz respeito ao aqui e agora de que essa peça de comunicação visual dispõe para seduzir o consumidor. E ao mesmo demonstra seu papel de agregação de valor ao produto livro.

Os livreiros não tem responsabilidade pelas capas que recebem, mas podem através da forma como organizam os livros influenciar a venda de um livro. Motivados pelos objetivos de venda eles detectam a qualidade e eficiência de uma capa no seu sentido mais prático. Capas ruins encalham ou demandam mudanças em novas edições.

O designer gráfico quando executou a capa recebeu no briefing do editor as informações referentes aos diferentes canais de venda do livro, suas características e peculiaridades já que estas podem afetar seu trabalho projetual.

O terceiro âmbito é o da avaliação institucional das capas de livro, que ocorre nos júris e premiações quando a capa é analisada por especialistas, os jurados, que a julgam independentemente do seu sucesso comercial, por critérios de qualidade técnica e uma apreciação crítica sobre a qualidade do projeto. Neste momento estão em jogo questões relativas ao *know how* do designer, no seu sentido mais estrito e reflexivo.

## **5.2) Temas referentes à discussão sobre qualidade projetual**

Nas entrevistas todos os entrevistados foram convidados a se colocar no papel de avaliadores e do seu ponto de vista indicaram, segundo seus critérios, as capas com mais qualidade na seleção apresentada.

Com base nesse material, procurei identificar temas que podem contribuir para a inteligibilidade da questão da qualidade projetual neste contexto.

### **5.2.1) Briefing**

Conforme PHILLIPS (2017), briefing é o preceito escrito para orientar o desenvolvimento de um projeto envolvendo a aplicação do design que contém todas as informações relevantes para o projeto. São informações de natureza, contexto, metodologia, recursos necessários,

pesquisas, prazos, orçamentos e até informações estratégicas como público-alvo, concorrência e objetivos.

O designer Victor Burton falou do briefing na sua entrevista: “você tem editores que dizem para você: eu preciso que seja assim, assado e eu respeito isso. Temos que entender e trabalhar dentro desses parâmetros”. Para ele deve existir o entendimento de que certos problemas editoriais podem trazer boas soluções com eles. E continua: “quando você faz uma capa para um livro de ensaios que vai ter dois mil leitores no máximo é uma coisa. Quando faz uma capa de um livro que pode ter cem mil leitores é outra coisa: você vai fazer outra capa”.

A designer gráfica Elaine Ramos também fala sobre o briefing: “o trabalho de fazer uma capa é muito desigual. Às vezes existe a dificuldade do tema ou do assunto e existe no briefing a abordagem que a editora quer dar para aquele determinado livro”. Para Elaine existe uma coisa que é o designer interpretar aquele conteúdo, mas o editor normalmente já tem uma intuição, um *feeling*. Pode ser mais pop ou pode ser mais clássico, dependendo da intenção de atingir determinado tipo de comprador.

“Essa é uma troca importante com o editor, esse espaço de interlocução”, continua. E complementa: “o briefing é um processo de interlocução. O designer tem o papel de interpretar a intenção do editor. Quando esse diálogo acontece pode até ser desgastante, mas é muito produtivo.”

Segundo o designer gráfico Gustavo Piqueira existem alguns parâmetros objetivos necessários como formato, material e número de páginas. Comparado com um briefing de embalagem mundial de sabonete, que tem 99,8% de parâmetros objetivos, numa capa de livro ele afirma ter muito mais subjetividade: “em um projeto de livro como um todo temos mais parâmetros e eu entendo que o design não pode atrapalhar o conteúdo”. Agora quando ele fala de capas ele ressalta que o que existe como dimensão subjetiva é quase tudo.

O editor Luiz Schwarcz da Companhia das Letras também fala do briefing: “o editor tem que pensar no leitor, no público-alvo. Ele é o representante desse leitor. O primeiro leitor que representa todos os outros.”

Para chegar a um resultado de qualidade, a editora das Edições Sesc SP Isabel Alexandre afirma que o designer gráfico precisa saber quem é o público. “O designer não precisa necessariamente ler o livro, mas precisa de um bom briefing editorial, os *inputs* daqueles que pensam conceitualmente o livro”. E esses editores que pensam o livro podem ajudar a escolher inclusive o designer gráfico que vai se o mais adequado, muitas vezes em função do seu estilo.

Ela fala do procedimento na Edições Sesc SP: “normalmente a gente pede três opções dentro do briefing. As opções são importantes para a discussão e para o entendimento. A partir daí encaminhamos o trabalho e damos ênfase para determinados aspectos”.

### **5.2.2) Condicionamento estilístico e liberdade de expressão**

O designer Gustavo Piqueira fala de condicionamento estilístico e de adequação ao apontar que existem categorias de livros que contam com alguns códigos mais estabelecidos e com parâmetros mais objetivos e que existem categorias onde esses códigos não estão tão definidos. E o processo dele passa por essas questões: “eu nunca fiz capa de livro de autoajuda, mas livro de autoajuda tem um código, uma linguagem específica, um padrão que você identifica, e eu aqui nem estou entrando no mérito da qualidade estética porque é um dado objetivo de projeto”.

Para ele a inteligência em um projeto de capa passa por entender que algumas capas tem mais parâmetros objetivos e outras tem muito poucos. Isso varia de editora para editora, de briefing para briefing. Em geral ele observa que no projeto de uma capa se misturam a editora, o público leitor, o conteúdo da obra. “O projeto é esse conjunto”, afirma.

E continua sua argumentação: “se é a capa de um livro baseado em uma tese, não necessariamente ela tem que ser monótona, mas existe uma dimensão acadêmica do livro que temos que manter. Essa dimensão acadêmica por mais que não venha no briefing, não seja manifesta, faz parte do projeto.”

Ele ressalta que ao trabalhar em projetos procura estabelecer parâmetros objetivos: “tudo que se encaixa dentro desses parâmetros eu tiro daí o que sobra é subjetivo. Todo projeto eu faço assim”. Em uma capa onde os parâmetros objetivos são bem menores você pode surpreender de vários jeitos.

Daniel Louzada, livreiro, também fala do condicionamento estilístico: “tem capas que são muito infelizes, que não comunicam o que é o livro, o tipo, o gênero, então se você não comunica ou comunica outra coisa muitas vezes não estará alcançando o seu leitor”.

Ainda no momento da concepção da capa, na relação entre o editor e o designer, um fenômeno que acontece frequentemente, como disse a editora Isabel Alexandre, é o do editor escolher o designer gráfico pelo seu estilo. Por uma identidade que o designer construiu ou que foi atribuída a ele muitas vezes pelo próprio mercado.

A designer Elaine Ramos afirma que isso de fato existe, que é inevitável mas que pode representar uma prisão: “certamente as pessoas tem uma imagem do meu trabalho, como tem do Victor Burton, como tem do Piqueira, mas eu tento não fica presa em uma cara, usar só uma fonte, um estilo marcado.”

E continua: “obviamente você tem um estilo próprio. E nesse mundo de encomenda de capas obviamente o mercado te deixa refém disso, te rotula. E isso vai virando uma coisa de reiteração”.

Mas do ponto de vista do exercício da linguagem ela condena essa prática. Ao mesmo tempo esse tipo de encomenda a fez ter consciência de como as pessoas a enxergam: “capas clássicas, estilo Elaine. E eu tento não me acomodar nisso para não me escravizar”.

E esta questão do estilo traz ainda outra dimensão: ele também pode ficar identificado com uma época, com um período, com uma moda, uma tendência e, portanto, marcado temporalmente.

Victor Burton também fala sobre o tema de estilo, de autoria: “hoje em dia eu procuro ao máximo não ter autoria. Capas do Victor Burton, eu já sei que teve isso em uma certa época, hoje quero crer que já não há mais tanto essa referência”.

E o designer Gustavo Piqueira complementa: “quando alguém está comprando um trabalho autoral isso implica que não é você, designer gráfico, quem está decidindo isso. Você até pode ter esse status grife, digamos assim, ou uma linguagem que a pessoa queira, mas é ela quem decide: a editora”.

### **5.2.3) Diálogo e identificação com a obra**

Para Gustavo Piqueira a pertinência e a identificação com a obra são fundamentais. Mas assim como atratividade visual, que pode ser muito subjetiva, essa identificação, essa pertinência também pode ser sutil, menos óbvia. Para ele, especialmente na ficção, você tem um tipo de conteúdo de livro em que qualquer coisa pode ser pertinente: “acho que ficção é muito difícil à medida que a boa ficção não fala só da história que está sendo contada, mas de muitas outras coisas”. Ele exemplifica: “se você vai fazer a capa do livro *Em busca do tempo perdido* qualquer coisa que eu projetar pode ser pertinente porque nesse sentido a pertinência ao conteúdo não pode ser científica, senão você elimina qualquer capa que não seja figurativa”.

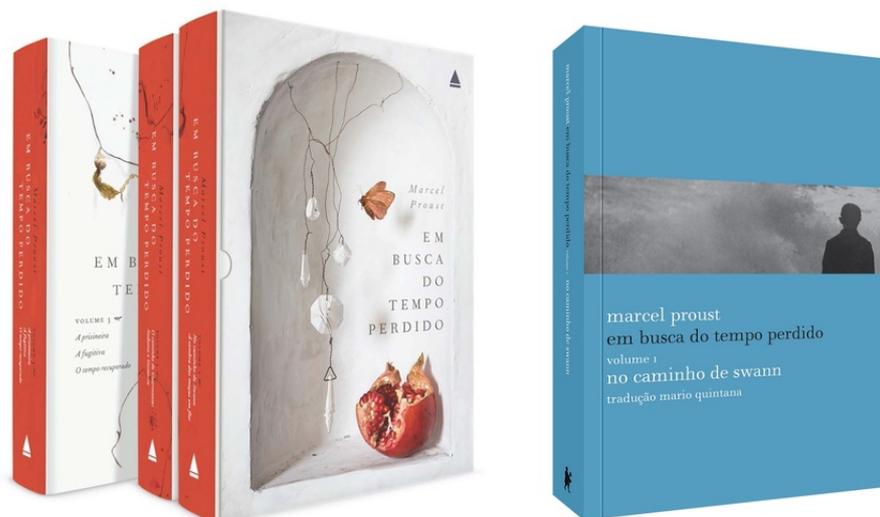


Figura 52: exemplos de capas de edições brasileiras do livro *Em busca do tempo perdido*.

A editora Isabel Alexandre, das Edições Sesc, também concorda com essa afirmação ao destacar capas não tão literais, não tão óbvias. E dá como exemplo a capa do livro *A refeição em família* na qual a família é representada por talheres.

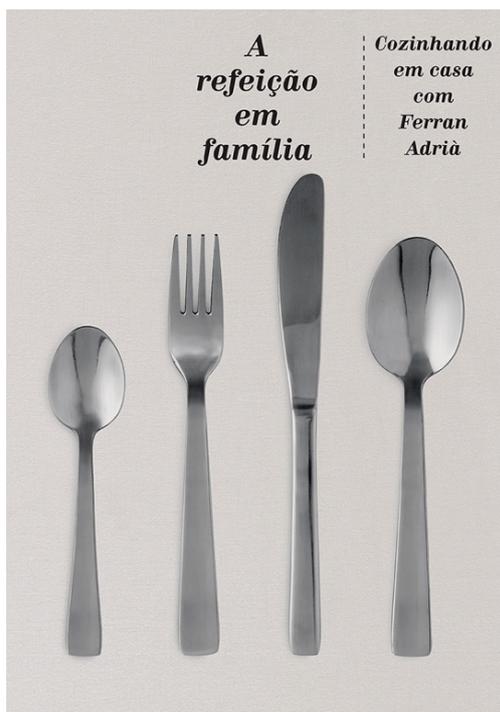


Figura 53: capa do livro *A refeição em família*, criada por Julia Hasting.

Ainda sobre identificação com a obra, José Luiz Goldfarb, ex-curador do Prêmio Jabuti acrescenta: “quando o capista acerta e a capa consegue expressar o que vem pela frente é muito bom e vai atrair o leitor para aquilo”.

A identificação com o tema da obra também é discutida por Heliodoro Bastos: “sem dúvida nenhuma uma boa capa de livro é aquela que chama a atenção e dialoga com a obra. E é às vezes de uma sutileza genial”. Mas ele mesmo reconhece que algumas funcionam mais e outras funcionam menos. E dá muita importância à adequação: “a capa tem que ser adequada à obra e adequada ao público-alvo”. Ele complementa: “a capa é o primeiro contato da obra com o possível leitor. E essa atração visual tem que ter algo de novo”.

#### 5.2.4) Relação entre os elementos da capa e escolha do partido gráfico

Para o jurado Heliodoro Bastos a qualidade em uma capa de livro se identifica com um “olhar diferenciado”. E essa propriedade, atributo ou condição das coisas tem muito de pessoal e de repertório.

Para o professor e jurado João de Souza Leite a primeira coisa importante é perceber se há uma coesão entre os elementos da capa: “eu entendo sempre a capa como um todo, no seu total,

capa, lombada, contracapa e orelhas, se tiver”. E para ele essa coesão não significa que o design tenha que ser necessariamente harmônico: “você pode ter contrastes, disparidades, mas aquilo tem que propiciar ao observador um sentido, alguma coisa que estabeleça esse sentido de inteligibilidade”. Isso para ele é muito sutil e até meio enigmático porque é sujeito à percepção individual de cada um. Mas ele acredita que esse é um valor que toda capa deve ter.

João continua: “é muito importante a análise da relação sintática entre os elementos da capa. O posicionamento, os destaques, como é que eles se dão, os valores e como é que tudo se articula sintaticamente”. E ele ressalta as escolhas objetivas de elementos como tipografia, qualidade tipográfica (aqui falando do desenho tipográfico), a qualidade e finalização das imagens e a finalização da capa como um todo, justamente a relação entre esses elementos.

O designer Victor Burton complementa: “é o meu olhar...buscar uma ligação inteligente entre tipografia e imagem”. Para ele a boa tipografia é aquela que cai na capa e a gente percebe que não poderia ser nenhuma outra: “quando você olha e sente que poderia ser qualquer outra a escolha foi fraca”.

Sobre escolhas o editor Luiz Schwarcz cita o exemplo do livro *Toda Poesia* de Paulo Leminski, que é corroborado pelo livreiro Rui Campos: “*Toda poesia*, foi um fenômeno... claro que o Leminski é um autor de fácil absorção, mas aquela capa funcionou muito, muito bem, e o livro vendeu horrores.”

A coletânea de poesias do Leminski também é um caso assim. Essa é uma história curiosa: antigamente nós decidíamos as capas em reuniões com todos os editores e com nosso diretor de arte. As propostas para essa capa do livro do Leminski eram todas meio concretistas, até porque a obra dele dialogava com o concretismo e a última proposta era a da capa com o bigode. Todo mundo deu risada quando essa capa apareceu. E eu falei que não deveríamos descartá-la. Eu pedi para chamar meu filho, que era leitor do Leminski, da nova geração, mostrei as diferentes capas e não falei nada. Ele vaticinou: é essa do bigode. (SCHWARCZ, pg. 192, 2019)

Para Luiz a escolha da capa, entre várias opções que foram desenvolvidas, imediatamente permitiu uma série de oportunidades em mídias sociais e atividades promocionais: “O bigode era uma marca tão forte e tão representativa do Leminski que de fato acho que fizemos a coisa certa ao apostar naquela capa”.

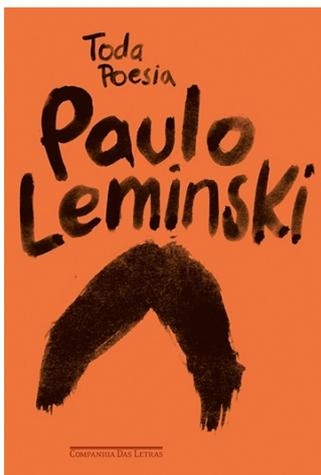


Figura 54: capa da designer Elisa Von Randow para o *Toda poesia*, de Paulo Leminski (Companhia das Letras).

### 5.2.5) A capa no âmbito da venda

O segundo âmbito da cadeia da capa do livro tem a venda como protagonista e o livreiro como agente e observador principal. Mas o interesse da venda se divide entre este e o editor que colocou suas fichas (a capa sendo uma delas) no livro que está sendo colocado no mercado.

Segundo o livreiro e curador do Jabuti José Luiz Goldfarb, a partir da década de 1990 houve uma mudança de mentalidade no mercado editorial quando seus agentes passaram a entender que capa, design e projeto gráfico influenciam na venda. E essa influência mercadológica passou a fazer parte do negócio: “na atual conjuntura que a gente vive você pode afirmar a importância da capa que se já era importante antes do mundo digital, hoje é ainda mais”.

A editora Isabel Alexandre também concorda que a partir da década de 1990 foi dada uma importância muito maior ao viés comercial das capas que ganharam em criatividade para chamar a atenção dos possíveis leitores. Ela afirma: “quando o tema é moda a capa vende. Quando é gastronomia a capa vende. Uma boa foto, cheia de *apetite appeal*, vende sim”.

Para o jurado Heliodoro Bastos a capa é, em princípio, a embalagem do livro. E como toda peça gráfica ela deve, necessariamente, ser persuasiva.

Já para o livreiro Daniel Louzada, proprietário da Livraria Leonardo Da Vinci, a capa é uma das ferramentas para vender um livro: “uma boa capa pode chamar a primeira atenção do possível comprador. Em alguns casos ela não sustenta necessariamente a venda, mas em outros ajuda a vender”. Para ele a capa possibilita o primeiro contato do leitor com o livro sobretudo no ponto de venda físico, considerando que hoje temos uma oferta enorme de títulos e lançamentos.

Na livraria, onde existe uma disputa de atenção entre milhares de livros, a capa acaba sendo fundamental para o primeiro contato, para o cliente pegar o livro, olhar a quarta capa e ler as orelhas: “a capa é um baita instrumento de venda”.

O livreiro Rui Campos da rede Travessa também observa isso: “todo ano chegam listas de saldos de editoras estrangeiras como a Thames and Hudson e a Taschen e você pode apostar que os livros que estão lá na sua grande maioria têm capas ruins”. Isso segundo ele comprova o quanto pode ser desastrosa uma escolha equivocada de capa.

Victor Burton (designer) é ainda mais categórico: “eu continuo achando que capa de livro existe para vender o livro. Não existe nenhuma outra razão de ser que não seja essa”. Para ele a capa não agrega absolutamente nada ao texto e não agrega nada à obra. A capa está ali apenas para vender o livro.

Para ele a capa de livro é um outdoor, um pequeno outdoor de 14x21cm ou de 16x23cm e como no Brasil não existe praticamente nenhum suporte de mídia e a crítica literária está desaparecendo, o que resta cada vez mais é a própria capa do livro se auto promovendo no ponto de venda: “a capa é uma ferramenta de venda e se ela não for eficiente o livro não vai vender”.

Ainda sobre o momento da venda, especialmente para os livreiros a visibilidade (que é um dos critérios do Prêmio Jabuti) é essencial no ponto de venda como afirma Daniel Louzada: “em primeiro lugar eu acho que a capa tem que ter visibilidade: quando você olha uma mesa dessas da livraria cheia de livros, cheia de impulsos, a decisão do comprador é feita às vezes num átimo de segundo então, especialmente aqui, a capa é muito importante”.

Luiz Schwarcz, fundador da Companhia das Letras também é partidário dessa ideia: “sou a favor de capas mais limpas e tipográficas pois entendo que o autor e título são os centros gravitacionais do livro”. Segundo ele a visibilidade do título é importantíssima, mas você pode propor várias diferentes abordagens para isso. Ou seja, a questão da visibilidade, ao privilegiar a diferenciação, transcende o padrão dos elementos visuais "barulhentos".

“Uma das recentes capas de sucesso que a gente fez foi para o livro *Graça Infinita* do David Foster Wallace onde a gente desafia esse critério colocando apenas uma caveira na frente. O título está só na lombada. Então efetivamente há formas e formas de dar visibilidade ao livro e ao título”, continua.



Figura 55: capa do livro *Graça Infinita* da Companhia das Letras, com capa do Alceu Chiesorin Nunes, 2014.

Luiz ainda afirma que não podemos esquecer que o livro é um produto industrial. Ao fazer a capa de um livro tanto o editor quanto o designer gráfico têm que levar isso em consideração. Um produto que tem que ser vendido. E a forma como esse produto é exposto no seu ponto de venda, na livraria, é muito particular. Você não está em um supermercado em que vê prateleiras de um só produto. Na livraria você vê um produto de cada na prateleira, por isso esse produto tem que chamar atenção e se diferenciar dos outros. E completa: “se você acertar uma capa ela vai contribuir e pode aumentar a venda do livro.”

José Luiz Goldfarb, que foi livreiro durante muito tempo e era proprietário da Livraria Belas Artes em São Paulo, complementa: “o livro passou a se apresentar e a se vender com uma capa maravilhosa. Para o livreiro isso foi ótimo, ajudou a vender e deixou a vitrine muito mais bonita do que era antes”.

Daniel Louzada também ressalta esse papel decorativo da capa nas livrarias: “como se diz no interior de São Paulo, o livro orna a livraria já que é um objeto bonito e colorido. Quando eu estava terminando a reforma, com a loja vazia, o mobiliário era uma coisa. Quando entraram os livros mudou tudo”.

E José Luiz Goldfarb complementa: “Sobre a questão de uma capa chamar atenção você pode reparar que cada vez mais as livrarias foram introduzindo mais lugares para exposição das capas: menos as lombadas e mais as capas de frente ou em cima de mesas.”

Para o designer Gustavo Piqueira a visibilidade de um título é um critério que se justifica quando a venda ocorre em livraria.

O consumidor de livros, graças às livrarias modernas, tem o hábito de flunar entre as estantes e mesas. A disposição delas, com amplos espaços, suas mesas exibidoras com os livros

de frente e a própria arrumação favorece esse fenômeno. O livreiro Rui Campos da Travessa fala disso: “A gente procura fazer uma organização temática, onde um livro leva a outro. E se sobra um espaço na vitrine, um buraco, se tiver um livro com uma capa que te agrada, a gente vai colocar”. Entendendo esse hábito de “flaneur” do comprador de livro por impulso.

Hoje temos outros canais e modelos de venda. Existem feiras independentes como a Feira Plana, a Feira da USP e a Feira Miuolo, que acontecem anualmente, e nesses lugares o livro está em mesas não em estantes. Aqui igualmente existe o comportamento de flunar, os consumidores andam pelos corredores dessas feiras procurando novidades. E não só a capa ganha ainda mais relevância, mas nestes casos a dimensão tátil do livro também é fundamental. Os livros estão nas mesas para serem manuseados.



Figura 56: 5ª Edição da Feira Plana - 2017 (São Paulo, Pavilhão da Bienal – Parque do Ibirapuera).

Rui Campos corrobora isso: “de uns anos para cá a coisa ficou ainda mais rica. Depois que o fim do livro impresso foi superado, há uns cinco anos atrás, começaram a aparecer novas editoras e com elas uma deliciosa guerra criativa envolvendo capas. Você vê editoras como a Carambaia, a n-1 Edições (que acabou de nos mandar um livro que vem envolvido em uma flanela - o pesadelo do livreiro) ... ao mesmo tempo a experiência tátil e sensorial com o livro é poderosíssima”.



Figura 57: capa do livro *As voltas com La Fontaine*, de Laymart Garcia dos Santos, editado pela n-1 Edições.

No digital há outra forma de ler o título e de ver a capa, seja pelas mídias sociais, seja por meio dos canais de venda, como é o caso da livraria virtual Amazon. A designer Elaine Ramos falou da importância de ver a capa enquanto *thumbnail* (versões reduzidas de imagens, usadas para tornar mais fácil o processo de as procurar e reconhecer): “é assim que nós vemos o livro inicialmente na Amazon e nas redes sociais”. Além disso nas lojas virtuais há o título do livro e do autor sempre ao lado da capa junto com o preço. Nesse sentido há uma redundância: você lê o título no *thumbnail* e imediatamente ao lado.

Existe tanto a compra objetiva, quando o site funciona como ferramenta de busca pelo título ou pelo autor, mas igualmente começamos a ver fenômenos de flamar virtual, quando você navega por capas em ofertas, seja nos próprios sites ou através de e-mails de ofertas, quando diversos livros são apresentados através de reduções de suas capas.

amazon.com.br Livros

Olá, Pedro  
Contas e Listas - Pedidos Experimento Prime - Carrinho

Compre novamente Pedro, sua Amazon.com.br Ofertas do Dia Venda na Amazon Ajuda Computadores Casa Livros + 1 milhão de títulos para ler de graça

Livros Pesquisa avançada Mais Vendidos Pré-venda e Lançamentos Livros em Oferta Inglês e Outras Línguas Loja Geek Universitários e Acadêmicos Didáticos e Escolares Loja Infantil Exclusivos

Centenas de eBooks e revistas amazon prime

Mostrar resultados para

Novidades  
Pré-venda  
Últimos 30 dias  
Últimos 90 dias

Livros  
Administração, Negócios e Economia  
Arte, Cinema e Fotografia  
Artesanato, Casa e Estilo de Vida  
Apoio  
Biografias e Histórias Reais  
Ciências  
Computação, Informática e Mídias Digitais  
Crônicas, Humor e Entretenimento  
Direito

Livros na Amazon

Livros em Oferta | Importados | Lançamentos em Destaque | Universitários e Acadêmicos | Didáticos e Escolares | HQs e Mangás | Mais Vendidos | Banca Amazon | Livros Infantis | Indicações

Compre 3, leve 4 Especial Semana Geek

Confira a seleção Ofertas de Sábado

Livros didáticos até 10x sem juros Volta às Aulas

Ofertas Relâmpago

Página 1 de 13

Figura 58: *homepage* da livraria virtual Amazon (<https://www.amazon.com.br/Livros>)

### Confira as melhores ofertas em eBooks

Ofertas disponíveis Próximas Ofertas encerradas

Página 1 de 11

A CULPA É DAS ESTRELAS  
JOHN GREEN

JOËL DICKER  
A VERDADE SOBRE O CASO HARRY QUEBERT

A CHEGADA DO TERCEIRO REICH  
RICHARD J. EVANS

EU RECEBERIA AS PIORES NOTÍCIAS DOS SEUS LINDOS LÁBIOS  
MARÇAL AQUINO

ADAM SMITH  
A MÃO INVISÍVEL

**OFERTA DO DIA**  
R\$ 10,40  
Preço de capa sugerido: R\$ 39,90  
(74% de desconto)  
Termina em 4:25:07  
eBook [A culpa é das estrelas](#)

**OFERTA DO DIA**  
R\$ 10,90  
Preço de capa sugerido: R\$ 59,90  
(82% de desconto)  
Termina em 4:25:07  
eBook [A verdade sobre o caso Harry Quebert](#)

**OFERTA DO DIA**  
R\$ 13,90  
Preço de capa sugerido: R\$ 119,90  
(88% de desconto)  
Termina em 4:25:07  
eBook [A Chegada do Terceiro Reich](#)  
Enviado e vendido por Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda.

**R\$ 11,96**  
Preço de capa sugerido: R\$ 52,90  
(77% de desconto)  
eBook [Eu receberia as piores notícias dos seus lindos lábios](#)  
Enviado e vendido por Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda.

**R\$ 6,76**  
Preço de capa sugerido: R\$ 27,90  
(76% de desconto)  
eBook [A mão invisível \(Grandes Ideias\)](#)  
Enviado e vendido por Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda.

Figura 59: anúncios de ofertas da livraria virtual Amazon onde você pode flunar (navegar) pelos *thumbnails*.

### 5.2.6) Clareza analítica do discurso gráfico

No momento de julgar uma capa o olhar que vai avaliar a qualidade dela é construído por meio do arcabouço de referências (culturais, estéticas, gráficas) do editor, do designer gráfico e principalmente do jurado.

Mas esse arcabouço não pode, segundo o professor de design e também jurado do Jabuti João de Souza Leite, ser suficiente para um julgamento: “Eu tenho uma cultura visual sofisticada. Nasci numa casa de um pai pintor, com móveis do Tenreiro, enfim, numa casa especial, com bons livros e boa música. Tudo isso me informa, me forma, mas somente essa bagagem não é suficiente e não me dá atributos para poder julgar se um trabalho é de qualidade ou não”. Para ele é necessário tentar traduzir a qualidade em aspectos nominados: “é isso que eu tenho que fazer na minha vida de professor também.”

Nas entrevistas foram investigadas as impressões dos entrevistados sobre os critérios qualitativos apontados no regulamento do Prêmio Jabuti:

1. Atratividade visual e identificação com o tema da obra.
2. Harmonia entre capa e demais elementos.
3. Visibilidade do título, da autoria e de outras informações.

O designer Victor Burton fala sobre esses critérios de avaliação ao afirmar que existem capas que não são comparáveis. Segundo ele não dá para comparar um livro de arte com um livro de literatura. O exercício de tradução de um livro de literatura é incomparavelmente maior do que um livro de arte. E não dá para premiar recurso gráfico: “não pode ser premiada uma capa só porque ela usa um papel especial ou só porque tem uma lombada aberta”. Nem apenas só por causa de uma ilustração: “entendo a inteligência na escolha de uma imagem, mas a capa é um todo integrado”.

E ressalta que capas comerciais e chamativas podem não ser premiadas, mas ao vender bem elas cumprem seu papel, afirmação que a editora Isabel Alexandre e o livreiro Rui Campos também corroboram.

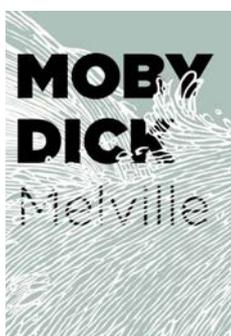
Enquanto peça gráfica a qualidade da capa pode e deve ser avaliada segundo critérios estabelecidos pelos jurados. Segundo o jurado Heliodoro Bastos “no caso da capa do livro é determinante perceber se o designer deu peso onde tinha que dar”. Ele ressalta com isso a hierarquia visual, o bom uso da tipografia e a composição gráfica.

### 5.3) O olhar dos entrevistados sobre a amostra das capas

Durante as entrevistas foram mostradas as capas premiadas pelo Jabuti e foi pedido que os entrevistados selecionassem as melhores segundo seus critérios pessoais.

Todos os designers entrevistados preferiram não escolher suas próprias capas, o que expressou um cuidado ético.

As capas do conjunto indicadas como melhores pelos entrevistados representam pouco menos de metade das reproduções e aparecem abaixo (que estão aqui fora de escala à medida que estão repetidas só para referência) juntamente com comentários dos entrevistados que trazem juízos de valor, avaliações, olhares e impressões.



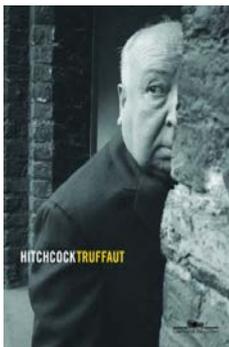
**Oito indicações:** Daniel Louzada, Heliodoro Bastos, Isabel M. M. Alexandre, João de Souza Leite, José Luiz Goldfarb, Luiz Schwarcz, Rui Campos e Victor Burton.

“Se fosse hoje não teria feito o livro assim. É lindo, mas é pouco prático e é muito pesado.” (Elaine Ramos - designer gráfica).

“Nesses três anos que eu participei, em dois desses anos, as duas capas que eu dei nota dez (*Moby Dick* do Melville e *Invisível* do Paul Auster) foram escolhidas as melhores capas. Ou seja, os outros jurados também viram o que eu vi. É legal ver isso, essa concordância.” (Heliodoro Bastos - jurado).

Praticamente uma unanimidade, a capa de *Moby Dick*, da Cosac Naify, criada por Luciana Facchini traz um trabalho tipográfico primoroso. Além disso, a ilustração da onda, em silk-screen é inusitada, fugindo da imagem óbvia da baleia.

**[Prêmio Jabuti 2009 – Design: Luciana Facchini]**



**Sete indicações:** Daniel Louzada, Elaine Ramos, Isabel M.M. Alexandre, João de Souza Leite, Luiz Schwarcz, Rui Campos e Victor Burton.

“É a foto que faz a capa do livro.” (João de Souza Leite - jurado).

Uma foto primorosa, com um corte inusitado, cinematográfico.

Mas também há a maestria da composição: o título, a diagramação, a escolha tipográfica, a hierarquia visual.

**[Prêmio Jabuti 2005 – Design: Raul Loureiro]**

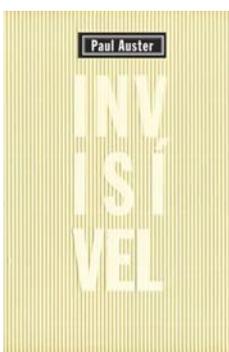


**Seis indicações:** Daniel Louzada, Heliodoro Bastos, Isabel M.M. Alexandre, João de Souza Leite, Luiz Schwarcz e Rui Campos.

“Outro caso onde a foto que faz a capa.” (João de Souza Leite - jurado).

Aqui temos também o tratamento na imagem, o brilho proposital no olho do filósofo. E o uso da assinatura carregado de significado.

**[Prêmio Jabuti 2009 – Design: Gustavo Piqueira]**

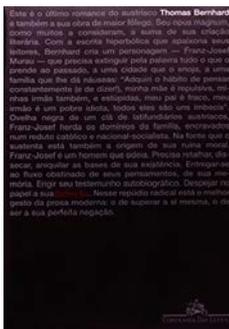


**Cinco indicações:** Elaine Ramos, Heliodoro Bastos, Isabel M.M. Alexandre, Luiz Schwarcz e Rui Campos.

“Essa capa também é do meu ano, com esse papel corrugado. Tinha também o uso inteligente e inovador do recurso gráfico, o relevo seco do branco sobre o branco que fazia a tradução da invisibilidade.” (Heliodoro Bastos - jurado).

“Esse corrugado é lindo, mas para nós ele representou prejuízo. Se a capa amassa, o cliente já não quer.” (Daniel Louzada - livreiro). Tipográfica, traz uma composição forte com o título quebrado e blocado, mas o que é realmente inovador é o uso do relevo para enfatizar a invisibilidade.

**[Prêmio Jabuti 2011 – Design: João Baptista da Costa Aguiar]**



**Cinco indicações:** Elaine Ramos, Gustavo Piqueira, João de Souza Leite, Luiz Schwarcz e Rui Campos.

“Esta é na minha opinião uma das melhores capas do Victor Burton.” (João de Souza Leite - jurado).

“É um dos meus livros favoritos e uma das melhores capas dessa seleção. Tipográfica, traduz o livro.” (Elaine Ramos - designer gráfica).

Uma capa que criou uma tendência. Depois dela várias outras capas usaram desse partido tipográfico trazendo trechos do livro.

**[Prêmio Jabuti 2001 – Design: Victor Burton]**

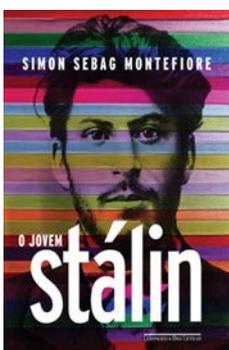


**Quatro indicações:** Elaine Ramos, Heliodoro Bastos, Luiz Schwarcz e Rui Campos.

“Outro livro que nós editamos na Cosac Naify e agora é reeditado. Com certeza essa capa é melhor que a que fizemos. O geométrico traz o espírito do tempo da obra do Murilo Mendes.” (Elaine Ramos - designer gráfica).

O uso dos sinais tipográficos, que remetem à obra e o grafismo geométrico junto com as cores não usuais e a escolha tipográfica inusitada são os pontos fortes dessa capa.

**[Prêmio Jabuti 2018 – Design: Celso Longo]**



**Quatro indicações:** Daniel Louzada, Heliodoro Bastos, Luiz Schwarcz e Rui Campos.

“Essa capa me traduz a ideia de juventude. E entendo que ela quer falar com determinado público.” (Heliodoro Bastos - jurado).

Temos uma foto inusitada do Stálin e o conceito de juventude é ressaltado pelo uso das cores nas listras horizontais, não usuais para se referir ao ditador comunista.

**[Prêmio Jabuti 2009 – Design: João Baptista da Costa Aguiar]**



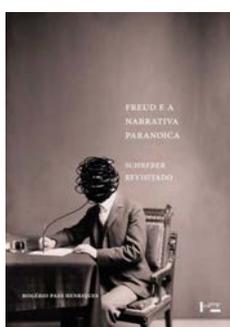
**Quatro indicações:** Daniel Louzada, Elaine Ramos, Gustavo Piqueira e Luiz Schwarcz.

“Uma foto muito bem selecionada. Traduz o livro.”

(Elaine Ramos - designer gráfica).

A foto muito bem escolhida permite a composição gráfica inusitada, com a cabeça do burocrata sangrando para fora da capa.

**[Prêmio Jabuti 2002 – Design: Raul Loureiro]**



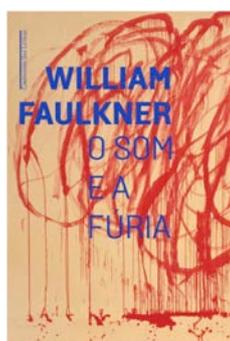
**Três indicações:** Elaine Ramos, Gustavo Piqueira, Rui Campos e Victor Burton.

“Essa imagem é a perfeita tradução de paranóia. Uma bela capa.

Inusitada. Inventiva. Chama a atenção.” (Gustavo Piqueira – designer gráfico)

A foto rasurada é a resposta criativa para traduzir paranóia.

**[Prêmio Jabuti 2015 – Design: Carolina Aires Sucheuski]**

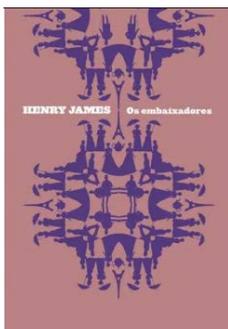


**Três indicações:** Daniel Louzada, Elaine Ramos, Luiz Schwarcz e Rui Campos.

“Esse livro já tinha sido editado pela Cosac... e reconheço que essa capa nova do Alceu é muito melhor do que a que fizemos”. (Elaine Ramos - designer gráfica).

A sujeira, as pinceladas e o vermelho remetem à fúria e o uso do acetato ressalta isso. Além disso temos uma competente composição tipográfica que ressalta o autor e o título da obra clássica.

**[Prêmio Jabuti 2018 – Design: Alceu Chiesorin Nunes]**



**Três indicações:** Gustavo Piqueira, Heliodoro Bastos e Luiz Schwarcz.

“Essa capa tem essa coisa geométrica, a cor especial, a capa dura, de novo o uso do recurso gráfico, me agrada esse chapado.”

(Heliodoro Bastos - jurado).

Há uma sutil referência a rendas, que remetem ao período e ao clima da obra que também aparece nas ilustrações que sem a composição geométrica soariam óbvias e banais.

**[Prêmio Jabuti 2011 – Design: Elisa Von Randow]**



**Três indicações:** Gustavo Piqueira, Isabel M. M. Alexandre e Luiz Schwarcz.

“A ideia de fazer diferentes sobrecapas foi inusitada. Chamou atenção. E se pensar que o público-alvo é de pessoas interessadas em design, ela tem tudo a ver.” (Isabel M. M. Alexandre - editora).

E foi uma ótima solução para aproveitar a rica iconografia do livro, além de dar ao livro uma exclusividade a medida que cada exemplar é diferente do outro.

**[Prêmio Jabuti 2006 – Design: Elaine Ramos]**



**Três indicações:** Isabel M. M. Alexandre, João de Souza Leite e Victor Burton.

“Isso é muito bom. E ainda tem as cores especiais que aqui são super pertinentes.” (Isabel M. M. Alexandre - editora)

Dentro do recorte, o único livro infantil selecionado pelo Jabuti. E além da adequação do uso das cores especiais, a composição geométrica revela maestria.

**[Prêmio Jabuti 2007 – Design: Luciana Facchini]**



**Três indicações:** Heliodoro Bastos, José Luiz Goldfarb e Luiz Schwarcz.

“De novo uma foto fenomenal.” (Heliodoro Bastos - jurado).

“Se na Companhia nós diminuimos o tamanho dos títulos na capa, essa capa aqui radicalizou.” (Luiz Schwarcz - editor).

A capa sangrada sem nenhum elemento é inovadora e aproveita a expressividade e força do retrato do biografado.

**[Prêmio Jabuti 2003 – Design: Paula Astiz]**



**Três indicações:** Isabel M. M. Alexandre, José Luiz Goldfarb e Luiz Schwarcz.

“Uma capa todas preta. Esse título embaixo. Chama a atenção e traduz o livro.” (José Luiz Goldfarb - curador).

A diagramação inusitada e soturna da capa traduz o clima do livro, claustrofóbico e dramático.

**[Prêmio Jabuti 2013 – Design: Daniel Justi]**

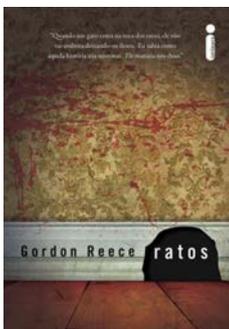


**Duas indicações:** Elaine Ramos, Luiz Schwarcz e Rui Campos.

“Eu gosto dessa brincadeira da capa. Traz o espírito do livro.” (Rui Campos - livreiro).

O autor, Percec, é sempre muito afeito a brincadeiras, piadas e humor. O jogo de caça-palavras aparece como síntese gráfica disso.

**[Prêmio Jabuti 2016 – Design: Diogo Droschi]**



**Duas indicações:** Luiz Schwarcz e Victor Burton.

“É uma capa competente. E a faca é super pertinente.”

(Victor Burton - designer gráfico).

Maestria na execução, aproveitando o recurso gráfico de forma expressiva e adequada.

**[Prêmio Jabuti 2012 – Design: Marcelo Martinez]**

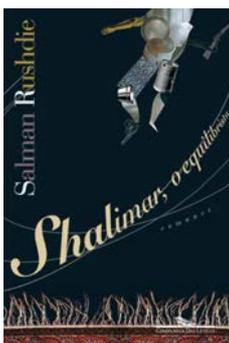


**Duas indicações:** João de Souza Leite e Luiz Schwarcz.

“Uma belíssima ilustração. Adequada ao espírito do livro.” (João de Souza Leite - jurado).

Além disso a capa traz recursos gráficos que a valorizam, como a cor especial, o *hot stamping* e a lombada interna da cor da capa.

**[Prêmio Jabuti 2016 – Design: Alceu Chiesorin Nunes]**



**Duas indicações:** Gustavo Piqueira e Luiz Schwarcz.

“Isso aqui é Victor Burton na sua melhor forma: colagens, iconografia, tipografia.” (Gustavo Piqueira - designer gráfico).

A capa utiliza elementos iconográficos que ajudam a contextualizar o conteúdo do livro como o tapete, as cores, os metais. E a tipografia é usada de forma criativa e expressiva.

**[Prêmio Jabuti 2006 – Design: Victor Burton]**



**Duas indicações:** Elaine Ramos e Luiz Schwarcz.

“Bela foto. Bela diagramação. Boa escolha tipográfica. Bela capa.” (Elaine Ramos - designer gráfica).

A escolha da foto é inusitada e poderosa. Na rachadura do chão conseguimos ver as raízes errantes traduzidas. E o homem pequeno e isolado também é muito poderoso como solução gráfica.

**[Prêmio Jabuti 2015 – Design: Warrakloureiro]**



**Duas indicações:** Elaine Ramos e Rui Campos.

“Isso é inusitado. Ainda mais para um livro de não-ficção. O pessoal da Todavia tem feito coisas muito boas.” (Elaine Ramos - designer gráfica).

O tema árido (germes, vacinas e medo) ganha uma leitura absolutamente inusitada e criativa, fugindo de soluções óbvias e figurativas.

**[Prêmio Jabuti 2018 – Design: Pedro Inoue]**

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considero que foi muito importante o trabalho inicial de pesquisa bibliográfica e o resgate da história recente das capas de livro no Brasil para poder partir de um terreno sólido do estado da arte ao olhar para a produção contemporânea e tentar discutir a qualidade projetual das capas de livro que temos hoje no país. E a seleção de capas a partir do Prêmio Jabuti permitiu um recorte considerável para apreciação e análise.

As entrevistas com os agentes envolvidos nos diferentes âmbitos da capa do livro (concepção, validação mercadológica e validação institucional) foram fundamentais e muito positivas para extrair diferentes discursos e pontos de vista sobre a qualidade das capas de livro brasileiras, em função dos diferentes interesses e motivações. Todos eles trouxeram suas visões profissionais e práticas do mercado editorial sobre a qualidade das capas. Vários temas foram abordados e acredito que consegui aprofundar algumas reflexões e o entendimento dos âmbitos envolvidos para além das minhas convicções iniciais.

<p style="text-align: center;"><b>ÂMBITO DA CONCEPÇÃO</b></p> <p>Onde temos o briefing, a inteligência do projeto, a execução projetual e aprovação da capa</p> <p><b>Agentes envolvidos:</b> editores e designers.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ÂMBITO DA VALIDAÇÃO MERCADOLÓGICA (COMERCIALIZAÇÃO)</b></p> <p>Onde temos o contato do consumidor com a capa e a venda propriamente dita.</p> <p><b>Agentes envolvidos:</b> livreiros e consumidores e, indiretamente, editores e designers.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ÂMBITO DA VALIDAÇÃO INSTITUCIONAL (JULGAMENTO PARA PREMIAÇÃO)</b></p> <p>Onde as capas são julgadas por especialistas</p> <p><b>Agentes envolvidos:</b> curadores e jurados.</p>
---	--	--

Os entrevistados ocuparam o centro da atenção e puderam manifestar suas opiniões e experiências. Trouxeram também um pouco da história pessoal e profissional deles no que estas se relacionam com livros e capas. É interessante notar que no decorrer das análises, encontramos óbvias discrepâncias de discurso, mas encontramos também intersecções e alianças.

No âmbito da concepção, onde os agentes prioritários são o editor e o designer, o tema do briefing foi muito discutido como determinante para a qualidade de uma capa.

O acerto de uma capa depende da inteligência de projeto que o designer gráfico consegue trazer para o resultado gráfico da capa, a partir da articulação dos diferentes fatores objetivos e subjetivos do briefing da obra literária. É um trabalho que envolve o bom uso dos elementos gráficos junto com um arcabouço de referências e uma grande dose de retórica, expressividade e subjetividade. É um trabalho carregado de maestria e que pode muitas vezes trazer a invenção necessária para fazer da capa um objeto atrativo.

Além da atração, a capa de livro de qualidade traz uma adequação e uma pertinência quanto ao conteúdo do livro ao mesmo tempo que enxerga e dialoga com o público-alvo, o leitor.

A leitura do editor está diretamente relacionada ao sucesso do designer em atender ao briefing proposto: se a capa traduz, identifica e materializa o livro. E se ela foi executada com maestria ou se houve invenção ou inovação.

Além do briefing, outros temas foram abordados no âmbito da concepção e execução de uma capa. Muito foi falado sobre o condicionamento estilístico e a liberdade de expressão. Temos no mercado brasileiro grifes de designers e os próprios designers entrevistados se reconheceram. Isso alimentou a discussão sobre qualidade de projeto.

Vemos hoje exemplos de reedições de livros que se anunciam e se vendem exclusivamente pelas suas capas como é o caso de uma coleção de livro da Editora Aleph, indicada pelo livreiro Rui Campos, que teve suas capas refeitas pelo designer e ilustrador brasileiro Butcher Billy especialmente para a CCXP - Comic Con Experience<sup>30</sup> de 2019.

---

<sup>30</sup> Comic Con Experience é um evento brasileiro de cultura pop cobrindo as principais áreas dessa indústria como: vídeo-games, histórias em quadrinhos, literatura, filmes e séries para TV.

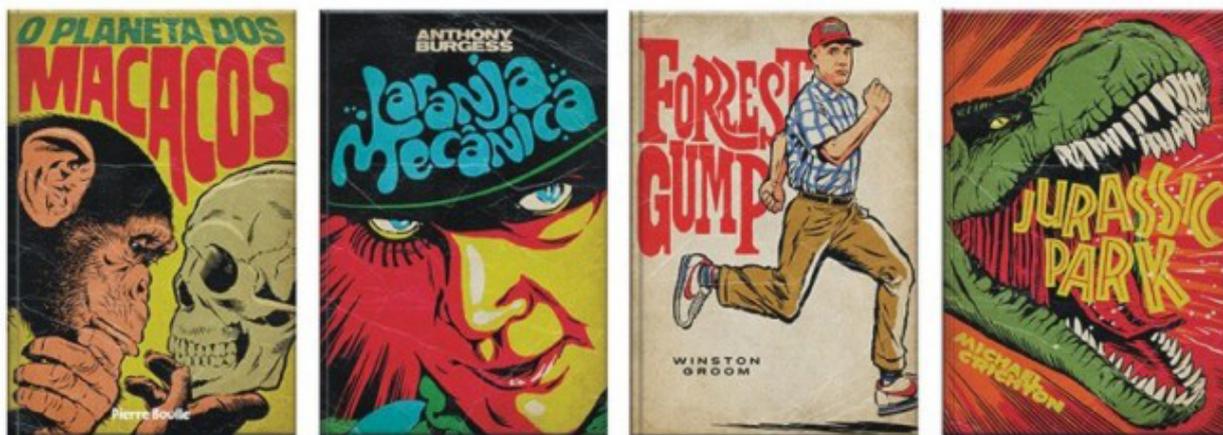


Figura 60: capas de reedições especiais de livros de ficção científica da Editora Aleph, criadas pelo designer Butcher Billy, especialmente para a CCXP, em ação que envolveu ainda a loja de varejo Riachuelo. (2019).

O diálogo e a identificação da capa com a obra foi outro tema muito discutido. E também a escolha dos elementos e o partido gráfico da capa. Capas tipográficas. Capas baseadas em uma boa foto. Capas mais ou menos óbvias. Mais ou menos figurativas.

Já no âmbito da validação mercadológica, a voz do livreiro é pragmática. A capa ajudou ou atrapalhou a venda? Temas como visibilidade, atenção e atração foram discutidos. Todos falaram que uma boa capa representa um dos elementos que contribui para o sucesso comercial de um livro. Há o entendimento dos agentes do mercado de que a capa atua como ferramenta de venda. E como peça promocional do livro.

E temos hoje novos canais de venda que colocam esse entendimento à prova: em feiras a forma de contato do consumidor com o livro difere das livrarias. Da mesma forma quando temos a venda online. A leitura de qualidade em função da venda nos diferentes canais também está passando por transformações.

Ainda que o volume de vendas de livros tenha nos últimos anos sofrido quedas em função da conjuntura econômica e crise no setor, temos visto no mercado editorial o surgimento de novas editoras que já nascem com a premissa de entregarem boas capas para o público leitor. Capas de qualidade apontadas pelos entrevistados. Se a capa ajuda a vender mais num período de retração de vendas ela ganha ainda mais importância e relevância.

Como observou a designer Elaine Ramos o Brasil ainda fica atrás de muitos outros países no que diz respeito a qualidade de suas matérias primas (papéis, tintas, acabamentos) e de seu parque gráfico.

Mas mercado editorial brasileiro, no que diz respeito à qualidade de suas capas, vive um momento de reconhecimento por parte de todos os entrevistados. Todos apontam a qualidade das capas dos livros brasileiros que, a partir da década de 1990, deu um salto qualitativo representativo, ainda que o mesmo não possa ser dito da qualidade gráfica.

Há também um amadurecimento crítico dos profissionais nesse mercado que é percebido pela consciência que eles expressaram nas entrevistas.

E nas instâncias de validação de qualidade (os prêmios) as capas passam pelo escrutínio e julgamento de especialistas, igualmente designers gráficos consagrados, que não vão olhar pela questão do sucesso de vendas (até porque eles não têm acesso a esses dados), mas pelo caráter estético, subjetivo e expressivo dos projetos realizados. O tema da clareza analítica do discurso gráfico foi muito abordado pelos jurados e igualmente por todos que ocuparam esse papel ao olhar para o conjunto das capas premiadas.

A partir desses olhares não podemos desconsiderar que as capas de livro, como todas as peças gráficas, também passam pelo julgamento do tempo. Nos quase vinte anos do recorte escolhido ficou evidente que algumas capas não resistiram ao passar do tempo, seus partidos visuais ficaram datados, “saíram de moda”.

E se o designer Victor Burton é categórico em afirmar que capa de livro existe para vender o livro, ao fim dessa pesquisa acredito que existe esse papel comercial e pragmático dela, mas que a capa não se resume a isso. Vender o livro é começar a germinar sua vida junto ao seu comprador. Depois da compra, o leitor continua a viver uma experiência interativa e afetiva com a capa. Ela funciona como primeira experiência do leitor com o livro. Mas vai continuar funcionando como gatilho de memória e como forma de identificação: ela vai dar cara ao livro na estante e materializá-lo. Dessa forma a sua qualidade pode potencializar essa experiência.

O livreiro Rui Campos, em sua entrevista, fala exatamente isso:

“O Caetano Veloso tem aquela música *Livros*, linda, que fala exatamente isso: “objetos transcendentais que podemos dotá-los do amor tátil”. Então cada vez mais a gente precisa que as pessoas responsáveis pelo livro, os editores, os designers, continuem se preocupando em como melhorar as capas, e melhorar o livro enquanto objeto.” (CAMPOS, pg. 174, 2019)

Afinal, capas contribuem para a venda, mas mais que isso protegem, traduzem, materializam e identificam objetos que são ao mesmo tempo cotidianos, mas muitos valiosos para os leitores, para os bibliófilos e para toda a civilização.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AZEVEDO, Carolina Noury da Silva. **O Design de Victor Burton**. Dissertação (Dissertação em Design) - ESDI/UERJ. Rio de Janeiro, 2014
- BANN, David. **Novo Manual de Produção Gráfica**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico** (versão 3.0). São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- BUENO, Luís. **Capas de Santa Rosa**. São Paulo: Ateliê Editorial e Edições Sesc São Paulo, 2015
- CARDANO, Mario. **Manual de Pesquisa Qualitativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.
- CARDOSO, Rafael (org.) **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CARRIÈRE, Jean Claude e ECO, Umberto. **Não contem com o fim do livro**. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- CARRIÓN, Jorge. **Livrarias: Uma história da leitura e de leitores**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2018.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Editora Unesp e Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1998.
- DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- DEMING, W. Edwards. **Qualidade: a revolução da administração**. São Paulo: Marques Saraiva, 1990.
- DOMÍNGUEZ, Carlos María. **A casa de papel**. São Paulo: Francis, 2006.
- DREW, Ned e STERNBERGER, Paul. **By its cover: modern american book cover design**. Nova York: Princeton Architectural Press, 2005.
- ECO, Umberto. **A memória vegetal e outros escritos sobre bibliofilia**. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- ESCOREL, Ana Luísa. **Brochura brasileira: Objeto sem projeto**. Rio de Janeiro, J. Olympio; Brasília, INL, 1974.
- FARIA, Maria Isabel; PERICÃO, Maria da Graça. **Dicionário do livro: terminologia relativa ao suporte, ao texto, à edição e encadernação, ao tratamento técnico etc**. Lisboa: Guimarães Editores, 1988.

- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; 1986.
- FERNANDES, Amaury. **Notas Sobre a Evolução Gráfica do Livro**. em: SÁ, Fernando (org.). *Comum*. Rio de Janeiro: Faculdades Integradas Hélio Alonso, 2001. v.6, nº 17. p. 126 /148.
- GARFIELD, Simon. **Just my type. A book about fonts**. New York: Gotham Books, 2010.
- GRAHAM, Gordon. **Philosophy of the Arts: An Introduction to Aesthetics**. New York: Routledge, 2005.
- HALLEWELL, Lawrence. **O Livro no Brasil**. São Paulo: Edusp, 2005.
- HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. São Paulo: Editora Rosari, 2007.
- HENDEL, Richard. **O design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- LEITE, João de Souza. **Coleção Portfolio Brasil Design Gráfico - Victor Burton**. São Paulo: J. J. Carol editora, 2005.
- LINDEN, Sophie Van der. **Para ler o Livro Ilustrado**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- LYONS, Martyn. **Livro: uma história viva**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.
- MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. São Paulo: Companhia da Letras, 1997.
- MARTINS FILHO, Plínio (org.) et al. **Livros, editoras & projetos**. São Paulo: Ateliê Editorial, 1997.
- MARTINS FILHO, Plínio e DEAECTO, Marisa Midori. **Livro – Revista do Núcleo de Estudos do Livro e da Edição da Universidade de São Paulo**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011.
- MEGGS, Philip B. e PURVIS, Alston W. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Manual de história oral**. São Paulo: Edições Loyola, 2000.
- MELLO, Chico Homem e RAMOS, Elaine. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- MELOT, Michel. **Livro**, São Paulo: Ateliê Editorial, 2012.
- PERROTA, Isabel. **Victor Burton. Design Gráfico**. Rio de Janeiro: Viana & Mosley, 2006.
- PHILIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. São Paulo: Blucher, 2008.
- POWERS, Alan. **Era uma Vez uma Capa – História Ilustrada da Literatura Infantil**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

PUCHNER, Martin. **O Mundo da Escrita – Como a literatura transformou a civilização.**

São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SATUÉ, Enric. **Aldo Manuzio – Editor. Tipógrafo. Livreiro.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2005.

TSCHICHOLD, Jan. **A forma do livro.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.

## APÊNDICE – A ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS

**Entrevista com Heliodoro Bastos (jurado do Prêmio Jabuti de 2009 a 2011).**

**Realizada em São Paulo, no dia 24/07/2019.**

Heliodoro Bastos possui graduação em Arquitetura pela Universidade Braz Cubas (1974). Mestrado (1984) e doutorado (1992), ambos em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Desde 1976 é professor do Curso de Publicidade da Escola de Comunicações e Artes/ECA-USP. Além da área acadêmica, é sócio diretor do estúdio Dorinho Bastos Comunicação & Design e cartunista, com trabalhos publicados em vários veículos de comunicação.

*Gostaria que você falasse da sua trajetória profissional e a sua relação com o objeto livro.*

Eu sempre fui ligado às artes gráficas apesar de ter feito arquitetura e trabalhado com ela um bom tempo. No curso de arquitetura, muito por influência de professores apaixonados pela Bauhaus, como a Ida Rocha, o Mauricio Friedman, Maurício Nogueira Lima, Claudio Tozzi (pessoal ligado à ESDI), eu não fiquei só naquela arquitetura de fazer casinha, fazia também muito trabalho de comunicação visual.

Além disso sempre houve aquele desafio de você criar uma capa, você criar um cartaz, que aliás é uma peça gráfica que eu sempre curti, até mais o cartaz do que a capa do livro...

*São alguns objetos míticos do design gráfico*

Sim, os objetos míticos do design gráfico...exatamente, cartaz, capa de livro, capa de disco, não tenho dúvida. O cartaz é lindo, eu falo em aula que cartaz jamais vai acabar, ele tem uma importância e ele é muito prático em relação ao objetivo e à própria exposição. Ele dá um berro, é um grito na parede. Eu sempre curti muito. E também as boas capas de disco. Pega por exemplo a série de capas da gravadora do Aloysio de Oliveira, a Elenco, do designer gráfico César Vilella, os discos da Maysa, do Tom Jobim, do Vinícius, do Baden Powell, da Elis Regina, só preto e um detalhe colorido.

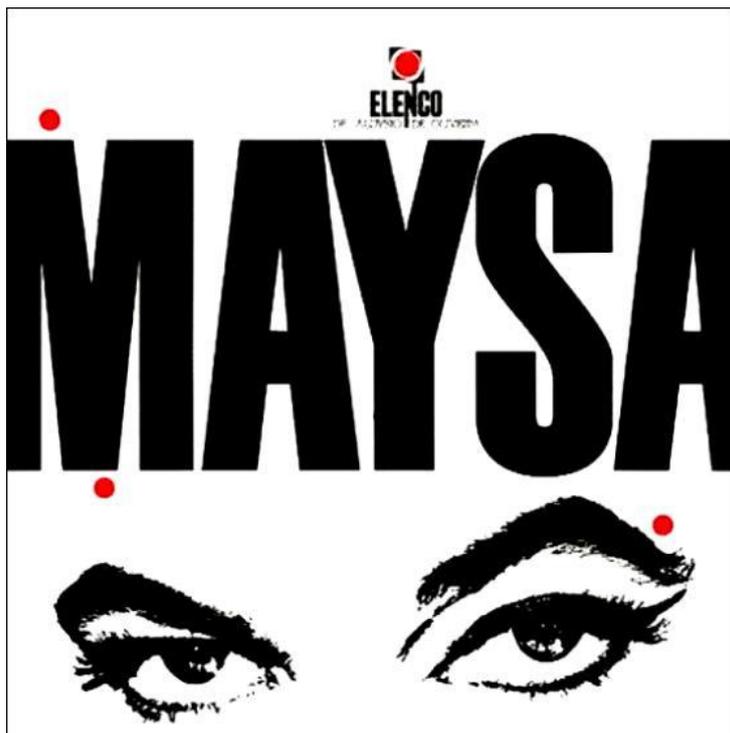


Figura 61: capa do disco *Maysa*, da gravadora Elenco, criada pelo designer gráfico César Villela (década de 1960).

Já por outro lado, você pode pegar as capas de livro do Eugênio Hirsch para a Civilização Brasileira. E tinha aquelas capas do Fernando Sabino, só tipográficas, acho que foram desenhadas pelo Ziraldo, que aliás era um designer de mão cheia.

Eu tive uma experiência de ir para Cuba, hoje eu já fui várias vezes, mas a primeira vez foi em 1983 e lá eles já tinham uma produção maravilhosa de cartazes em silk-screen, da escola de cinema, com uma baita inspiração no construtivismo russo. Cartazes lindos, gráficos, chapados, sem meio-tom, com destaque para a coisa gráfica. O contraste. A unidade gráfica. A composição visual.

Isso me traz uma visão carregada do sentido gráfico, que influencia o olhar. E é esse o grande problema. O problema do olhar. É esse o critério. Conseguir enxergar. É isso o que eu falo em aula. Numa disciplina como a minha, programação visual e arte publicitária (já sou professor na Escola de Comunicações e Artes da USP há mais de trinta anos), se o aluno não tiver o olhar, e o fato é que são poucos que tem esse olhar, ele não vai ser diretor de arte, de 30 alunos na classe, dois ou três, no máximo, virarão. Tento pelo menos fazê-los entender o que é o trabalho gráfico. Simplicidade. Apelo visual. No caso da capa do livro, no caso do cartaz: perceber que o designer deu peso onde tinha que dar. A hierarquia visual. O bom uso da tipografia. A composição.

*Agora vindo para o Jabuti - um dos critérios de qualidade: atratividade visual e identificação com o tema da obra. É um pouco disso que você está falando...*

Sim, sem dúvida nenhuma, uma boa capa de livro é aquela que chama a atenção e dialoga com a obra, e é às vezes de uma sutileza, um trabalho sutil. E algumas funcionam mais, outras funcionam menos. É interessante pensar sempre na adequação. A capa tem que ser adequada à obra. E adequada ao público-alvo leitor. E de novo, o olhar do designer gráfico, o olhar do designer gráfico.

*E como você foi para o júri do Prêmio Jabuti?*

Uma ex-aluna minha de pós-graduação trabalhava lá na CBL (Câmara Brasileira do Livro). Acho que gostou das minhas aulas e me convidou por três anos seguidos. Eu me senti orgulhoso porque mudavam os outros dois jurados e eu fiquei, fui ficando. Continuei. E eram caras bons os outros jurados. Eu participei em 2009, 2010 e 2011.

Nesses três anos que eu participei, em dois desses anos, as duas capas que eu dei nota dez (*Moby Dick* do Melville e *Invisível* do Paul Auster) foram escolhidas as melhores capas. Ou seja, os outros jurados também viram o que eu vi, e a gente não trocou figurinha... eu votava sozinho... É legal ver isso, essa concordância.

Chegavam em média 300, 350 livros na minha casa... e o trabalho de julgamento começava com um processo de eliminação onde eu cortava as piores capas e reduzia a amostra para umas 50 capas quase que imediatamente. Chegavam capas muito ruins... às vezes chegavam capas primárias... Depois eu voltava a cortar e chegava numas 30 capas possíveis. Eu ficava olhando para elas, aos poucos ia eliminando. Baixava para 20. Ia eliminando. E no final fechava nas dez melhores capas.

*Você vê uma evolução nas capas de livro brasileiras?*

Eu acho o seguinte, e isso é uma coisa que eu sinto de uma forma geral, não só na capa do livro, mas na direção de arte como um todo: o que tem salvo o Brasil em concursos, em festivais internacionais é o grafismo, é a parte gráfica. A direção de arte brasileira é boa, tem uma tradição e faz tempo que está em alta. Tem gente muito boa fazendo bons trabalhos. Mas ao mesmo tempo, o que tem hoje em dia é uma unificação por conta da internet. O que está acontecendo aqui é a mesma coisa que está acontecendo na Malásia, na Alemanha, na Nova Zelândia, na Venezuela. Tudo corre junto e ao mesmo tempo. Seja na publicidade (eu também participo de muitos júris de publicidade, você sabe), seja no design gráfico. E os recursos

gráficos também correm junto, o que você vê sendo feito no Japão, hoje você também consegue fazer aqui, coisa que há algumas décadas atrás não acontecia.

*E capa para vender, capa publicitária, a capa como peça publicitária...até o Victor Burton fala disso...a capa boa vende mais? O papel comercial da capa...*

Essa é a pergunta! Não sei, talvez a capa do *Moby Dick* faça sucesso, impressione designers, mas não seja tanto uma capa de venda, era um livrão caro, grosso, capa dura. Algumas dessas capas premiadas não são tão vendedoras. Talvez sejam sofisticadas demais para o público médio. Tem capas que eu lembro até hoje – aquela da Moema Cavalcanti com um corte, que curiosamente não lembro o nome do livro que não sei se foram sucessos comerciais. E tem outros fatores, o autor, a obra, o momento, nunca poderemos saber ao certo.

*Você compra o livro pela capa?*

Lógico que chama atenção. Não só a capa, mas o projeto gráfico como um todo. Agora a capa é a princípio, a embalagem do livro. E como toda peça gráfica, deve ser persuasiva. Talvez então a capa de um livro possa sim ajudar a definir sua compra. Principalmente se um consumidor entra em uma livraria sem um objetivo específico... a capa tá lá na vitrine, na estante expositora... Sendo o primeiro contato da obra com o público, um projeto gráfico de uma capa, tem o objetivo de chamar a atenção desse público. A seguir, o autor, o tema e o conteúdo finalizam a decisão de compra. Mas acho que chama a atenção sim, é um pequeno cartaz, um pequeno anúncio, de 14x21cm.

*Vamos dar uma olhada no conjunto das capas vencedoras.*

Olha, ficou legal isso, você tem uma bela amostra, de uma forma fácil de ver. Mas tem muita capa média né, às vezes a gente percebe que ficaram datadas, algumas são muito boas, algumas geniais... Essa capa é fantástica, a gente já falou dela (sobre a capa de *Moby Dick*), esse silk-screen, a tipografia, o cinza e todo o projeto gráfico, é da Elaine<sup>31</sup> (Elaine Ramos, diretora de arte da editora), Cosac, né!?

Essa capa também é do meu ano, *Invisível* com esse papel corrugado. Tinha isso, também, o uso inteligente e inovador do recurso gráfico, o relevo seco – o branco sobre o branco, a tradução da invisibilidade.

---

<sup>31</sup> a capa não é da Elaine Ramos, mas da designer gráfica Luciana Facchini.

Essa capa também foi do meu ano, da Cosac, lembro que destaquei também – sobre a capa do livro *Os Embaixadores*, tem essa coisa geométrica, a cor especial, a capa dura, de novo o uso do recurso gráfico, me agrada esse chapado.

Já sou jurado há muito tempo. Prêmio Colunistas, Jabuti, ABAP, Meio & Mensagem. E sempre, invariavelmente é esse o exercício, a gente vai separando, vai separando, descartando, ficando só com as melhores, as melhores capas, os melhores anúncios, as melhores identidades visuais. O que determina é o olhar.

*Por fim, Heliodoro Bastos separou suas capas preferidas.*

**Entrevista com Isabel Maria Macedo Alexandre (Edições Sesc SP).****Realizada em São Paulo, no dia 25/07/2019.**

Isabel, formada em história pela Universidade de São Paulo, é gerente editorial das Edições Sesc, após ter fundado e trabalhado durante mais de 12 anos na Editora Senac de São Paulo.

*Isabel, como você chegou no mundo do livro?*

Eu já estou envolvida profissionalmente no mundo do livro há mais de 25 anos. Como editora propriamente dita, editora de livros.

Antes disso eu me formei em História na USP. Depois trabalhei com Sociologia, Sociologia Política e um pouco de Antropologia: essa é a minha formação. Depois eu trabalhei no governo, na Prefeitura de São Paulo, na gestão da Luiza Erundina. Eu fui trabalhar numa área que era publicações decorrentes de eventos e tinha uma interface com a Secretaria da Cultura.

Quando eu saí de lá eu continuei a trabalhar como editora e sempre que teve algum projeto editorial, livros institucionais eu estava envolvida no meio. Quando saí dessa área da prefeitura, fui trabalhar com o Ricardo Othake, na Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo. Lá eu também fazia projetos especiais de livros, de publicações e mesmo de folhetos e catálogos.

Depois disso fui trabalhar direto com livro na Editora Senac, com o jornalista Roberto Quartim de Moraes, que também havia trabalhado comigo na Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, na área de comunicação. Ele era jornalista...fazíamos seminários, publicações, eventos, a interface do acadêmico com a parte cultural de uma forma geral e aí nós fomos para o Senac, para montar uma editora de mercado. O Senac tinha algumas publicações voltadas para o público interno, a demanda interna, muito livro técnico, tudo muito técnico, quando decidi abrir o leque com uma editora de mercado.

Seríamos uma editora como outra qualquer, não mais só livro institucional, então fomos para o mercado e montamos uma editora desde o começo. Formamos a linha editorial que tinha a ver com as linhas de atuação do Senac: gastronomia, moda, negócios, saúde, mas a gente abriu muito para uma abordagem mais cultural dentro dessas áreas, cultura e gastronomia, história da gastronomia, por exemplo.

Depois de algum tempo a gente já estava com uma editora montada, sustentável, na medida do possível porque está dentro de uma instituição, mas inserida no mercado, com uma política de preços, um catálogo respeitável.

Saí de lá há sete anos atrás e vim para as Edições Sesc, justamente quando decidiram mudar a linha editorial da Editora Senac, voltando a ter livros mais técnicos: ao invés da história da gastronomia, da história da alimentação, os pilares da alimentação (do ponto de vista antropológico, da gastronomia brasileira, por exemplo, trabalhando muito com sociólogos, com historiadores), a editora voltou a fazer livros de chefes, livros de receitas, livros técnicos de negócios, livros de saúde...

A gente havia desenvolvido uma área verde, meio-ambiente, traduções, livros mais teóricos, mais conceituais e também uma área de arquitetura, tinha uma faculdade de arquitetura e também design, mais conceitual e menos técnico, olhando para o público acadêmico. Mas a virada foi para um público mais geral, mais técnico.

Então eu vim para cá e quando cheguei, a Edições Sesc era mais um birô que uma editora. Ela trabalhava muito com coedições, muita coisa com a Cosac, com outras editoras, mas já delineando umas áreas de interesse: teatro, umas coisas de filosofia.

Nos 17 anos que fiquei no Senac, eu tinha bastante contato pessoal com o Danilo Miranda (diretor geral do Sesc) e eu até brinco que tinha mais contato com ele do que tenho agora, e a gente já tinha uma editora mais sedimentada mesmo. Quando o Danilo montou a editora aqui no Sesc, ele se baseou na nossa experiência de lá.

E muitas coisas que eu já estava querendo fazer, livros com um tom mais filosófico, de teatro, de fotografia, livros menos ou que não eram técnicos, eu acabava conversando com o Danilo e fazia em coedição aqui com o Sesc.

Agora algumas dessas coedições que o Senac não quer mais, que eles estão desativando, estão vindo para cá. Estamos reeditando um livro do Ricardo Othake, sobre o Jardim da Luz, de quando ele foi secretário de meio-ambiente, quando ele fez um trabalho de restauro e recuperação do Jardim, do ponto de vista da história da cidade de São Paulo. Esse livro de mais de 10 anos, que saiu de catálogo agora a gente vai refazer aqui.

Quando cheguei aqui, já vim com uma experiência de 17 anos, sabendo um pouco onde dava e não dava certo, então não é uma coisa de competir no mercado com a editora Senac que está cada vez mais se definindo como uma editora de mercado, mas publicando coisas mais próximas das atividades do Sesc.

E como na instituição Sesc o leque é enorme, cabe tudo, tirando a parte mais de exatas, os livros técnicos, e essa divisão que existe mesmo entre o Senac e o Sesc, aí fica mais claro, aqui a gente está em um campo da cultura no sentido mais abrangente do termo, e o Senac voltado

para uma área mais técnica e de educação formal. Tanto que o Senac tem os cursos universitários e técnicos que a gente não tem. Temos aqui no Sesc outra forma de lidar com a formação: a gente tem o CPF (Centro de Pesquisa e Formação) que eu chamo de nosso MBA, uma coisa assim de cursos, módulos que tem uma profundidade de pós-graduação.

*Eu cheguei a fazer alguns cursos no CPF, inclusive sobre livros. Lembro do Kiko Farkas falando de capas, o Alexandre Martins Fontes, falando do fim do livro...*

Sim, nos cursos aqui os temas são mais abrangentes e mais conceituais. Há uma abordagem mais filosófica, histórica e também da contemporaneidade. O que está acontecendo agora, e muito ligado à questão da arte... e essa discussão, entrando já no tema da sua pesquisa sobre capas de livros, quando você pauta uma capa aqui, isso tem um peso muito maior aqui do que quando você está em uma editora que é mais comercial. São discussões mais longas, profundas.

*Vamos para as capas, mas antes, ainda sobre você, você tem livros que te marcaram? Você lembra deles? E você lembra de alguma capa?*

Eu sou mais velha, sou de uma época que só o conteúdo que importava, que valia, então... e o meu curso, de história: então os livros que marcaram a minha vida tem muito a ver com história, com filosofia, e nesse caso, as capas eram detalhes, mesmo porque era um período, anos 1980, final dos anos 1970, que a gente tinha dificuldade inclusive que os livros chegassem aqui e muito chegavam com uma defasagem grande. Então vou falar de autores, autores que me marcaram. Eu fiz parte de um grupo de estudos de Sartre. Os livros do Sartre eram publicados pela Gallimard. Eu tenho na cabeça a referência de Gallimard, toda vez que eu olho para uma capa eu faço sempre essa separação, essa é ou não é uma capa Gallimard.

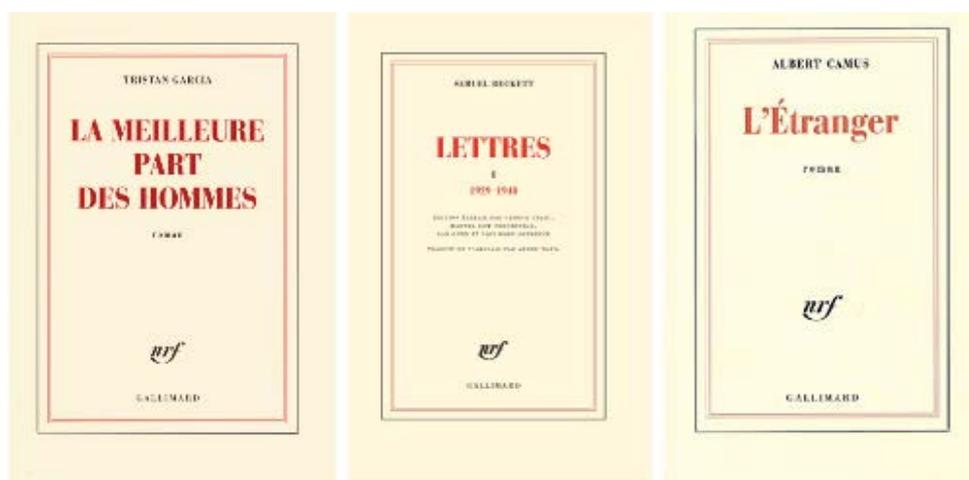


Figura 62: capas de livros da editora francesa Gallimard.

E até a capa Gallimard hoje é outra, já mudou, já tem uma lógica mais comercial. Os livros para mim não eram pautados pela capa, a não ser, tinham dois tipos, isso daí acontece durante os 80 até 90 e tal, e é uma coisa que vem dos anos 1950, dos anos 40 e dos 50. Havia uma diferença muito grande: um livro de filosofia não vai ter imagem, não vai ter nada, vai ser aquela capa da Gallimard, aquela capa branca, com o filete vermelho, o que chama ali é se vai ser Sartre, Foucault, autor, título do livro.

*Uma coisa a ver com o europeu, o padrão francês...*

Sim a gente é, era extremamente colonizado em relação a isso... Para as ciências humanas e USP, é Europa, é França, então isso... sou filha não tão diretamente, mas minha geração, dentro da história, a história foi formada pela missão francesa... Então a gente só não lia o Eric Hobsbawm em francês... Era tudo francês...

E voltando tinha essa distinção: no caso desses livros, era o conteúdo que importava, e tinha essa visão preconceituosa, de mercado: onde tinham as capas assim que chamavam atenção? Tinham os livros de arte, mas uma capa convencional, ou então encadernações de luxo, com guardas, com padronagens, lombadas bonitas de couro, luxo, arte, aquelas "obras completas...", o resto, são os pequenos livros, de bolso, tinham foto, para chamar atenção - vendedoras, literatura e um outro segmento que abusava disso eram os romances noir, os livros policiais.

Olha, eu gosto muito de livros policiais, aprendi a ler com o meu pai, português, que veio para o Brasil nos anos 50, exilado... do partido comunista português, fotógrafo e lia mais à vontade os livros policiais, sem culpa... Mas havia uma ideia de que esse livros eram literatura de segunda categoria, livros para diversão, eu quando eu percebi que gostava, na faculdade, eles ficaram ligados às férias, ligados sempre ao prazer. E aquelas capas também eram. Porque eram capas mais "vulgares", mas essa vulgaridade chamava atenção e no fim eu gostava, e tinha muito forte essa ligação com o prazer, com o lazer, não tinha a ver com a política, com a importância do contexto, e a questão da religião na Idade Média... e eu lia e era rápido e era prazeroso. Mas tinham sempre outras coisas mais importantes para você ler na universidade, e mesmo quando você ia ler um romance, tinham os romances clássicos, tinha que ler os romances clássicos, Guimarães, então eu lia os romances policiais com prazer, mas também com remorso.

Não eram livros que eu exibia, não eram capas muito cuidadas, eram comerciais, mas reconheço hoje que eram capas sim, vendedoras, eficientes, funcionavam para aquilo que se propunham. Eram capas sedutoras... funcionavam...e tenho uma relação afetiva com elas. Eram

interessantes, mas tinha a coisa de serem de segunda linha...E entendo hoje a função delas. Mesmo porque, aquelas capas outras, as Gallimard, se deixassem de ser "Gallimard", talvez atingissem um público maior.

E sobre capas, a grande ruptura aconteceu aqui no Brasil com a Companhia das Letras, a grande divisora de águas, quando começa a trabalhar com as capas e fazer belas capas, coisa que já estava acontecendo na Europa, estava acontecendo em todo lugar... As editoras francesas, a própria Gallimard, as editoras espanholas...que foi uma influência americana, inglês, anglo-saxônica... Na Inglaterra teve a Penguin. Os americanos mais...

E a ideia é que independentemente do conteúdo, sejam livros populares, sejam livros acadêmicos, fazer capas boas. E a gente vê a fotografia americana com uma importância muito grande, especialmente a partir dos anos 1960, mais abstratas, fotos sequenciais, e isso passou para as capas... E esse jeito americano, essa estética americana, esses fotógrafos começaram a ser publicados. Isso passou para as capas. Fotos sangradas, títulos pequenos. Rompendo com a lógica tradicional. Às vezes com fotos justapostas..., fotos estouradas, capas menos convencionais.

E aqui, no Brasil, com a Companhia, as coisas começaram a mudar. Os livros de história que eram a minha praia começam a vir com fotos, com quadros, com ilustrações, com capricho, o próprio logo da Companhia, do João Baptista (João Baptista da Costa Aguiar), que fez a marca da Prefeitura (São Paulo para Todos) na época que eu estava lá, e foi muito importante...ele criou o logo da Companhia e que mudava, tinha isso, tinha o navio, tinha a bicicleta, e não é porque o livro era sobre ciclismo, sobre esporte, era uma coisa muito mais conceitual.

Isso foi muito inteligente. E as capas também. Além do projeto gráfico. Não era só o logo. Foi dada uma importância muito maior à criação, um peso maior às capas criativas.



Figura 63: capas da Companhia das Letras, criadas por João Baptista da Costa Aguiar (anos 1990).

Aquilo que chama a atenção. Claro que há um viés comercial. E tem as outras editoras que começam a fazer capas melhores também, afinal todos agora tem, dispõem de mais recursos, Capas coloridas, usar mais fotos, agora a qualidade estética que a capa tem que trazer, ligada ao conteúdo do livro, coisa que eu defendo, o conceito, a partir daí que você passa o briefing para o designer, porque você pode ter uma capa linda mas ela não dialoga com o assunto do livro. E tem uma coisa que é importante falar é que muitas vezes o designer faz a capa, mas não faz o miolo do livro, não dá para se pagar...

Eu acho que em todas as editoras isso se dá. E a Companhia virou um selo, o próprio cuidado com o projeto gráfico é pontual, depende do livro. A Cosac não, ele veio recuperando a proposta de capa e projeto gráfico do miolo integrados, o miolo faz parte, e mesmo aqui a gente tem isso, muitas vezes são profissionais diferentes que fazem a capa e o miolo, mas temos que ter o cuidado para o livro não virar um Frankenstein, aqui que a capa sugere não estar presente no miolo, ou então a gente pode ter uma capa sofisticada e o projeto gráfico não ter nenhum detalhe de sofisticação...

Isso é uma coisa que com os livros infantis não acontece, com os livros de arte, não acontece. Você vê que no Brasil os infantis tiveram um avanço absurdo, inclusive mundialmente, a gente não fica devendo nada, pega a Feira de Bologna, o Brasil é sempre muito bem representado, sempre ganha prêmios lá...E avançamos muito em relação à temática dos livros nos últimos 5, 10 anos, falando de conceitos como ética, diversidade e essa mesma sofisticação temática foi para as ilustrações, para as capas e miolos.

Diferentemente desses livros e dos livros de arte, nos livros texto não acontece essa integração capa e miolo e é uma opção econômica. E aqui a gente também tem que reduzir, viabilizar o custo do livro. A gente tem que se equalizar com o mercado. Já que 50% do custo vai para o livreiro... E você vê que mesmo assim a Cultura e a Saraiva quebraram. E é uma pena porque a Cultura, que acho que foi mal administrada, tinha essa cultura de expor capas, era um grande showroom de capas, a primeira coisa que o cliente via, e lá já havia essa competição, qual capa chama mais atenção, tanto do ponto de vista conceitual, como do ponto de vista comercial mesmo. O que o livreiro vai colocar ali para vender...

Mesma as capas comerciais tiveram um avanço. E houve valorização do profissional, do designer. Porque mesmo comercial a gente precisa colocar uma coisa boa lá. Tem um dinheirinho, vamos investir nesse livro... Porque a gente precisa chamar a atenção e não pode ser necessariamente o óbvio.

E para chamar a atenção, sendo um bom designer, será uma boa capa. Não necessariamente a pessoa vai olhar uma capa e falar: que linda capa, vou comprar... e acontece de até ela comprar. Obviamente em períodos de não crise. Na crise ninguém compra nada no impulso... Quando o tema é moda a capa vende. Quando é gastronomia a capa vende. Uma boa foto. *Appetite appeal*. A coisa de fazer uma capa inusitada. Uma capa branca com um salsão... tem um livro do Ferrán Adria com só com talheres na capa, mas que representam uma família. Capas às vezes abstratas. Não tão literais, não tão óbvias.

E acontece também de capas que te botam para correr de tão ruins, capas que ao contrário fazem com que você não compre o livro. Desvalorizam. Capas estereotipadas. Fracas.

O capista precisa saber quem é o público. Não precisa necessariamente ler o livro, mas precisa do briefing do editorial do projeto do livro. E quem pode dar o briefing é o editorial. Aqueles que pensam conceitualmente o livro. Aqui na editora, pelo menos, é assim. O briefing precisa sair dessas pessoas. Que ajudam a escolher inclusive o capista. Aquele que vai se dar bem com determinado livro. O designer trabalha sob encomenda, mas muitas vezes ele tem uma linha. Um estilo. Mas é um trabalho sob demanda.

*Como é o procedimento aqui? Como você elabora o briefing? Como você faz?*

Normalmente a gente pede três opções. Dentro do briefing, claro. Mas as opções são importantes para a gente discutir. Para a gente entender. A gente normalmente dá uma encaminhada, ênfase para determinados aspectos. E mesmo assim às vezes não dá certo. Às vezes não sai. O designer às vezes não acerta. Às vezes o designer não chega no resultado. E a

gente entende que às vezes o briefing é difícil. E esse é o processo criativo. Adequar a capa ao conteúdo. Fugindo do óbvio.

Às vezes a gente pauta o capista com fotos, quando é um livro ilustrado. No nosso catálogo temos vários exemplos. Algumas capas que a gente demorou para acertar. Outras a gente não acertou mesmo. Por uma série de razões. Livro de coletânea, por exemplo, são muito difíceis.

Eu gosto do termo comercial. Às vezes ajuda a entender a capa. Temos às vezes capas sim, mais conceituais, mais ousadas, mais abstratas. E sempre o que determina é o briefing, o problema de comunicação. Tínhamos um livro do Théâtre du Soleil, que o capista trouxe uma capa sofisticada, conceitual. Mas nosso problema de comunicação era diferenciar o Théâtre du Soleil do Cirque du Soleil, muito mais popular, mais conhecido, então tivemos que optar por uma capa mais didática devido ao briefing. A outra capa era linda, mas não atendia ao briefing.

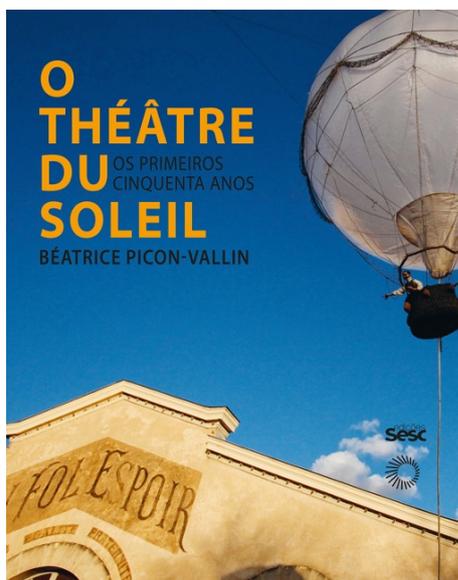


Figura 64: capa do livro *O Théâtre du Soleil* (Edições Sesc e Perspectiva), criada por Sérgio Kon.

Eu gosto muito de capa all type, só lettering. Muitas vezes são capas legais, poderosas. Essa nossa capa do *Atormentador*, do Gaulier é isso. Ela grita, é suja, agressiva como ele (o Gaulier - diretor teatral). E isso foi briefing.

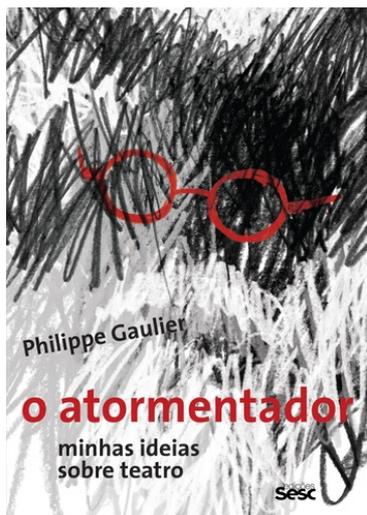


Figura 65: capa do livro *O atormentador* (Edições Sesc), criada por Fernando Vilela.

*Há situações aqui na Edições Sesc onde o autor interfere?!*

As vezes no briefing, mas não com a capa já criada. Outras vezes a gente definiu o padrão – temos uma coleção aqui de livros de sociologia onde definimos que cada capa usaria uma obra de arte abstrata do acervo do Sesc. Em livros estrangeiros a gente geralmente compra o conteúdo, mas muda o projeto gráfico, mas há casos onde o projeto vem junto. Como o livro das bibliotecas, que é uma edição da Phaidon.

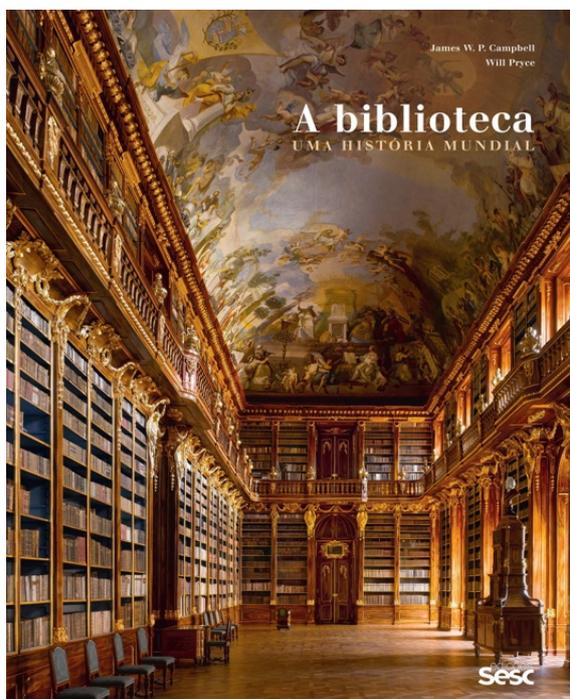


Figura 66: capa do livro *A biblioteca – uma história mundial* (Edições Sesc).

*Vamos falar do Prêmio Jabuti. Falar dos critérios de avaliação de capa. Eles têm três critérios: atratividade visual e identificação com o tema da obra; harmonia entre capa e demais elementos e visibilidade de título, autoria e outras informações.*

São critérios vagos, tudo depende. Temos livros com título em texto com corpo pequeno e no caso é pertinente, mas já perderia nesse último critério...

O que eu vejo no Prêmio Jabuti, eu tenho críticas a ele, essa última mudança foi muito ruim também (2018), juntando infantil e juvenil por exemplo. Acho que as categorias tem muitas sobreposições. Coisas que são diferentes. Parece que querem economizar Jabutis.

Eu entendo seu trabalho sobre capas, mas acho que a categoria Projeto Gráfico é a mais completa, que inclui a capa, mas define o livro como um todo.

Com capa acho que às vezes o critério é político. Parece que às vezes o prêmio de capa é um prêmio de consolação para livros que não ganharam em outras categorias. Eu fico implicando muito com diversas capas selecionadas. Veja que capas de outras categorias são às vezes muito melhores. A gente vê capas competentes, mas medianas, falta inovação. Esse ano, 2018, foi muito infeliz. As selecionadas são todas ruins. Parece que o prêmio foi dado para editora. E mesmo em outras categorias isso acontece. Como em toda premiação.

E a gente no decorrer dos anos vê algumas tendências, alguns modismos. Quando a gente vê uma tendência se consolidar, a gente vê a repetição.

*Eu trouxe aqui para você ver todas as capas premiadas no recorte escolhido (2000 a 2018). Para você ver, avaliar, escolher, criticar.*

Legal, vamos ver. E acho importante você ver também as capas que não foram.

Vemos aqui capas muito competentes, algumas excepcionais. Essa do Hitchcock. Uma foto sensacional. Essa do Paul Auster. *Invisível*. O uso inovador do papel corrugado pelo João Baptista para passar o conceito do invisível. Essa da Elaine, com as variações da capa (*O Design antes do Design* - do Rafael Cardoso).

Essa capa é muito boa. Lampion e Lancelote. Essa do MEDO também é minha. É muito boa. Envelheceu. Mas ainda é poderosa. E foi a Moema quem escolheu essa imagem. Moby Dick é muito boa também. O inusitado de não ter a baleia na capa. Essa do Amordaçados, eu entendo, toda preta, ousada, sem nada, sem o logo da editora. Tem um mérito. Essa capa do livro de filosofia do Heidegger, a foto é fantástica. De todos os premiados, tiramos muita capa, eliminamos muita coisa né. E é isso, um trabalho permanente de seleção da qualidade.

**Entrevista com José Luiz Goldfarb (ex-curador do Prêmio Jabuti – de 1991 a 2013).  
Realizada em São Paulo, no dia 26/07/2019.**

José Luiz possui graduação em Física pela Universidade de São Paulo (1978), mestrado em Filosofia e História da Ciência - McGill University, Canadá (1980) e doutorado em História da Ciência pela Universidade de São Paulo (1992). Atualmente é professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Diretor e membro do Conselho da EDUC e presidente da Cátedra de Cultura Judaica da PUC/SP. É também Diretor de Cultura Judaica da Associação Brasileira 'A Hebraica' de São Paulo e diretor do KKL Brasil.

*Me fale um pouco de você, da sua trajetória pessoal e profissional. E como você se aproxima do livro.*

Eu acho que eu nasci predestinado a me envolver com o objeto livro. Eu já ocupei várias posições relacionadas ao livro e à leitura que depois vou falar, mas eu acho que nasci para o livro... e isso é até uma vingança: eu morava aqui perto da Hebraica, e ainda que eu tenha sido atraído por uma linda biblioteca que tinha aqui e que depois eu reinaugurei como diretor, na época eu era moleque, e já frequentava e peguei gosto. O ponto de encontro era lá...era uma relação com o espaço da biblioteca que ficava no centro do clube.

Na minha casa meus pais eram leitores totais. A casa tinha duas bibliotecas, classe média, classe média alta, Jardins, dois espaços de livros, um hall e também os corretores, muitos livros de literatura brasileira, a *Enciclopédia Barsa*, *Tesouros da Juventude*...A ironia do destino é que depois de um tempo eu troquei os livros por futebol de rua. Tinha muitos terrenos baldios na época e haviam campos de areia. Então apesar de todo incentivo em casa e no clube, a partir de uma certa idade eu virei um não leitor. Radical. A partir dos meus 10 anos até entrar na USP, o tempo do cursinho, eu parei de ler. Eu era agitado em muitas coisas, mas não na leitura. Então eu tenho esse vácuo. Que para mim é um bônus depois que eu virei livreiro, incentivador da leitura, curador do Jabuti, assessor da Secretaria da Cultura e de projetos de leitura em São Paulo, do Rio, de Tocantins, vários projetos, fundações, tudo voltado ao livro, fui editor, livreiro, tinha me aposentado de tudo isso, voltei agora a ser editor na PUC São Paulo.

Ganhei meu primeiro Jabuti, depois de 23 anos distribuindo Jabutis, mas enfim, eu tive esse vácuo, na adolescência, e quando entro na universidade, onde fiz física e filosofia, abracei o

conhecimento e a ciência com muita ênfase, na vida, eu descobri que tinha esse gap tanto em literatura como em não-ficção.

Daí eu sou meio maníaco, sai comprando, comprei a coleção dos Pensadores da Editora Abril inteira, comprei lá na Praça da Sé, num sebo, trouxe de ônibus, carregando 52 volumes, capa de couro, azul e dourada... meu pai patrocinou tudo que eu pedi em relação ao livros: quer ler Shakespeare? Obra completa de Shakespeare. Quer os *Pensadores*? Pode comprar todos os volumes. E assim foi. Por isso eu falo. Teve uma virada na minha vida, tardia, que me dá essa vantagem: eu cresci sem o livro, então eu consigo dialogar e entender o nosso público infelizmente majoritário não letrado. Alfabetizado, mas que não lê. O próprio Drummond fala que o pior analfabeto é aquele que não quer ler.

Essa foi a minha adolescência. A partir da universidade eu começo a montar uma biblioteca, que acabou ficando muito grande e daí eu virei um leitor doido. Às vezes eu me internava 10 dias em Atibaia (onde minha família tinha uma casa de campo), numa rede e uma pilha de livros, Marcuse, Marx, Freud, tinha uma coleção Vida e Obra, da Paz e Terra, eu comprei inteira e li de uma vez só. De repente eu passei a ter uma noção de toda essa área de história, política, humanas em geral...

*Os Pensadores* então, nem se fala, já que eu fui fazer filosofia. Primeiro eu fiz o curso de Física e depois eu fui para a Filosofia. Sou formado em física pela USP, filosofia eu não terminei, porque eu ganhei uma bolsa para fazer um curso de filosofia da física em Montreal. Onde eu fiz o mestrado e comecei o doutorado, e fui terminar o doutorado na USP, em história da ciência. Portanto vários diplomas de várias instituições.

Esse é o meu pano de fundo em relação ao meu relacionamento pessoal com o livro. Daí o que acontece: a partir de muito cedo, começaram a acontecer em minha vida um monte de surpresas, bifurcações não previstas, começam quando eu tinha 23 anos e agora com 62 continuam, é uma loucura. Cada ano apareceram coisas novas. E eu acabei gostando dessa brincadeira. Tem vantagens e desvantagens. Com isso, apesar de algumas instabilidades, tive uma existência que vale por cinco, seis. Fora que em algumas épocas eu tinha cinco, seis empregos. Hoje um pouco menos, mas continuo com várias atividades.

Minha carreira inicial que juntou física e filosofia culminou com a filosofia da ciência. Fui para Montreal, através de contatos de amigos, tinha um argentino lá, Mário Bunge que era um dos cabeças da filosofia da ciência na América do Norte, ele me aceita, eu vou trabalhar com ele, um cara muito importante na área, e durante anos eu fui o único orientando dele, *full time*

e quando eu volto para o Brasil, eu fui em 1979 e volto em 83/84, acontecem uma série de eventos, fatos que começam a me levar mais visceralmente ao livro. Eu cheguei em 83. E vim fazer o doutorado aqui no Brasil.

Antes aconteceu em 1978, o meu primeiro encontro com Mário Schemberg (físico), uma figura mítica para mim, cassado do AI-5, não tinha tido a anistia ainda, foi uma vez no campus, no aniversário do centenário do Einstein, perto da anistia, e ele vai e fala de Newton. Aquilo me marcou. Aí eu vou pro Canadá, trabalhar com o Bunge, racionalista, nada ligado a alquimia, cabala, que o Schemberg coloca em pé de igualdade com a ciência, e eu tive que aguardar quatro anos para voltar e desenvolver questões com o Schemberg e outras pessoas.

O que é importante é que essa história com o Schemberg é uma sequência muito incrível. Porque ao voltar e ficar durante seis meses como pesquisador, eu me torno editor do Mário Schemberg. O primeiro livro que eu fiz foi livro *Pensando a física*, que teve depois mais seis ou sete edições. Hoje está esgotado. A primeira foi pela Brasiliense (1984), mas a segunda é melhor...

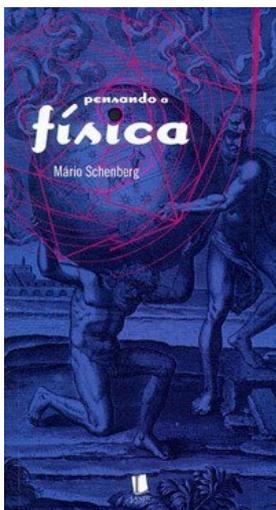


Figura 67: capa da 2ª edição do livro *Pensando a física*, criada por Camila Mesquita (1986).

Quando eu chego no Brasil o Mário Schemberg está dando um curso de evolução dos conceitos da física, tipo um curso de história, na graduação de física. O curso é um sucesso, alunos do noturno começam a assistir no diurno. Alunos de outras unidades começam a assistir o curso. E ele deu dez aulas, dez conferências. Eu gravei esse material e depois transformei em apostilas, ainda em mimeógrafo. Os alunos levavam para casa. E todos queriam ler.

Acabou que eu estava na choperia do Sesc Pompeia, encontrei a Lilia, esposa do Luiz Schwarcz, na época editor da Brasiliense do Caio Prado e ela perguntou o que eu estava fazendo. Conteí que tinha voltado do Canadá, e falei do sucesso do curso do Mário, que eu estava muito animado, mas as transcrições, as apostilas estavam atrasadas e por conta de uma briga com o departamento, ele se demite da USP. Ela então tem a ideia de levar algumas apostilas para o Luiz, para quem sabe transformar tudo em um livro. O Luiz por sua vez mostra para o Caio, afinal como ele, o Mário também era comunista e tal. O Caio, que eu ainda não conhecia, me liga e fala que está aprovado. O dia que você me entregar os originais o livro existe. Eu falei que ia demorar, que nós, eu o Mário e mais um professor da física íamos reler todas as apostilas, iam levar meses, mas ele topou e o livro enfim foi lançado pela Brasiliense e eu comecei a fazer eventos, tanto em São Paulo, mas principalmente no interior, onde eu levava o Mário Schemberg para universidades, e além das palestras, eu levava o livro e vendia o livro. E confesso que deu certo gosto, vender o livro numa banquinha. E daí acabou que conheci um distribuidor de livros que me propôs que já que eu já vendia os livros do Mário, levasse também outros livros, e eu comecei a pegar consignados...

Resumidamente, um ano depois eu já editor, o Caio me devolve o livro do Mário, eu faço a segunda edição na minha editora, edito outros livros de ciência, faço amizade com os donos da Livraria Belas Artes, na Avenida Paulista, seis sócios e eles decidem vender a livraria. Meu pai me ajuda, me incentiva, meu irmão também, eu arrumo um sócio e compro a livraria.

Em 1985 então eu me torno dono da Belas Artes e tenho uma editora. Minha vida acadêmica dá uma trombada, eu dou uma desacelerada no meu doutorado, enquanto minha esposa defende em 1986, eu só vou defender em 1992. E me envolvo muito com a livraria, com distribuição de livros fora de São Paulo e com a própria editora.

Em 1990, o mercado editorial, e a economia brasileira como um todo, foi muito abalado com o confisco das poupanças, e o evento anual da Câmara do Livro era normalmente no Hotel Méditerranée, na Bahia, no Nordeste. E eu nunca me senti capacitado para ir para um evento desses, que só o hotel era uma fortuna... Neste ano o evento muda para Águas de São Pedro. Eu vou de carro, o Grande Hotel não é tão caro assim, e lá fui eu. Eu era da Associação Nacional das Livrarias, ANL.

Como livreiro, já participava de alguns eventos da CBL, em 1990, de algumas assembleias, e falava o que eu achava. Em 1991 eles me convidam para ser da diretoria da CBL, como diretor

livreiro, eu já tinha fechado a editora e estava focado no negócio de vender livro, tinha aberto mais uma livraria no interior e estava importando livros...

Nesse momento, o Prêmio Jabuti era tocado pelo José Antônio Mesquita e o prêmio tinha algum reconhecimento no meio editorial, acadêmico graças ao Mindlin, que era o curador do júri, mas o Zé já não queria mais tocar o prêmio do jeito que ele estava, queria que o prêmio crescesse. Até então era um prêmio pequeno, com poucos inscritos, com poucos prêmios, que era decidido em uma mesa...aconteceu que algum premiado desse ano reclamou que receber o troféu do prêmio era bom, mas que um cheque seria melhor.

Então quando no evento me convidaram para participar do Prêmio Jabuti eu disse que toparia... aliás eu não era o candidato inicial, era o Marcos Gasparian, da Paz e Terra, mas ele não queria ficar fazendo ponte-aérea São Paulo-Rio. Na primeira reunião do Jabuti ele não foi e falou para eu tocar... ele nunca mais apareceu e eu cai de gaiato e fiquei de 1991 até 2013 como o responsável pelo Prêmio Jabuti.

Eu coloquei condições para o Prêmio: prêmio em dinheiro, júri profissional (acabar com a confraria que se juntava), essa estruturação fui eu que fiz, jurados independentes, que não se comunicavam, que nem a mídia sabia quem eram, teve até uma vez uma polêmica com a mídia que falava do jurado C, eles especulavam quem seria o jurado C e eu não falava nada...

O Jabuti teve uma história enorme, e numa determinada edição eu marquei bobeira e deixei passar uma mudança que propuseram, depois de alguns anos eu nem lembrava de algumas decisões e nem porque tínhamos tomado. Mas a questão foi a seguinte: eu tinha estabelecido que as notas não seriam de 0 a 10, porque com essa amplidão, uma obra boa se por acaso um jurado desse zero ela automaticamente estava eliminada, por isso as notas eram de 7 a 10. e nesse ano permitimos nota de 0 a 10. Nesse ano, um jurado aproveitou e deu zero para a Ana Maria Machado, e ela nunca me atacou, porque sabia que eu tinha que acatar. Foi um erro meu... E estou falando isso porque o meu objetivo sempre foi melhorar o prêmio, aumentar a credibilidade, a relevância, a transparência...

E em determinado momento, depois que alguns diretores voltaram da Feira de Frankfurt, decidimos montar um manual do Prêmio, com os quesitos, com os critérios. E acredito que ao aceitar o Prêmio em 91 eu consegui com as condições, fazer com o que o Prêmio Jabuti a partir daí crescesse e se tornasse mais relevante, mais importante. De 200, 300 inscrições em todas as categorias, passamos para mais de 2.500 esse ano.

Hoje é um prêmio pago, e mesmo com o valor (hoje 400 reais por inscrição), isso não afetou o número de inscrições, elas sempre cresceram. O Jabuti passou a premiar em dinheiro, hoje o vencedor de cada categoria ganha R\$ 5 mil, e o livro do ano recebe R\$ 100 mil reais. E a cerimônia mudou muito, de um jantar da classe para um prêmio com plateia, auditório... o crescimento é exponencial, e o que eu mais me orgulho é que durante esse período de 23 anos que eu fiquei lá, apesar das polêmicas (tiveram várias), nunca se questionou a idoneidade nem a isenção do prêmio. Nunca houve questionamento de favorecimento ou perseguição.

Como eu acabei me tornando muito o sustentáculo dessa estrutura do prêmio eu acabei ficando, e só lá pelo meu vigésimo ano de curadoria eu já tive uma sinalização de que a diretoria da Câmara do Livro estaria pensando em procurar outra pessoa... eu achei ótimo... estava cansado das polêmicas. Finalmente encontraram a Marisa Lajolo, eu entreguei o bastão a ela, voltei a ser editor de novo e depois desse tempo todo eu ganhei um Jabuti.

*Vamos falar sobre capas de livro!?*

O que eu posso dizer especificamente sobre o seu trabalho!? Quando eu entrei, em 1991, estava muito perto do surgimento da Companhia das Letras - e nesse momento que o Jabuti começa a crescer, a Companhia praticamente reinava sozinha, em capa e produção, fora outras categorias, falavam até num lobby judaico, Schwarcz e Goldfarb, umas insinuações maldosas, apesar de um nunca ter relações profissionais com ele, tivemos inclusive uma briga quando o Fernando Morais, eu não lembro o ano, perdeu o Jabuti com o Chateaubriand, que perdeu do livro Chalaça. E o Luiz me atacou na mídia dizendo que eu tinha escolhido um júri ruim. E na minha cabeça eu sempre coloquei o júri como soberano, a gente pode discordar, mas não havia nada, nenhum questionamento em relação ao júri. Inclusive o livro *Chalaça* era da própria Companhia. E o próprio Fernando Morais defendeu publicamente o prêmio. Isso é mais uma prova da idoneidade do prêmio, da sua importância e relevância.

O impacto da Companhia foi muito grande, desde o final dos anos 1980 (86, 87) mas no meio para o fim dos anos 90, tivemos no Brasil uma revolução no que se refere a capas e projetos gráficos de livros. Eu como livreiro, vivi isso, observei isso na minha mão. A capa deixa de ser a cobertura do livro e se transforma em um elemento importante na composição do livro. Eu vivi essa revolução. As editoras passaram a investir muito mais em capas do que antes. Te dou um exemplo: pega Umberto Eco, *O Nome da Rosa*, a capa da primeira edição é uma porcaria, ruim, tem um box azul claro junto com vermelho, provavelmente feita em casa, na Record.



Figura 68: capas da primeira e da mais recente edição do livro O nome da rosa, de Umberto Eco, com capa desenvolvida pelo designer gráfico Elmo Rosa.

A partir de um momento foi mudando a mentalidade do mercado editorial para entender que capa, design e projeto gráfico influem no produto, em venda. E isso passou a fazer parte do negócio. E isso é interessante porque acontece até antes da revolução digital. E a partir do e-book, do livro digital, a capa e o design do livro ganha uma importância enorme. Hoje a gente ainda não sabe, no começo se achou que o e-book ia acabar com o livro impresso, mas já vimos que o monstro não é tão grande assim, mas não se sabe o que acontecerá.

Para mim, que sou físico, a discussão da materialidade não é tão óbvia. Teve a música, a indústria do cinema. Mas sem dúvida esse objeto, da mesma forma que a nossa entrevista que está acontecendo aqui, olho no olho, se insere na minha opinião, na questão da presença. O papel, o toque, a textura. Apesar de vermos que com seis meses um bebê já navega num celular.

Nessa conjuntura que a gente vive, sem dúvida você pode afirmar essa importância da capa, que já era importante antes do mundo digital, agora ainda mais, o design, a capa, a produção editorial.

O livro passou a se apresentar, a se vender com uma capa maravilhosa e para mim, livreiro, isso foi ótimo, ajudou a vender, a minha vitrine ficou muito mais bonita do que era antes. Antes as capas eram todas padronizadas, simples, sem muito cuidado com o design. E essa profissionalização, esse investimento, agora ainda vai se unir na luta do livro em papel pela sua sobrevivência.

Sem dúvida, faz parte do nosso presente a capa e o design se inserirem junto com outras atividades na preservação do livro de papel. A resistência das livrarias pequenas começa a existir. Mesmo no Brasil, que tem um problema estrutural em relação aos livros: temos 200 milhões de brasileiros, mas temos um público muito pequeno que lê.

*Falando em Jabuti, queria que você falasse dos critérios, no manual do Prêmio são 3: atratividade visual e identificação com o tema da obra; harmonia entre capa e demais elementos e visibilidade do título, da autoria e de outras informações.*

Em primeiro lugar, quando estabelecemos esses critérios a gente foi buscar referências, outros prêmios, prêmios internacionais, foi uma coisa trabalhada, mas nem por isso esses critérios são perfeitos. Buscamos sempre buscar um bom caminho, um caminho legal. Da mesma forma que quando eu compunha os jurados, nem sempre o resultado que eu obtenho me agrada, como curador. Tiveram anos quando os premiados de melhor capa não são aqueles que eu gostaria que tivessem ganhado, eu ficava chateado, mas tinha que aceitar, o júri é soberano. Minha atitude frente a isso foi sempre contratar jurados, junto com um conselho de curadores: júri bom dá um bom resultado. Meu objetivo sempre foi confiar no time de jurados e nos resultados que eles apresentaram. Na média, em 23 anos, posso te dizer que o resultado é muito bom. Começam a surgir outros prêmios e as coincidências são muito grandes. Isso para mim é uma prova de que a gente estava no caminho certo.

Portugal Telecom, Biblioteca Nacional. Muitas vezes a capa é muito bonita, caprichada, mas para mim, como livreiro, o designer esquece que a capa tem que ter visibilidade, na vitrine a capa tem que funcionar.

A identidade com o livro, quando o capista acerta, quando a capa consegue expressar o que vem pela frente, isso é muito bom, e vai atrair o leitor para aquilo. Um critério subjetivo, mas com os anos de experiência, a gente começa a entender como um elemento de beleza, às vezes meio difícil de explicar, mas a gente vê.

Você vê, tem a Companhia da Letras, mas você vai ver por exemplo a Edusp que também começa a investir quando contrata o Plínio Martins, as editoras do Sesc São Paulo, do Senac.

*Vamos olhar o conjunto das capas premiadas pelo Jabuti. Selecione as que você acha melhores, aquelas que trazem essa qualidade que estamos discutindo.*

Legal essas. Reproduções das capas, antigamente os livreiros recebiam os distribuidores com isso, com reproduções das capas mais ou menos desse jeito, porque era muito caro e trabalhoso para o distribuidor levar todos os livros, por isso foi legal ver isso.

*Aproveitando a sua experiência como livreiro, capa boa vende mais?*

A resposta é sim, faz diferença, desde a compra do livreiro que escolheu do distribuidor. Agora é a pergunta do milhão, a resposta depende de fatores muito variados. A questão de uma capa chamar atenção, você pode reparar que cada vez mais as livrarias foram introduzindo mais lugares para exposição das capas, menos as lombadas e mais as capas.

Mas há quem diga que o boca a boca é o maior vendedor de livros. E o livreiro antigo sabia o que indicar para o cliente. Hoje quem faz isso é a Amazon. Você compra um livro qualquer, sobre determinado assunto, depois ela te indica outros.

*José Luiz seleciona suas capas preferidas.*

**Entrevista com João de Souza Leite (jurado do Prêmio Jabuti).****Realizada no Rio de Janeiro, no dia 21/08/2019.**

João é coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design (PPDESDI) da Escola Superior de Desenho Industrial, UERJ. Graduado em Desenho Industrial pela Escola Superior de Desenho Industrial / UERJ (1974), com mestrado em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação / UFRJ (1999) e doutorado em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais do IFCH / UERJ (2006). Professor associado da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, foi consultor do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e sua experiência se dá na área de Design, em Educação e Pesquisa em Design, pesquisando os seguintes temas: história e teoria de design. Curador de exposições de design, editor da revista D2B – Design to Branding, por duas vezes agraciado com o prêmio de design do Museu da Casa Brasileira, São Paulo, em 2004 e 2005, por obras escritas.

*Podemos começar? Gostaria de ouvir um pouco a sua trajetória profissional, e como ela se relaciona ao objeto livro e às capas de livro.*

Bom, eu sou designer da velha guarda né, e o livro foi, digamos assim uma das minhas principais áreas de atuação. Embora nunca tenha trabalhado para editoras comerciais no sentido clássico, fiz muitos livros de arte e livros mais específicos dentro da área do patrimônio, quando eu fui para o Instituto do Patrimônio Histórico. Mesmo assim eu sempre continuei ligado ao livro. Até uns quinze anos atrás eu projetava livro.

O livro para mim, eu nunca fui um capista de livro, sempre fui um observador, eu sempre fui um leitor, sempre fui um leitor desde garoto, e logicamente, nos anos 1960 as capas da... tinha algumas capas que me tocavam especialmente: as capas da editora Terra Mar e Ar, que publicavam *Tarzã*, do Edgar Rice Burroughs, as capas de Monteiro Lobato, sem dúvida alguma, as mais clássicas, enfim de quando saíram pela primeira vez (na minha infância) e depois as capas da Civilização Brasileira que significavam um rompimento, enfim, uma ruptura.

Eu nunca me senti à vontade no sentido de trabalhar capas, meu interesse sempre foi muito mais dirigido à tipografia, nunca fui um designer voltado para a expressão pessoal, a expressão pessoal nunca se colocou pra mim como o objeto do meu trabalho. E acho que a capa, para mim, tem muito a ver com isso. É uma manifestação condicionada por um determinado conteúdo, mas com uma característica muito singular conferida pelo projetista àquele objeto.

Diferentemente do objeto em si, o livro, quando você tem que estabelecer um vínculo maior entre todos os elementos que constituem o objeto. Tem que sistematizar os elementos.

E depois, passei a achar o problema da capa um problema de outra ordem, entendi melhor o que já me orientava como profissional. Pude perceber que aquele trabalho que sempre me fascinou, por exemplo, o trabalho desenvolvido pelo David Pelham nos anos 1970, quando a Penguin rompeu com o projeto do Jan Tschichold, que era a coisa tipográfica (maravilhoso projeto) - ela rompeu com isso e esse designer e diretor de arte passou a tomar conta da produção de capas da Penguin inglesa, ao introduzir o elemento gráfico, a foto, a ilustração, e é uma coleção extraordinária.

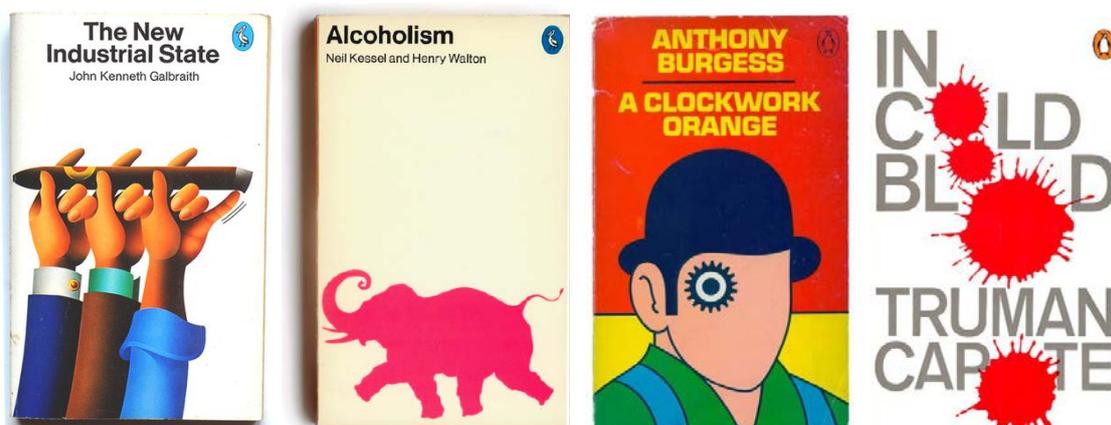


Figura 69: capas de livros da Penguin, criadas por David Pelham (anos 1970) Imagens Google.

Sempre em sendo leitor e em sendo alguém interessado no objeto livro, a capa sempre me chamou muita atenção. No Brasil, houve esses momentos, depois o livro no Brasil caiu num plano de deterioração gráfica muito grande. Quando você pega as capas de livros dos anos 1920 aos 1940, você tem capas absolutamente formidáveis. Absolutamente formidáveis! Depois da guerra, você tem as capas do Santa Rosa, tem algumas coisas interessantes aí, mas depois disso a capa entra numa mesmice e a única coisa que irá quebrar isso é a Civilização Brasileira, com o Hirsch. Com o Hirsch e o Marius Lauritzen Bern também.

Fora isso, durante anos a fio as capas, os livros brasileiros eram sofríveis. Nos anos 1980, no início dos anos 80, surgiram duas coisas novas no terreno do livro: o Victor Burton trabalhando para a Nova Fronteira, uma editora relativamente nova e a Brasiliense (editora de São Paulo) dando um salto e passando a produzir capas extremamente interessantes. Então você tinha duas frentes, uma de origem europeia - o Victor pertence a uma tradição artesã européia,

e o João Baptista Aguiar em São Paulo. Aí enfim passa-se um tempo, a capa do livro fica já em um outro patamar, mas não é uma coisa difundida, não é uma coisa que marca a produção editorial como um todo, a média da produção brasileira ainda é fraca, tirando esses expoentes.

O que vai acontecer é que somente na década de 1990 é que você vai ter um sentido de qualidade gráfica espaiada mesmo pela produção editorial brasileira. Ela vai começar aí, em meados da década de 1990 e se deve sem dúvida ao computador, e não só ao computador, mas ao acesso dos designers às informações carreadas pela internet. A internet se torna gráfica por volta de 1994, 1995, e aí tem uma explosão, literalmente uma explosão, que vai impactar e hoje a gente pode dizer que a gente tem uma produção editorial de nível internacional. Hoje eu acho que você tem um padrão médio do livro brasileiro muito bom. Capas de qualidade, muito boas

Por esse lado, você pode ver que eu me relaciono com o objeto, eu projetei objetos dessa natureza, mas não dentro da perspectiva da capa do livro que vai para a banca, que vai para as bancadas de livrarias, então eu sou muito mais um observador e um crítico desse universo.

#### *E como consumidor?*

Como consumidor, da mesma forma, enfim, me atrai. Sou feticista em relação ao livro, a gente tem uma biblioteca de algo entre seis mil, sete mil livros em casa, o que é uma barbaridade, volta e meia a gente se desfaz de livros, mas a gente, eu e minha mulher, Evelyn Grumach, a gente é feticista em relação ao livro, não tem jeito.

#### *Até de comprar pela capa?*

Não, pela capa unicamente não, mas pela edição. Por exemplo, às vezes a Editora Record tem capas muito boas, mas eu não compro livros da Editora Record, porque eu acho que a impressão, aquela tecnologia proprietária, desagradabilíssima, e olha que eu fiz com a Evelyn o projeto do miolo dos livros da Civilização Brasileira que são impressos lá. Esses eu tenho.

Sem dúvida alguma eu não consigo comprar um livro que tenha uma mancha ruim. Simplesmente não compro. Já passei por livros que eu gostaria de ter, de comprar, mas eu não consigo ler direito, enfim, é desagradável a leitura. Sobretudo livros de texto, livros de estudo. Vai encarar um filósofo, filosofia pesada com uma entrelinha ruim, sem margem. É horrível, você já tem que enfrentar o texto e tem ainda que enfrentar a leitura do texto, a legibilidade.

Agora, sim, sou atraído sobretudo pelas capas, claro. Eu descobri essa editora, Radio Londres, pelas capas, capas boas, excelentes, com padrão, descobrindo autores pelas capas, e também a Todavia... tem várias editoras novas, outro dia mesmo eu comprei um livro que é um espetáculo de escrita, enfim, a capa é muito simples, um oficial alemão e um oficial nazista - a

capa nem é tão interessante, mas o que me chamou atenção sobre o tema. Trata da relação dos industriais alemães e os nazistas antes da guerra. Agora, porque eu comprei? O tema me interessa, vi a contracapa, mas vi a mancha aí eu comprei. A mancha era boa.

*Mais especificamente sobre capas, qualidade, já antecipando, eu tenho algumas perguntas gerais e algumas específicas para cada grupo específico, no seu caso, o grupo de jurados: como você se tornou jurado do Prêmio Jabuti?*

Eu fui convidado pela Câmara Brasileira do Livro. Eu fui jurado um ano pela Biblioteca Nacional, no ano seguinte, um amigo meu, autor premiado no ano anterior, Eduardo Jardim, que escreveu uma biografia do Mário de Andrade, no ano seguinte integrava a comissão organizadora e indicou meu nome e eu fui. Na categoria Capa e a Evelyn\* também foi indicada. Ela, na categoria Projeto Gráfico. Mas eu estou presente em júris desde a década de 70. Júris de coisas variadas, cartazes, identidade visual, design de produtos... São muitos anos de profissão né!? Eu comecei a trabalhar em 1966, a primeira vez que eu entrei dentro de um escritório, já vai fazer 55 anos. Tá na hora de pendurar o boné (risos).

*E esse exato papel, julgar, julgar qualidade. Como é julgar qualidade? Dentro do regulamento do Prêmio Jabuti existem três critérios de qualidade: atratividade visual e identificação com o tema da obra, harmonia entre capa e demais elementos, visibilidade do título, da autoria e de outras informações. Isso que está lá, agora, no site do Jabuti.*

Eu acho que do meu tempo eles mudaram, esse segundo item, eu acho que não existia dessa forma – a relação da capa com os outros elementos... Olha, eu acho que para responder essa pergunta tem que separar dois aspectos: um, o que diz respeito ao procedimento que você adota, e outro, em relação aos critérios que você adota, independentemente, ou melhor, a sua tradução dos critérios institucionais. Particularmente, sempre fui favorável que premiações em design tivessem critérios, ao que muita gente reage porque, a bem da verdade, como, de um modo geral, designers são sobretudo mais intuitivos, alguma coisa que seja mais regrada, que trabalhe mais com categorias, enfim, que tente disciplinar um processo de julgamento, de uma avaliação – isso é uma interpretação minha – é meio avesso a esse lado intuitivo do designer. É como se, muitas vezes você esbarrasse na posição de um jurado que dissesse "eu gosto disso aqui, eu acho ótimo isso aqui", mas que não sabe explicitar direito o porque. Então, a meu ver, ter critérios é fundamental.

Agora, o enunciado desses critérios precisa melhorar, e a esses critérios se somam outros critérios, pessoais, que também tem que ser nomeados. Tem que ser esclarecidos. E a

oportunidade de fazer isso é na redação do parecer que você emite a quem está sendo concedido o melhor valor. Como é que você estabelece isso em uma capa?

A primeira coisa importante é se há uma coesão entre os elementos da capa. E a capa, eu entendo sempre a capa como um todo, no seu total, capa, lombada, contracapa, orelhas, se tiver. Coesão não significa necessariamente ser harmônico. Você pode ter contrastes, disparidades, mas aquilo tem que propiciar ao observador um sentido, alguma coisa que estabeleça esse sentido, de inteligibilidade, de você perceber a natureza daquela imagem, e imagem aqui estou me referindo a todos os elementos que se oferecem visualmente na página. Então, se acontece isso, há alguma coisa que una esses elementos de alguma forma? Que dê um sentido coeso, mesmo que ela seja composta de uma multiplicidade de imagens? Isso é muito sutil e talvez até meio enigmático porque é sujeito à percepção individual de cada um. Mas eu acho que esse é um valor que toda capa deve ter.

Em segundo lugar a análise da relação sintática entre esses elementos. O posicionamento, os destaques, como é que eles se dão, valores, como é que tudo isso se articula sintaticamente.

E em terceiro, as escolhas objetivas de elementos – aí sim, muito singulares – como tipografia, qualidade tipográfica (qualidade de novo, mas aqui falando da qualidade do desenho tipográfico), a qualidade e finalização das imagens, a finalização técnica das imagens e a finalização da capa como um todo, a relação entre esses elementos.

Acho que isso me dá critérios suficientes para dizer, essa daqui não está no páreo e aí, passando para o outro lado da moeda, que seriam os procedimentos de julgamento, eu pelo menos sempre adotei de um modo geral em avaliações e concursos, uma primeira abordagem como um modo de separar o joio do trigo, enfim, no conjunto de 70, 200 peças, você tranquilamente descarta 60 ou 70% desse conjunto logo de cara. Você entende que eles não fazem parte do grupo de melhor qualidade, eles não vão estar no páreo.

*Então foi esse o seu exercício? Chegaram 200 capas e sobram 40...*

Sobram 40, 30 capas. E aí a porca torce o rabo, porque aí você começa a ter problemas. Naturalmente, dependendo do procedimento adotado com os outros jurados. No caso do Jabuti, cada jurado selecionou 10 capas, sem saber dos outros, e disso resultou uma lista consolidada e, ao final, você votava. No prêmio da Biblioteca Nacional, eu sabia quem eram meus parceiros jurados, eram pessoas conhecidas de toda a vida e aí a gente recebeu os livros e fizemos uma reunião lá em casa. Quando a gente começou a conversar a gente percebeu que os três tinham

pensado no mesmo livro, não teve discussão nenhuma, foi absurdamente unânime, de primeira, entendeu!?

Ao passo que no Jabuti não, a coisa é diferente, não há conversa com os outros integrantes do júri. Eu não sei se isso é bom ou se é ruim, nunca me detive para pensar sobre isso, mas entendo que, na medida em que os critérios pessoais às vezes são mais e às vezes são menos enunciados, ou são simplesmente diferentes, você pode chegar a impasses complicados, e aí é que eu acho que o argumento tem que ser muito bem construído, entendeu?! Dizer não, essa capa daqui é tão boa quanto a outra, mas a outra tem um problema x e isso tira um ponto dela. Você tem que ser lógico. Primeiro, porque você está em um júri, e segundo, para você mesmo, porque você tem que ordenar isso, dar graus de valor, você precisa ter critérios, enfim, senão fica muito sem referência.

Eu tenho uma cultura visual sofisticada. Nasci numa casa de um pai pintor, esteta, com móveis do Tenreiro, enfim, numa casa especial, bons livros, boa música. Tudo isso me informa, me forma, mas somente essa bagagem não é suficiente, não me dá atributos para poder julgar se um trabalho é de qualidade ou não. Eu tenho que traduzir a qualidade em aspectos nominados, é isso que eu tenho que fazer na minha vida de professor também.

*Tem uma questão, que talvez seja um grande desafio para o júri que é o fato de que muitas vezes você não tem o briefing da capa. O que a editora pediu. Você pensa nesse briefing?*

Não, eu penso basicamente na relação do conteúdo do livro com a capa, da adequação, basicamente isso, senão vira trabalho acadêmico, uma loucura, e não tem muito cabimento. Isso você deduz, você supõe a partir do objeto em si. Tendo esses dois lados: a relação entre capa e conteúdo. Ah, o autor encheu o saco do designer para fazer isso ou aquilo, daí aquela velha história "autor bom é autor morto, para o capista". Ele não palpita.

*Você consegue perceber se uma capa é para prêmio, como vemos em outros tipos de premiação?*

Não acho. Em capa não. Em publicidade sim, tem trabalhos que são feitos para serem premiados. Não estão de olho em mais nada. E muito menos na eficácia. Em livro você tem capa boa ou não. Eu dei o exemplo do David Pelham na Penguin, na mesma época, livros continentais, franceses, italianos, da década de 1970, a grande maioria desses livros era tipográfica, basicamente, Gallimard, você tinha os padrões, coleções, tudo com a mesma capa.

Nos Estados Unidos a orientação é completamente diferente e a Inglaterra nesse sentido está muito mais colada nessa coisa americana, não porque esteja copiando, mas é como se

tivesse uma corrente de design anglo-americana que tem muito mais a ver com a presença da ilustração, onde a presença da ilustração é muito forte, você percebe o modo como você constrói a imagem. Nos Estados Unidos você tem capas absolutamente estonteantes. Capas maravilhosas. Criativas. Você vê uma mistura de adequação tipográfica, sentido plástico, construção de sentido, significado. Coesas, com essas coisas absolutamente interligadas, fortes. Isso é formidável. E agora vemos isso aqui também, no Brasil.

*João, nas suas respostas, nos seus comentários você me respondeu praticamente tudo que eu queria, que precisava para a pesquisa. Agora gostaria que você olhasse a amostra, o conjunto das capas. Olhar para elas, ver quais são boas, quais te tocam. Porque essas capas foram escolhidas, passaram por um crivo de qualidade e numa releitura talvez elas sejam datadas, não sejam tão boas assim...*

Estou fazendo o trabalho de júri aqui, descartando capas. Aqui tem, nitidamente ideias boas, mas algumas capas muito fracas. Tem capas com imagens boas, mas com escolhas tipográficas ruins. Às vezes temos uma intenção que não se realiza. O que eu gosto, às vezes tem a ver com a escolha da ilustração, seja nessa capa do *Gigante Enterrado*, seja nessa do Dom Quixote... Vemos capas gratuitas, como essa do Henry James. *Moby Dick* não tem como não aplaudir, é uma unanimidade. Muitos desses livros eu conheço. Alguns são projetos gráficos. E o problema do júri é esse, qual eu vou tirar... Você começa a se colocar questões assim... eu tenho duas ou três tipográficas, tenho algumas que se baseiam em imagens e aí você começa a se colocar questões assim... vou manter uma dessa linha, vou eliminar outra, premiar a ilustração, a foto, a composição... um trabalho de eliminação. Afinal de contas o que é a melhor capa? E a gente deixa a incógnita. Sempre tem o critério subjetivo.

*Ao final João selecionou seis capas entre as premiadas pelo Prêmio Jabuti.*

Sobre o livro *O Gigante Acorrentado*: “Uma ilustração primorosa.”

\*Evelyn Grumach é designer gráfica e esposa do João.

**Entrevista com Victor Burton, designer gráfico, maior ganhador do prêmio Jabuti na categoria capa. Realizada no Rio de Janeiro, no dia 08/10/2019**

Victor nasceu no Rio de Janeiro em 1956. Iniciou sua carreira na editora Franco Maria Ricci de Milão, na Itália, país em que residiu de 1963 a 1979, e onde criou suas primeiras capas para a editora Il Formichiere, em 1977. No Brasil desde 1979, vem se dedicando ao design gráfico na área editorial e de produções culturais, destacando-se a longa colaboração com diversas editoras, entre as quais Companhia das Letras, Record, Objetiva, Ediouro e Nova Fronteira.

*Eu vou começar fazendo a pergunta que eu faço a todos os meus entrevistados: como você chegou ao livro e como vou vira capista?*

Eu começo a ser capista porque a capa é a capa do livro. Mas o que sempre me interessou foi o livro como um todo. A capa é uma parte comercialmente muito importante, mas enfim, digamos que é um elemento intransponível. Se você quer trabalhar com o livro no Brasil, você tem que trabalhar com capa. Você acaba fazendo capas de livro. Não foi o meu primeiro trabalho, mas foi natural, porque eu entrei, comecei a trabalhar com a Nova Fronteira, ainda no tempo do Carlos Lacerda. Fui chamado para fazer a direção de arte de uma tentativa de se fazer aqui no Brasil um clube de livro de arte, e a gente chegou a fazer um livro. Logo depois, o doutor Carlos morreu e eu continuei lá na Nova Fronteira por um tempo, fazendo capas de livro, em grande quantidade. Durante um período eu tive a exclusividade com a Nova Fronteira, recíproca, que foi rompida quando o Luiz me chamou, quando eu ganhei o meu primeiro Jabuti. Era a capa de um livro de arte, um livro sobre a floresta da Tijuca... ele me chamou durante a entrega de um prêmio Jabuti e eu comecei a trabalhar não só para ele, mas para várias editoras. Ai abriu o leque, era no começo dos anos 1990.

A partir daí eu passei a fazer capas para praticamente todas as editoras do país. Quase todas. Curiosamente, a única editora de renome para quem eu nunca fiz capas foi a Cosac Naify. Justamente a Cosac Naify. Mas em algum momento eu já fiz para quase todas.

Acho o Prêmio Jabuti extremamente irregular na sua qualidade ao longo do tempo, talvez ultimamente tenha melhorado. Acho que ele é sempre prisioneiro de modismos e tendências, e não deveria. Não sei se ele julga a melhor capa, mas às vezes a capa que causou maior espanto, ou que está mais em uma certa onda estética do momento. E olha, esse tipo de crítica se aplica,

rigorosamente, a qualquer tipo de premiação. Nunca será unânime. Isto é absolutamente impossível, mas tem certas características, e durante muito tempo, não sei recentemente, mas o Jabuti era nitidamente influenciado pelas editoras. Você via nitidamente que era uma coisa muito ligada às editoras. Inclusive o Jabuti, você tem que propor, se inscrever, e é a editora que se inscreve, ela quem paga, geralmente. Às vezes editoras meio mesquinhas queriam dividir o valor da inscrição com o capista.

Enfim, acho que isso tem evoluído, acho que hoje tem categorias novas, projeto gráfico, o que eu acho correto. Biblioteca Nacional é só projeto gráfico e ADG varia, é muito irregular. Eu já fui jurado da Biblioteca Nacional e era muito mal organizado, dependia muito de nós mesmos, teve uma vez que eu e o Joaquim Cardoso, a gente saiu por aqui pelas livrarias e foi vendo e pegando os livros, era muito amador. Não sei exatamente como é no Jabuti, acho que talvez seja um pouco melhor, mas enfim, como te disse, toda premiação é premiação: ganhei Jabuti por coisas que eu achava completamente sem importância e já deixei de ganhar o prêmio em coisas que eu realmente acreditava que tinha alguma qualidade. Então quando a gente fala de premiações, é tudo muito, muito relativo.

Esse ano, por acaso eu estou entre os dez finalistas em projeto gráfico e não quer dizer nada, mas eu achei bom, pelo fato de ser o livro, o objeto tridimensional visto como um todo, não só uma capinha, uma capa. Sem desmerecer a capa, não estou desmerecendo a capa, mas durante muito tempo a capa foi vista como personagem principal da atividade do design editorial o que é uma certa distorção. Enfim, para mim o que me interessa, ainda que eu adore fazer capas, a maior motivação para todo mundo é fazer o projeto, o livro como um todo.

*Você lembra de alguma capa marcante?*

Ah, lembro de várias. Aquelas dos *Plenos Pecados* para a Editora Objetiva. Na época acho que foi uma coisa que foi muito diferente. Impactou de alguma forma. E de novo, era um projeto completo, não era só a capa, o conceito completo, miolo, capa, enfim... coerente, o que na época, aqui no Brasil não era uma coisa tão usual assim, né!?

Depois que chegou a Cosac, isso virou um padrão, mas um padrão que se você for pensar, irreal, em termos da realidade de uma editora no país. Se eu montasse uma editora agora, não faria um trabalho como a Cosac fez. Porque é totalmente impossível comercialmente. Você não pode ter um custo tão grande por obra... você tem que fazer talvez como a Companhia faz, ter um bom projeto de miolo, o que qualquer editora normal francesa, alemã, italiana tem, um bom projeto de miolo que se coadune com um bom projeto gráfico de capa.

Acho que o projeto total de livro, pelo menos pensando assim no universo do livro brochura, o livro mais comum, aquele ao qual estamos acostumados no Brasil, o livro normal, o livro de leitura, o livro de texto, ele tem que obedecer a alguns determinismos de mercado, de viabilidade comercial. E eu acho que aí, só excepcionalmente faz sentido você fazer um trabalho global.

A gente vê isso só nas microeditoras. Outras escalas. Como a Elaine anda fazendo na Ubu. Aliás essa é a questão: Ubu versus grandes editoras. É isso que a gente vê hoje, essas microeditoras girando, e as grandes editoras cada vez maiores, e você começa a não ver nada no meio. Não há mais espaço para as médias editoras. As médias estão sendo compradas, incorporadas... A própria Zahar pediu para ser comprada pela Companhia porque não via mais espaço.

Mas tem muito editora surgindo: Editora Bazar, Rádio Londres, Todavia. E retomando, o que eu queria dizer com isso é que essa concepção do livro como objeto total que surgiu com a Cosac Naify hoje virou uma utopia. E não é de forma alguma uma crítica à Cosac, o trabalho deles foi fantástico, estabeleceu novos padrões, foi, nos anos 2000 o que foi a Companhia nos anos 1990 e o que a Nova Fronteira tinha sido antes. Os três grandes momentos de qualidade editorial no livro brasileiro moderno.

*E o livro feito no computador. Feito no Mac. Uma revolução?!*

Para alguns foi uma revolução, alguns não fizeram a revolução, da minha geração, alguns tiveram uma coisa reativa, como a Moema Cavalcanti, por exemplo, que não encosta no computador. Eu tive essa reação durante um ano ou dois, e depois não fiquei com nenhuma saudade da prancheta. Nenhuma. Hoje você para de fazer uma capa porque você decide parar, ou por conta do prazo, porque você tem que entregá-la no dia seguinte, porque você poderia continuar trabalhando nela para sempre. A capacidade de você fazer opções, fazer versões, percorrer o trabalho é uma coisa absolutamente impressionante. Ao mesmo tempo o computador estabelece alguns padrões. Não tem como fugir das prerrogativas dos programas, o texto vem ortogonal, por exemplo, o grid do InDesign, do Quark, de todos os eles. E você não tem mais acidentes...

*Vamos falar um pouco de qualidade...*

Qualidade é um conceito muito, muito difícil. E a qualidade para quem tem a preocupação, a obrigação de vender um livro não é necessariamente a mesma de quem não tem o menor compromisso de vender o livro. Por exemplo, pode parecer uma leitura mesquinha minha, mas

eu acho que a Cosac Naify, enquanto existiu, foi a melhor editora do mundo, o que já não faz sentido, num país como o Brasil, ela, fazendo o melhor durante quatro, cinco anos, não tinha a menor obrigação de lidar com o mercado. Para eles o retorno não era um problema. E isso é irreal. E não só irreal, mas também desleal com quem tinha que lidar com o drama da vida real, de retorno financeiro, de viabilidade.

Eu continuo achando que capa de livro, sobretudo a capa, ela existe para vender o livro. Não existe nenhuma outra razão de ser que não seja essa. Ela não agrega absolutamente nada ao texto, nada, nada, nada. Você podia ter um livro sem capa. Em termos de literatura ela não agrega nada à obra, ela está ali para vender o livro. Que pode ser uma venda sutil, interessante, ela tem que buscar um público cada vez mais específico para aquele livro.

Quando faz uma capa para um livro de ensaios, que vai ter mil, dois mil leitores no máximo, é uma coisa, quando você faz uma capa de um livro que pode ter cem mil leitores, é outra coisa, você vai fazer outra capa. Mas acho que esses parâmetros não são seguidos no Prêmio Jabuti. Você fica olhando lá um objeto isolado, totemizado, ideal, maravilhoso, mas qual são os problemas ali atrás que tinham que ser resolvidos? Isso não é objeto de consideração.

Você talvez tivesse que ter uma diluição em vários prêmios, como o Oscar tem, Cannes tem, de revelação, de novidade, e um grande prêmio... Capa jovem é diferente, o livro de ensaios é diferente, você hoje tem uma segmentação de público, você tem que saber para quem você está criando a capa, a imagem.

E a capa de livro é um outdoor, um pequeno outdoor, de 14 x 21 cm, de 16 x 23 cm, e como no Brasil você não tem suporte de mídia nenhum praticamente, e você não tem espaço nas mídias, na televisão, tem o espaço ridículo que o Faustão dá, aquela chato da Rede Globo, enfim... mas é um programa... crítica literária desapareceu, então o que resta, cada vez mais, é o pequeno outdoor na livraria, a própria capa do livro, só resta isso. Então você julgar o que é uma boa capa de livro, o que é a qualidade... a qualidade pode ser uma coisa que eu sonho para mim, enquanto artista, mas para o coitado do editor, pode ser outra coisa completamente diferente.

Você tem editores que dizem para você: eu preciso que seja assim, assim, assado, e eu respeito isso, a gente tem que entender e trabalhar dentro desses parâmetros, então a qualidade, não existe, o pelo menos, não deveria existir, uma qualidade absoluta. Você tem que entender como certos problemas editoriais trouxeram boas soluções. Soluções que funcionaram. Que deram certo, conseguiram criar uma imagem para aquele produto, que fosse bem-sucedida, e

que a gente talvez considerasse feias. Até porque não é uma obra de arte. A gente não está falando de uma obra de arte. A gente está falando de artesanato, de produto de venda, ainda que a palavra, o conceito de artesanato esteja ultimamente deturpado pelas "feirinhas de artesanato vendendo porcarias".

Tenho como certo que há uma total dependência, o que vai exatamente ao contrário do conceito de obra de arte a partir do século XIX que é o da total independência do artista. Absoluta independência. A capa do livro é tudo menos independente. Você tem um briefing, você tem um cliente, você tem um leitor, agora voltando para Cosac, talvez ela fizesse livros para 500, 600 pessoas, ok, ótimo. Mas não era, necessariamente, uma estética aplicável em absoluto ao mercado.

*O Jabuti fala, por exemplo, de atratividade visual...*

Sim e isso é extremamente complicado. Atrativo para quem? De novo essa atratividade visual não é absoluta. Quem vai comprar um best-seller, o que a gente chama de best-seller, vai ser atraído por um determinado tipo de capa, quem vai comprar um ensaio filosófico, vai ser atraído por um outro tipo de capa, absolutamente diferente, por isso você vai determinar o seu trabalho em função da segmentação do público.

*Outro critério do Jabuti: identificação com o tema da obra...*

Isso sim, é uma realidade. Mas é engraçado: eu já vi capa excepcionais, que não tinham nada a ver com o livro, com o conteúdo do livro, mas que causaram tanto impacto, que funcionaram maravilhosamente bem. Já me aconteceu pessoalmente de ficar muito preocupado com o conteúdo do livro e ficar empacado e não consegui colocar alguma coisa que eu achasse que tinha uma relação honesta com o conteúdo, e as capas ficaram ruins, ineficientes, bobas. Tem capas de livros que eu fiz três, quatro vezes, e só consegui realizar quando eu consegui me destacar um pouco do conteúdo. Porque também é uma outra utopia você achar que vai conseguir colocar toda a mensagem do livro num espaço tão pequeno. Então às vezes pode ser uma coisa alusiva, porque dar conta do conteúdo para mim é sempre um mistério.

Eu acho que você tem que pensar sempre no público. O dar conta é um pouco isso, eu sempre penso em para quem eu estou trabalhando, para quem é o livro. Não penso nunca...eu procuro nunca fazer a capa para mim. Se eu penso a capa só para mim, não vai dar certo. Eu tenho feito capas hoje para algumas editoras que muito gente deve considerar kitsch, eu tenho uma agora de um livro de história, que muito provavelmente é kitsch, mas vai atrair o público dela, e ao mesmo tempo estou fazendo a capa de um livro de um querido amigo meu, um grande

historiador, que é uma capa completamente diferente, clean, radicalmente diferentes e por acaso estão acontecendo ao mesmo tempo aqui no estúdio. E eu acho que elas têm uma grande qualidade: não parecem criadas pelo mesmo designer.

*Aproveitando essa afirmação. Fala um pouco do seu trabalho, da sua autoria.*

Esse foi um pecado que eu incorri durante muito tempo, que era ter autoria. Hoje em dia eu procuro ao máximo não ter autoria. "Capas do Victor Burton", eu já sei que teve isso, uma certa época, hoje já não há mais essa referência faz um tempo. Já passou, tudo passa, todo mundo passa.

*E continuando nisso, o processo de trabalho. Ele muda com o tempo?*

Mudou muito. Mudou muito. Eu, durante muito tempo, especialmente na Nova Fronteira, acho que fiz capas que pareciam ser de Victor Burton, meio que sistematicamente, e era uma atitude errada. Que eu fui, pouco a pouco, mudando, você vai evoluindo. Havia uma grande facilidade também que era a total ausência de concorrência. Sob dois aspectos: primeiro eu tinha um contrato de exclusividade, então eu ia fazendo, e nem sempre as capas eram aprovadas, mas o estilo era aquele e o editor gostava; segundo o que tinha em volta era muito ruim. Eram capas desastrosas.

*E a Brasiliense?*

Mesmo Brasiliense, eram ruins também. Eram capas amadoras. Tinha empenho, mas estavam longe de chegar lá. Então é um pouco esnobe dizer isso, mas essa falta de concorrência leva você a uma certa facilidade. Quando entrou a Companhia das Letras, aí sim, eu confesso que assim que começou, com capas do Ettore Bottini, Hélio de Almeida, o João Baptista Aguiar, eu pensei, eu quero fazer melhor do que isso. Então esse momento para mim foi muito importante. Surgiu uma coisa nova, que eu não estou fazendo, e eu quero fazer isso ou mais. Até que o Luiz Schwarcz me chamou. E eu pude fazer coisas que me deram imenso prazer. Porque quando eu digo que a gente tem que se adaptar à editora, às vezes como esse foi o caso, se adaptar representou um ganho.

*E essa relação com editoras, varia?*

Totalmente, de editora para editora, mas eu sempre respeito a estética da editora, digamos assim. Você tem que respeitar. Você foi chamado para fazer determinado trabalho, são os nossos clientes. Óbvio que tem clientes que a gente gosta mais, tem mais prazer em trabalhar, outros um pouco menos, mas eu sempre trato com total respeito.

*E junto com as editoras, há outro cliente potencial que é o comprador. Você pensa nele?*

Sim, são três níveis, o cliente potencial, o comprador, ele está um pouco ligado, é intrínseco ao caminho da própria editora. Ao perfil da editora. Agora tem editora que te passa o briefing mais ou menos bem, os conteúdos... Agora o briefing geralmente não é bem passado. Mesmo Companhia, que é melhor, mas está longe de ser ideal. Já me aconteceu de errar o tiro em algumas capas porque o briefing estava com defeito. Tipo "não é nada disso que a gente quer", já me aconteceu umas duas, três vezes.

*O processo de refação...*

Faz parte. É irritante, mas ao mesmo tempo já me aconteceu muitas vezes de ficar frustrado, irritado, refazer e a capa ficar muito melhor. Geralmente quando refaço elas ficam melhores. O livro do Cony (Carlos Heitor), *Quase Memória*, para mim foi muito marcante, premiado, foi um livro que eu adorei, foi comentado, tiveram até críticas sobre a capa, um fato muito raro, enfim, eu tinha feito uma capa que era rigorosamente o começo do livro, o Cony estava na Manchete e recebe um pacote com um original. E a minha ideia foi trazer esse pacote para a capa. A gente fez um pacote, fotografou, e a capa era um pacote. E eu achei aquilo uma coisa brilhante, e o Luiz, virou e falou que não, que não tinha nada a ver, que o livro tinha uma carga poética muito forte, aí fiquei irritado, mas fiz uma nova capa que acabou se tornando muito importante. E acabou virando série. Às vezes é uma coisa muito chata, porque você não pensou aquela capa como série e acaba acontecendo dela guiar a capa do próximo livro do autor. Enfim, a recusa é produtiva. Devo dizer que na maioria dos casos foi para melhor.

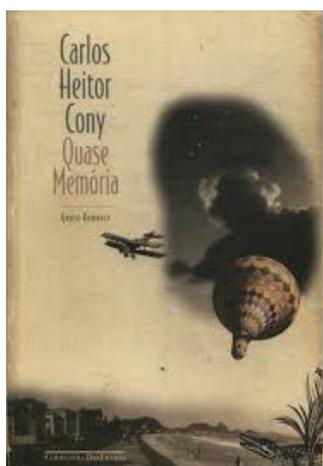


Figura 70: capa do livro *Quase memória* criada por Victor Burton (Companhia das Letras, 1995) Imagem: Google.

Agora quando acontece a terceira, a quarta recusa, aí você entende que a capa não vai dar certo e você desiste. Acontece também de o editor ter ideias confusas, de não estar entendendo ou enxergando, já me aconteceu às vezes de ter feito capas equivocadas. É muito variada e diversa a relação com os editores e com o trabalho. Às vezes eu começo uma capa com a escolha da tipografia. Eu vejo uma fonte e acho, intuo que vai ser a fonte certa para o título, para esse livro. Outras vezes eu começo com uma imagem, uma fotografia, uma ilustração...varia muito.

*Você chega a ler o original? Capítulos?*

Essa é uma pergunta eterna. A resposta é muito simples: livro de não ficção raramente eu leio. Porque é um livro que se explica pelo tema. Biografia, por exemplo, eu fiz uma capa que eu gosto muito, da biografia da Greta Garbo, e capa era só o rosto dela, não tinha nada, só uma cinta que tinha o título, mas que a pessoa quando comprava, podia retirar. O rosto dela era tão marcante que era quase um logotipo. Nesse caso específico, eu não li o livro.

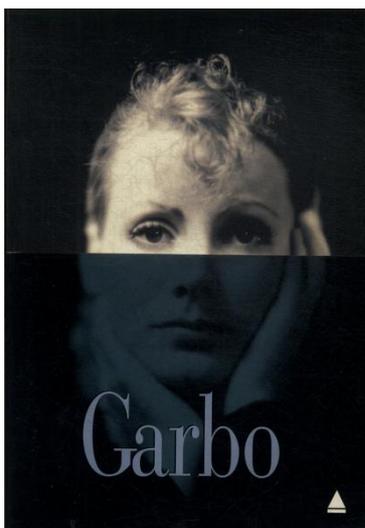


Figura 71: capa do livro *Garbo* criada por Victor Burton (Nova Fronteira, 1996) Imagem: Google.

Agora romance algumas editoras mandam os originais, a Companhia por exemplo. E voltando ao livro do Cony, por exemplo, eu li, comecei a ler e não larguei, enquanto fazia a capa. E li por prazer. Mas é raro. Eu leio parágrafos, leio capítulos para saber do clima, e agora com a Internet ficou muito fácil, você tem muita informação. Romance então eu procuro ler, pelo menos em parte, poesia também, mas é muito, muito raro um livro de poesia, e não ficção, não.

*Só terminando em relação ao seu trabalho, quais são as suas referências? Você tem algum capista que admira?*

Já tive mais, hoje em dia, não. Hoje a Internet deixa tudo tão disponível, tem uma variedade muito grande...tem esse, tem aquele. Eu gosto muito da Louise Fili, por exemplo, uma capista e tipógrafa extraordinária. Gosto muito dela, do trabalho dela. Agora a maior influência para mim foi onde eu trabalhei, no comecinho, eu me formei muito rapidamente, mas foi uma formação muito densa para mim que foi o Franco Maria Ricci. Ali realmente foi crucial, bebi muito nessa fonte. E voluntaria e involuntariamente meu pai, Michel Burton, o universo estético dele foi muito determinante para mim, uma certa estética italiana... e eu acho que talvez a maior influência sejam as grandes imagens da história da arte, não posso dizer um designer. Honestamente como eu já disse, quando a Companhia das Letras surgiu, aquilo me motivou muito, o João Baptista, o Ettore, o Hélio e sobretudo a Moema Cavalcanti, aquelas capas com os rasgos. E certas coisas, por exemplo na Nova Fronteira a quarta capa era padronizada, eu só fazia o frontal. Foi a Companhia que começou a ver o livro como um todo, um objeto tridimensional, a capa, a lombada, a quarta capa, as orelhas, eles que introduziram um projeto de miolo decente, ele que foram os primeiros a colocar papel pólen amarelado.

*A gente até hoje tem muita crítica aos miolos...*

Sim, mas melhorou depois da Companhia... a Record continua sendo bem mais ou menos, porque eles tem aquela máquina que eles vão ter que usar para o resto da vida, e que é uma porcaria, e eles não sabem usar...eles não sabem usar. Na França se usa esse processo e os miolos são excelentes. Mas voltando, o miolo do livro melhorou muito depois da Companhia.

*E hoje?*

Melhorou muito, você pode ver. Tem, a qualidade, hoje em dia no topo, o nosso padrão é superior a muitos países europeus, a média, com certeza é melhor do que na Itália, na França, mas há muito desnível. A livraria brasileira é muito barulhenta visualmente. Ela é muito cheia de cor, você vai em uma livraria francesa, italiana, é tudo mais calmo, mais tênue... até porque o leitor já sabe o que vai comprar.

*Esse exercício você faz muito, ir a livrarias?*

Ah, sim! Eu tenho uma relação com o livro. Eu odeio ver capas boas que não fui eu quem fez. E você tem muita capa boa hoje em dia. E claro, livraria é o meu universo, com certeza. E acho que vai continuar por muito tempo. Nada desaparece. O livro eletrônico, o Kindle fracassou completamente no Brasil, representa só 7 ou 8%. Dez anos atrás todo mundo estava

convencido do fim do livro. E o livro não terminou. As livrarias estão voltando a abrir, mesmo nos Estados Unidos, então esse universo ainda tem a sua resistência. Acho que vamos continuar tendo livros, sim. Com certeza.

*Para terminar, faremos um exercício de olhar para capas. Capas que foram premiadas pelo Jabuti. Selecione as que você mais gostar. Um fato: você é o mais premiado deste período... e também o mais premiado de todos.*

É o meu olhar...buscar uma ligação inteligente entre tipografia e imagem. A boa tipografia é aquela que cai na capa e a gente percebe que não poderia ser nenhuma outra. Quando você olha e sente que poderia ser qualquer outra, a escolha foi fraca.

Esta capa é do João Baptista (capa do livro do Paul Auster), não é!? Ele nunca foi bom de tipografia...e tipografia é parte fundamental do meu trabalho.

Capas da Alfaguara, isso é um pensamento europeu de capa, funciona pela escolha da foto (capa do livro *Os Espiões*, do Luís Fernando Veríssimo) ... que dá pouca importância à capa. Porque na Europa, mas na França, sobretudo, você tem uma fórmula para atingir o leitor, infinitamente mais sofisticada, rica e poderosa do que a gente tem aqui no Brasil.

Aqui no Brasil, como já conversamos, a capa tem um compromisso maior com a venda exatamente por ser uma ferramenta de venda. Se a capa não for eficiente o livro não vai vender. Lá eles estão pouco se lixando para isso. O compromisso de venda não é da capa.

*E há também uma leitura continental x anglo-americana...*

Claro, o Brasil segue o padrão anglo-americano. Sempre foi. Até a lombada.

*Eu fiz uma trapaça aqui... as capas estão fora de escala.*

Eu entendi, mas mesmo assim, mesmo fora de escala, as capas tem que existir. Tem que funcionar. E vemos aqui vários exemplos de capas que envelheceram mal. Você poderia ter um critério temporal aqui, que não podemos aferir, não tem como, mas algumas não sobreviveram ao tempo. Tem capas que não são comparáveis. Não dá para comparar um livro de arte com um livro de literatura. E não dá para premiar recurso gráfico. Só porque a capa foi impressa em um papel vegetal, tem uma lombada aberta. Nem apenas só por causa de uma ilustração. Ainda que entendendo a inteligência na escolha de uma imagem. E temos capas comerciais. Chamativas, que vendem bem. Vão além de uma capa.

E uma coisa importante, que a gente vê muito aqui e o que caracteriza a nossa profissão é o manejo tipográfico. As imagens a gente importa. Mas a tipografia é fundamental.

*Ao final Victor Burton selecionou suas capas preferidas (sem incluir nenhuma sua).*

**Entrevista com Daniel Louzada, livreiro, sócio proprietário da Livraria Leonardo Da Vinci. Realizada no Rio de Janeiro, no dia 16/10/2019**

*A primeira coisa que eu pergunto para todos os entrevistados: falar da sua trajetória profissional e como surgiu sua relação com o objeto livro?*

Eu comecei como vendedor de loja, na Saraiva de Porto Alegre, eu tinha 24 anos, fiquei um ano e meio na loja, passei à gerência e fui transferido para São Paulo, para a matriz. Lá, já em uma função administrativa, montei lojas, passei a montar acervos de lojas, e depois de um tempo, passei a ser o gerente de compras da rede, de áreas de interesse geral de toda a rede Saraiva. Passei a gerenciar uma equipe, enfim, que comprava os livros, analisava os livros, eu fazia toda essa gestão e fiquei até 2015 lá.

Em 2015 eu mudei aqui para o Rio de Janeiro, e a partir de 2016 aqui na Da Vinci, eu comprei a livraria. A livraria mudou, enfim, fez uma grande reforma, mudou um pouco o acervo, e conseguimos dar continuidade à Leonardo Da Vinci.

Eu sempre me relacionei com livros, apesar de não ter sido um grande leitor na infância, nessa época não tinha livros em casa, mas a partir da faculdade, quando eu entrei na universidade, fui para a área de humanas, história, aí passei a ter uma relação muito mais próxima, e me formei como leitor.

Quatro anos depois disso, depois que comecei a trabalhar diretamente como vendedor de livros, essa relação se intensificou e eu pude trabalhar com ele como produto e mantenho essa relação profissional e afetiva com esse objeto, que me atrai também intelectualmente. Passei também a me interessar pela história desse objeto, mas inegavelmente, ainda que eu tenha hoje uma grande relação como leitor, minha relação com o livro vem muito da prática, como vendedor de livro. E isso sem dúvida altera a minha relação com o livro, porque você passa a perceber os livros de outra forma. Livros que talvez não te interessem como leitor diretamente, mas que te interessam enquanto produtos, objetos de interesse comercial, a gente começa a entender que eles dialogam com determinado público, se encaixam em determinado nicho dentro do mercado, uma leitura como produto comercial, que tem valor.

*A partir daí eu começo então a trazer um pouco para a minha pesquisa: a capa do livro. A capa do livro enquanto ferramenta de venda. Você enxerga isso? E faz uma leitura de qualidade da capa?*

Claro, isso é inevitável. Como leitor a gente já faz isso, com base na nossa percepção, no nosso repertório, no nosso gosto, a gente tem nossos afetos, as capas que a gente gosta, as que a gente não gosta, aquelas que causam estranheza, aquelas que falam mais ao senso comum, o que é feio, vulgar, dentro dos seus critérios. E sem dúvida a capa é uma das ferramentas para vender um livro. Uma boa capa pode chamar a primeira atenção do possível comprador.

Em alguns casos ela não sustenta necessariamente a venda, mas sim e em alguns casos um bom título de livro também ajuda a vender, e com certeza a capa possibilita muitas vezes o primeiro contato do leitor com o livro considerando que hoje a gente tem uma oferta enorme, sobretudo no ponto de venda físico. Na venda virtual acho que isso tem outras nuances, mas na livraria, no ponto de venda físico, onde você disputa a atenção com milhares de outros livros, milhares de outras capas, a capa acaba sendo um diferencial, especialmente para a primeira aproximação, o cliente pegar o livro, olhar a quarta capa, ler as orelhas. Então eu concordo sim, que a capa é um instrumento de venda.

Tem capas que são muito infelizes, que não comunicam o que é o livro, então se você não comunica ou comunica outra coisa, você muitas vezes não vai estar alcançando o seu leitor. Se você tem, e aqui vai um exemplo tosco, uma linguagem de um romance histórico na capa e o livro é um romance policial, você não vai atingir o público do romance policial, especialmente quando a gente fala da venda por impulso. Quando você olha uma mesa dessas da livraria, cheia de livros, cheia de impulsos, a decisão do comprador é feita às vezes num átimo de segundo, então aqui, especialmente, a capa é muito importante, sim.

*Como você organiza seus livros aqui?*

Eu organizo tematicamente, não faço nenhum corte por capas, especificamente, mas meu corte é meu perfil potencial, os livros que eu quero sugerir para o meu cliente, e se a capa deles é boa, obviamente eu me valho disso. E eu faço as minhas apostas enquanto livreiro e não podemos desconsiderar o fato de que esta é uma indústria movida a lançamentos, mas eu tento fazer esses lançamentos dialogarem com o meu público, o cliente que vem na minha loja. E a mistura acaba sendo inevitável.

Como se diz no interior de São Paulo, o livroorna a livraria, é um objeto bonito, colorido, diverso, você tem capas muito bonitas. Quando eu estava com a loja vazia aqui, terminando a reforma, o mobiliário vazio, por exemplo, era uma coisa, quando entraram os livros, mudou tudo, o livro por si é um objeto decorativo, haja vista que ainda hoje tem quem compre livro

por metro para decorar a casa, então naturalmente os livros chamam a atenção. Coisa que não acontece tanto em outros países.

*Falando em qualidade em capa de livro, o Prêmio Jabuti tem três critérios que para ele definem qualidade: atratividade visual e identificação com o tema da obra; harmonia entre capa e demais elementos e visibilidade do título e da autoria...O que você acha desses critérios?*

Em primeiro lugar, eu acho que a capa tem que ter visibilidade. Algumas capas eu acho que pecam pelo excesso de "design" se você pode se dizer assim... Você não consegue ler o título da obra. E há hoje há ainda uma campanha contra o código de barras, e agora estou falando de quarta capa, mas há uma tendência a esconder o código de barra, fazer arte com o código de barras e isso corrompe a função dele, afinal o livro é um produto, uma mercadoria a ser vendida que precisa passar no caixa.

Legibilidade é bastante importante, às vezes vejo que o título não é legível. Depois é uma questão de adequação ao público. Você tem capas mais ou menos originais, mais ou menos criativas. A Aleph, por exemplo, que eu me lembro agora, tem feito capas novas e inovadoras, para os livros de ficção científica, Philip K. Dick, *O Homem do Castelo Alto*, que eu achei muito felizes.



Figura 72: capa do livro *O homem do castelo alto* da Editora Aleph, criada por Giovanna Cianelli.

*Você lembra de alguma capa? Tem capas marcantes para você?*

Muitas, muitas, tem que pensar. Tem aquelas capas geniais da Moema Cavalcanti, *Os Sentidos da Paixão*, da Companhia das Letras, capas com facas, com grampos, eu entendo, mas ao mesmo tempo como livreiro eu tenho que dizer que não são capas apropriadas para o ponto de venda. São capas que rasgam, dão prejuízo para a livraria, estragam o livro. Mesmo o novo livro do Ian McEwan – *Máquinas como eu*, que é uma bela capa, mas que rasga muito facilmente por conta da faca. E ela encarece. Então temos um lado positivo e outro negativo.

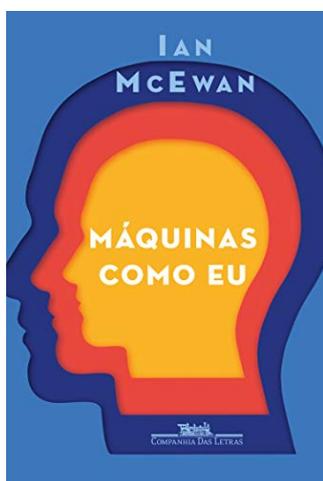


Figura 73: capa do livro *Máquinas como eu* da Companhia das Letras, criada por Claudia Espínola de Carvalho.

Eu tenho uma edição do *O Grande Sertão Veredas*, com a capa dura revestida de tecido, branca e o título costurado em vermelho, da Nova Fronteira que é linda.

Tem uma coleção da Cosac, 24 por 7, *O Fim do Sonho*, que do alto da minha incultura de design, pode até ser bonita, mas ela sofre de ilegibilidade.



Figura 74: coleção 24/7 da Cosac Naify, criada por Elaine Ramos.

Um projeto que eu gostei muito, não só a capa, mas o projeto como um todo, que está agora na Ubu, da Elaine Ramos que é o livro *Bartleby* do Melville, com a coisa da experiência, o livro que vinha costurado e que tinha que ser aberto.

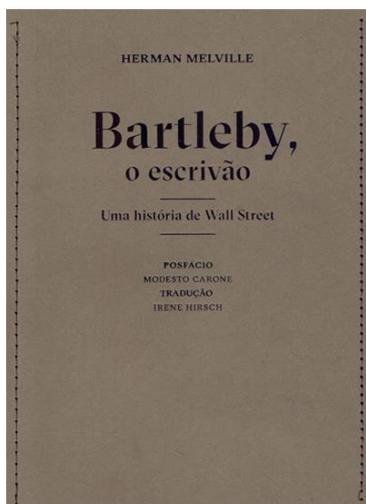


Figura 75: capa do livro *Bartleby* da Editora Ubu, com projeto gráfico da Elaine Ramos.

Enfim, tem capas com fotos muito fortes, muito boas, *O Enclausurado* do Ian McEwan, acho muito sintética, muito forte. Dá para perceber que as capas melhoraram.

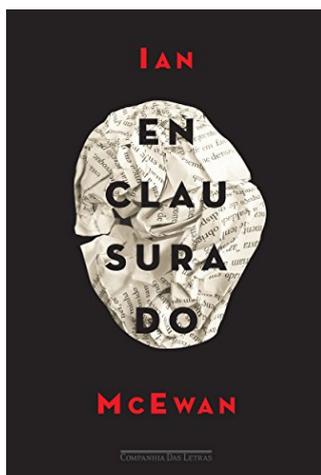


Figura 76: capa do livro *Enclausurado*, da Companhia das Letras, criada por Cláudia Espínola de Carvalho (Imagem: Google).

Acho tudo isso é muito consequência dos trabalhos feitos pela Companhia das Letras e pela Cosac Naify, que elevaram a qualidade a outra potência, mas temos muitas capas boas, eficazes, eficientes. Eu tenho gostado muito das capas da Boitempo, às vezes eles usam fotos, às vezes ilustrações. A Todavia tem uma linha mais conceitual. A Rádio Londres tem um padrão, um bom padrão. A própria Perspectiva, que tem um catálogo antigo, mas com coisas interessantes e tem feito sobrecapas, para diferenciar seus livros.

Um erro comum que eu vejo em algumas capas é o excesso de informação. A editora tentar colocar tudo na capa, citações, chamadas. Tem um livro que é de um autor amigo meu, e que fez algum sucesso, *O homem que odiava Machado de Assis*, que para mim é a pior capa dos últimos tempos, eu não cometi a indelicadeza de falar isso para ele, mas ela peca exatamente por isso, por esse excesso. Cheia de elementos, cores, sem margens.

Mas a média melhorou bastante. E você começa a ver editoras pequenas, editoras muito pequenas fazendo um trabalho interessante. Elas têm esse cuidado, essa preocupação. Quando eu comecei a comprar livros, tinha muita coisa muito ruim. E mesmo grandes editoras como a Record, a Rocco também melhoraram, mesmo capas para grande público, você vê que ficaram melhores.

*Agora, Daniel, eu queria fazer com você um exercício que é olhar as capas premiadas pelo Jabuti. Avaliar, reavaliar essas capas e destaque as que mais te agradam.*

Tem capas que são datadas, a gente consegue ver que envelheceram. Temos alguns padrões. É interessante esse exercício. São muitas capas...

Eu gosto de algumas boas fotos que temos aqui. Essa do Milton Santos, essa do Hitchcock, essa do Stalin. Essa também é uma foto boa, dentro do padrão (livro *Os Espiões* do Luis Fernando Veríssimo)

*Ao final Daniel selecionou as suas capas.*

**Entrevista com Gustavo Piqueira, designer gráfico, sócio-proprietário da Casa Rex.  
Realizada em São Paulo, no dia 1/11/2019.**

*A primeira coisa que tenho perguntado para todo mundo é como aconteceu a sua relação com o livro. Como é a sua relação pessoal como profissional? E com a capa de livro, afinal você é um dos capistas mais premiados pelo Jabuti.*

É uma trajetória meio acidentada. A minha geração foi formada com a cultura gráfica impressa, revista, jornal, livro, diferente dessas gerações mais recentes, digitais. Por isso o impresso sempre foi algo muito presente na minha vida. E eu sempre li muito, sempre gostei muito de ler. E ler todo o tipo de coisa, inclusive a relação texto e imagem.

Curiosamente eu comecei lendo livro mesmo, literatura, aí eu abandonei a literatura, talvez como uma reação ao colégio eu passei a só ler quadrinhos. Mas enfim, sempre foi algo muito próximo.

Profissionalmente, quando eu montei a Casa Rex, meu escritório de design, a ideia era fazer qualquer coisa em design gráfico, eu não queria me segmentar para uma área específica. Nesse sentido, e isso é uma coisa que eu fui perceber depois, os caminhos que eu fui seguindo foram um tanto ocasionais, quase acidentais. Eu não procurei nada específico. Quando eu abri, a ideia era o que viesse eu faria. Não vinha nada, uma hora começou a vir uma coisa ou outra, e uma delas foi capa de livro.

Aí eu comecei a fazer capas. Mas não foi uma coisa predeterminada, eu não escolhi fazer capas de livro ao invés de capas de CD, que existiam na época, foi a circunstância e tem uma coisa do mercado: o mercado vai chamando quem faz a mesma coisa. É um comportamento quase automático de qualquer tipo de mercado. Eu por exemplo nunca fiz revistas. Eu nunca fiz relatórios anuais.

Eu fiz e faço muitas capas, mas nunca foi o principal do que eu faço em design gráfico em termos de volume. Sempre faço, sempre tem alguma capa aqui no escritório, e calhou de eu começar a fazer os meus livros. Eu me transformei em autor de livros. E acho que acabei, por conta dessa mistura – designer e autor, sendo mais associado ao mercado editorial.

E como pessoa física eu sempre gostei muito de livros. Eu tenho muitos livros. Tem uma brincadeira do meu filho, quando perguntam para ele qual é a coisa mais importante para a mamãe, ele responde que é ele... e a coisa mais importante para o papai: a biblioteca. Que é um xodó meu (mas que, obviamente, não é mais importante que meu filho). Eu tenho uma relação

muito especial e pessoal com o livro, que foi crescendo ainda mais quando eu comecei a fazer meus livros.

Mas eu acho que eu não tenho uma relação romântica com o livro. A minha relação é com a coisa gráfica. Eu acho que o livro é o objeto de design gráfico que melhor oferece espaços para diferentes discursos. O cartaz, por exemplo, é limitado para o tipo de coisa que eu faço, que eu quero fazer. O livro tem a tridimensionalidade, ele possibilita uma complexidade narrativa que eu não acho em outros suportes. Por isso eu faço meus livros, por conta das possibilidades que ele oferece.

E nessa mistura que foi se desenvolvendo ao longo da minha trajetória, hoje eu faço projetos diversos, mas que eu sei que terão livros no meio. O livro funciona sempre como ponto de articulação.

Acho também que a minha relação profissional em termos de mercado com o livro se deu de uma forma um pouco estranha porque a medida que a Casa Rex foi se desenvolvendo, era um escritório de design que fazia várias coisas, mas que o sustento, vinha de uma área específica, as multinacionais, embalagens, e isso teve um efeito muito profundo no resto, nos outros segmentos que eu não trabalhava tão comercialmente. Então com o tempo eu comecei a trabalhar com design de livros, com capas, por prazer e não por necessidade econômica. Então eu comecei a trabalhar com e para amigos. Editoras onde eu conhecia as pessoas e eu comecei a ser um designer difícil, não no mal sentido, mas como ao trabalhar para as multinacionais eu entregava parte do meu estômago, num esquema que não era tão legal para mim, eu optei nas outras áreas por escolher aí sim as relações mais saudáveis possíveis e acabei nessa, deixando, no caso dos livros, de ter uma atuação mais maciça. Eu até era chamado por algumas editoras onde eu não conhecia ninguém, não era amigo de ninguém e acho que eu não oferecia o que outros designers talvez oferecessem, talvez mais flexibilidade do que eu oferecia. Então ficou uma atuação um pouco diletante, eu fazia livros porque eu gostava de fazer, fazia por prazer, até porque se eu só fizesse embalagens da Unilever eu ficaria maluco (não que eu não gostasse de fazer embalagens). Mas com livros era menos, portanto, por uma lógica comercial.

Então nesse sentido, profissionalmente para mim, a relação com fazer livros, fazer capas sempre foi muito boa. Mas talvez muito pouco técnica. O que acabou se tornando uma particularidade do meu trabalho. O fato de eu ter me relacionado com o livro dessa maneira fez com que eu desenvolvesse uma relação de projeto com o livro de um modo muito pouco preocupado com a recepção do cliente. Acho que isso teve riquezas, trouxe para mim uma

liberdade muito maior, inclusive de não ter que respeitar algumas coisas, mas ao mesmo tempo trouxe perdas, porque ao não escutar algumas coisas eu talvez tenha deixado de dialogar ainda que nem sempre fossem diálogos suaves.

*Já que você começou a falar do seu processo de trabalho, vamos mergulhar no que eu estou chamando de perguntas específicas... no seu caso, designer gráfico, você pode detalhar um pouco mais o seu processo de trabalho e se esse processo muda, mudou no decorrer do tempo?*

Eu acho que eu sou o cara que no Brasil, em relação à design gráfico, peguei, trabalhei com os briefings mais científicos e burocráticos do mundo. Além da brincadeira que eu faço do meu estômago que eu vendi para as multinacionais, o que eu levei de trabalhar com essas multinacionais foi uma percepção e especialmente uma desconfiança desses briefings "científicos". Eu passei a questionar cada vez mais essa pretensa objetividade de uma solução. Ao ser forçado a explicar projetos em minúcias e minúcias e minúcias, eu comecei a enxergar o quanto havia de uma racionalização não só de soluções de projetos mas de princípios do que é um bom design e que não é, e hoje sei que são racionalizações criadas que servem para justificar e convencer coisas que às vezes não tem explicação. Coisas de uma dimensão subjetiva que a gente elabora com parâmetros.

Eu ao trabalhar em projetos procuro estabelecer parâmetros objetivos. Tudo que se encaixa dentro desses parâmetros eu tiro, daí o que sobra é subjetivo. Todo projeto eu faço assim. E nisso, numa capa de livro, onde os parâmetros objetivos são bem menores, parâmetros objetivos reais e não imaginários como impacto na livraria... é uma coisa discutível, você pode impactar de vários jeitos.

Você tem alguns parâmetros objetivos necessários, formato, material, mas comparado com Dove, que tem 99,8% de parâmetros objetivos, numa capa de livro temos muito mais subjetividade. Num projeto de livro como um todo temos mais parâmetros, eu entendo que o design não pode atrapalhar o conteúdo. A gente até pode interferir, eu faço graça, mas sei que não posso comprometer a leitura.

Agora falando de capas especificamente, o que me sobra como dimensão subjetiva é quase tudo. Lógico que varia de projeto para projeto. Esse processo de delimitação é um processo onde o primeiro ponto dele é a minha compreensão dele, quando chega. Isso varia. Eu faço capas de quadrinhos por exemplo, e eu sei que em capa de quadrinhos tem que botar um desenho na capa, não só porque em geral o desenhista quer, mas é também porque esse desenho a insere

e a define na categoria quadrinhos. Você tem categorias com alguns códigos mais estabelecidos, com parâmetros mais objetivos e tem categorias que não. E meu processo passa por aí.

Eu nunca fiz capa de livro de autoajuda, mas livro de autoajuda tem um código, uma linguagem específica, um padrão que você identifica como autoajuda, e eu nem estou entrando no mérito da qualidade estética, porque é um dado objetivo de projeto. Então passa por definir isso, entender que algumas capas tem mais parâmetros objetivos e outras tem muito poucos.

E isso varia de editora para editora, de briefing para briefing. Tem perfis de editoras, eu acho que se eu faço a capa de um livro baseado em uma tese, não necessariamente tem que ser uma capa monótona, mas existe uma dimensão acadêmica do livro que eu tenho que manter. Essa dimensão acadêmica, por mais que não venha no briefing, não seja manifesta, ela faz parte do projeto. E não que ela seja uma camisa de força, do tipo o título ter que ser grande.

E no geral, no projeto se misturam a editora, o público leitor, o conteúdo da obra, esse conjunto... por exemplo estou fazendo uma capa agora para a Panda Books, uma editora que tem um perfil mais pop. E isso significa um perfil de público mais pop. O público que eles querem atingir, quem eles querem que comprem os livros. Portanto o tipo de discurso que eles elaboram. Então levamos tudo isso em conta. Quando existe. Porque há casos, especialmente em literatura onde isso não existe: um livro pode ser vendido para públicos que a gente não consegui definir em códigos tão esquemáticos. E mesmo quando eu tenho um público mais definido, um público jovem por exemplo, também não vale qualquer coisa. Mas eu levo em conta. Tem que levar em conta. O projeto de design é um diálogo, você tem que ouvir também, não é só falar. E saber ouvir nesse diálogo, é uma das principais qualidades de um designer. Saber ouvir é essencial. Ouvir e discernir, saber discernir o que está sendo dito, o que realmente faz sentido e diferenciar isso do que é só uma fórmula - porque muitas vezes quando você define um público, os códigos desse público você se vale de fórmulas que não necessariamente sejam essenciais e muitas vezes você tem que captar e perceber o que não está dito. O que não está manifesto. Então esse processo de escuta, para mim é muitas vezes mais importante que o briefing formal.

### *E a questão da refação?*

Como eu tive essa peculiaridade de trajetória em relação aos livros, eu tive relativamente pouca refação. Mas a minha vida, a minha "outra" vida profissional é de muita refação. E refação é parte do jogo. Quando temos que refazer um job a gente tem que entender o porque e trabalhar o mais objetivamente possível, sabendo que às vezes isso não é possível. E aí não

adianta. Não adianta. Tem o ser humano. Se ele quer a gente muda. É melhor já aceitar. Senão é tão desgastante, e o nosso trabalho é uma prestação de serviço. Eu acho que a gente pode acrescentar muito de subjetivo, mas no fim, é uma prestação de serviço e existe sim o não gostei. E isso não significa ser a voz da verdade. São coisas diferentes. Um projeto de design não é fruto só do designer, o que sai dali não é só do designer. Eu por exemplo trabalho para duas editoras a Atelier Editorial do Plínio e a Lote 42. As duas são de amigos, as duas me permitem fazer absolutamente o que eu quiser. Mas eu não faço trabalhos iguais para as duas. E ninguém me fala. Para mim eu vejo uma coisa de não ter o trabalho autoral exatamente aí. Não de não existir a subjetividade no trabalho, mas por existirem outras mãos em cada trabalho. Outras mãos envolvidas que atuam no trabalho por meios diversos. Às vezes uma restrição financeira é um jeito diverso, às vezes uma restrição de repertório. São as mãos juntas que estão fazendo esse projeto. E é nesse sentido que ele não é um projeto autoral, individual.

*Mas é uma linha tênue. Eu estou falando com você que é uma grife, como eu conversei com o Victor Burton, que me falou que queria deixar de ser autoral...*

Sim. Mas isso também mostra o quanto ele não era dono do projeto. As pessoas que pediam capas "Victor Burton". Quem pedia Bodoni<sup>32</sup> itálica provavelmente era o cliente que queria uma capa que parecesse com as que já tinha feito. Eu fiz uma capa uma vez uma capa com uma pedra. E a editora gostou tanto que na capa seguinte veio um autor que pediu outra pedra. Então mesmo quando alguém está comprando um trabalho autoral, isso implica que não é você, autor, que está decidindo isso. Você até pode ter esse status grife, digamos assim, ou uma linguagem que a pessoa queira, mas é ela quem decide, fica aqui, tá?! Eu imagino que para o Victor em algum momento tenha sido um pesadelo.

Eu tenho um livro meu, projeto pessoal de iconografia brasileira, com essa coisa das caixas, dos fios, e eu mesmo parei e falei, vai ficar com cara de Victor Burton. É lógico que num certo sentido isso é sim uma coisa autoral, à medida que é uma linguagem que ele desenvolveu e que é associada a ele. O que é diferente de chegar um projeto para ele e ele falar que vai fazer o que quiser. Às vezes a limitação é que eu vou ter que ser como as pessoas estão acostumadas como eu seja.

Então é isso, sempre tem outros agentes envolvidos. E isso é parte da graça de ser designer. A troca. E eu por exemplo, voltei a gostar de fazer reunião. Essa dimensão do design que articula diálogos. Mesmo que às vezes você tenha projetos específicos em que o seu interlocutor

---

<sup>32</sup> Família tipográfica serifada desenhada por Giambattista Bodoni entre 1765 e 1813 (BRINGHURST, 2005)

coloca restrições que impedem o diálogo. Muitas vezes se fala que o designer não entende o diálogo, mas às vezes acontece isso do outro lado. E aí não tem como, o projeto se torna frustrante. E isso existe. E na pior das hipóteses você depois esconde esse trabalho. É a vida.

*Voltando a questão de critérios, vou falar dos critérios do Jabuti:*

1. *Atratividade visual e identificação com o tema da obra.*
2. *Harmonia entre capa e demais elementos.*
3. *Visibilidade do título, da autoria e de outras informações.*

*O que você acha deles?*

Eu compreendo. Enfim, é um prêmio, ele tem que buscar algum critério para justificar a premiação. Visibilidade de título por exemplo é um critério que se justifica quando a venda ocorre em livraria, quando a venda de livros já nem sempre acontece mais só aí. Um mundo que hoje tem outros canais e modelos de venda. O livro não está mais só em livraria. Temos hoje muitas feiras independentes. E nesses lugares o livro está na mesa. Nesse caso a dimensão tátil do livro às vezes é muito importante que o título. E no digital também, há outra forma de ler o título. Hoje esse critério portanto já não está tão justificável. A editora Carambaia, por exemplo, que tem uma venda absolutamente online tem capas lindas que não tem essa preocupação do título. Então esse critério de visibilidade do título só tem sentido para venda do livro em livraria. Agora definir o livro do ano por esse critério eu acho errado. Anacrônico. Então ainda que eu compreenda os critérios, eles já não acompanham a nossa realidade atual. Quais mesmo os outros critérios?

*Tem um outro critério, que é a identificação com o tema da obra, que vou emendar com uma pergunta que todo capista odeia... você lê o livro para fazer a capa?*

É, de fato, eu não leio os livros que vou fazer a capa. Mas vamos lá, porque essa frase já foi muito mal interpretada. Em primeiro lugar, todo trabalho de design gráfico, você tem que saber do que está falando. O que é diferente de você ler o livro. A capa vai sim se relacionar com o conteúdo do livro, mas obviamente ela não é uma tradução literal ou visual do conteúdo. Nem uma síntese do conteúdo. Ela obviamente vai se relacionar com o conteúdo, então você tem que saber do que está falando. O que é diferente de você ter que ler o livro. Saber sim onde estou, onde o livro se situa, no tempo, no espaço, do direcionamento, enfim, isso sim é fundamental. Então essa pertinência e identificação com a obra é fundamental. Mas assim como atratividade visual, que pode ser muito subjetiva, essa identificação, essa pertinência também

pode ser subjetiva. Você tem um tipo de conteúdo de livro que qualquer coisa pode ser pertinente. Não se pode tornar isso como critério absoluto. Especialmente ficção.

Acho que ficção é muito difícil, à medida que a boa ficção não fala só da história que está sendo contada, ela fala de muitas outras coisas. Se você vai fazer a capa do livro *Em busca do tempo perdido*, do Proust por exemplo, qualquer coisa que eu fizer, pode ser pertinente, porque nesse sentido a pertinência ao conteúdo não pode ser científica, porque senão você elimina qualquer capa que não seja figurativa. Não poderia fazer uma capa abstrata, nem uma capa só alltype. E você não teria como fugir de uma obviedade rasa. Então eu compreendo os critérios, mas entendo que eles dão e tem que dar margem a interpretações pessoais. E isso, todo prêmio, de design ou não, é passível de interpretações subjetivas e pessoais. Depende do ano. Dependo do jurado. Varia, não tem jeito. É inescapável, as linhas tênues, as linhas pouco definidas.

*Qual a sua opinião sobre as capas de livro brasileiras, hoje?*

Eu particularmente acho que é uma das áreas do design gráfico brasileiro que tem feito algumas das coisas mais legais. Olhando para o design gráfico como um todo, eu acho que algumas áreas do design gráfico hoje são feitas por estruturas corporativas muito grandes e isso tende a podar os resultados, ainda que corretos, sem explorar coisas novas, e as capas de livro, como ainda ficaram na mão de designers mais independentes, você vê coisas diferentes. Você vê buscas e não só respostas.

*Capistas, você tem alguma referência?*

O Celso Longo e o Daniel Trench são bons, o Victor Burton, o Raul Loureiro, a Elaine Ramos, a Moema Cavalcanti... as capas da Companhia, do João Baptista Aguiar. Mas eu não tenho nenhuma pessoa específica. E acho que depois do apocalipse do fim do livro que não aconteceu, a gente vê coisas interessantes, a parte material ganhou uma nova dimensão, maior - exatamente porque é assim que o livro impresso se diferencia do digital. E curiosamente, ainda que muita gente associe o livro impresso a um objeto nostálgico (o que é uma associação frequente), eu acho que no campo gráfico ele é um dos objetos menos nostálgicos que existe, exatamente pelas possibilidades novas que ele permite. Eu vejo coisas legais, inclusive explorando novos recursos gráficos.

*Para terminar, Gustavo selecionou a partir do conjunto de capas as suas melhores capas.*

**Entrevista com Rui Campos, sócio-proprietário e fundador da Livraria da Travessa.  
Realizada no Rio de Janeiro, no dia 4/12/2019.**

A Livraria da Travessa hoje uma rede composta de dez lojas físicas no Rio de Janeiro, São Paulo e Lisboa e da loja virtual ([www.travessa.com.br](http://www.travessa.com.br)). Desde 2013, a Livraria da Travessa é a livraria oficial da FLIP, Festa Literária Internacional de Paraty. Sua vendagem é de dois milhões de produtos por ano, entre livros, CD's, DVD's e e-books.

*A primeira coisa que tenho perguntado para todo mundo é como aconteceu, como começa a sua relação com o livro. E sua trajetória profissional...*

Agora em 2025, você reserve a data porque vai ter uma festa. Em 2025 eu completo cinquenta anos de livreiro. É bacana, é bonito e é assustador. Eu comecei em 1975. Agora foi uma coisa circunstancial. Não era uma vocação inata. Foi dessas coisas do acaso. Sou de uma família obviamente leitora. O meu avô (eu o chamava de avô, mas ele era o irmão mais velho do meu pai e foi quem o criou) era um intelectual mineiro muito importante, Milton Campos, que foi governador de Minas Gerais. Ele tinha uma biblioteca espetacular em casa, onde aconteciam encontros com políticos e intelectuais. Então de alguma forma trago um pouco disso no sangue. Mas não era um grande leitor.

Eu fui atropelado por alguns livros na minha juventude. Eu me lembro que eu devia ter 14, 15 anos e eu peguei *Crime e Castigo* do Dostoiévski da biblioteca do meu pai. E eu não recomendo. Foi um sofrimento. Até hoje eu sinto o peso daquele livro, mas ao mesmo tempo agradecido porque me formou de alguma forma.

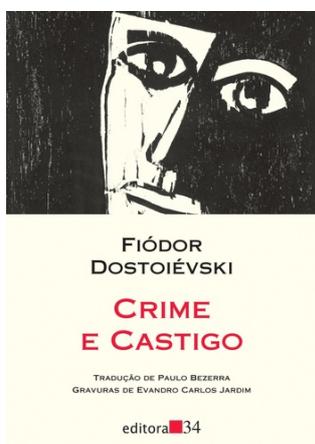


Figura 77: capa do livro *Crime e castigo*, da Editora 34, criada por Bracher & Malta.

Eu tenho uma memória afetiva muito forte: como 90% das pessoas da minha idade tive uma paixão pela coleção dos livros do Monteiro Lobato, aqueles de capa dura, ilustrados. Eu lembro que depois que li *O Sítio do Pica-pau Amarelo*, a primeira vez que eu desejei um livro foi *O Minotauro*, que era a sequência do *Sítio*. Pedi para meu pai comprar.

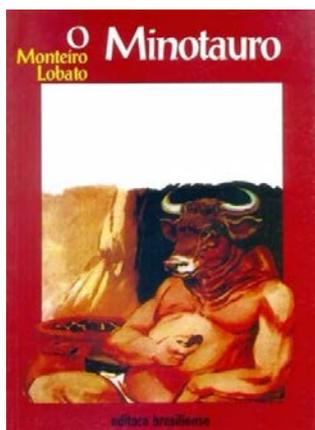


Figura 78: capa do livro *O minotauro* de Monteiro Lobato, editado pela Brasiliense.

E meu pai me levou pela primeira vez em uma livraria, no Edifício Malleta, em Belo Horizonte, no centro, um prédio modernista gigante, com a primeira escada rolante da cidade, várias entradas, uma grande galeria comercial que depois virou um centro de boemia, restaurantes (tinha a famosa Cantina do Lucas) e uma loja de discos.

E você chegava no balcão da livraria e pedia o livro. O sujeito ia lá dentro, pegava o livro e te entregava. Não tinha essa história de livraria aberta, com os livros à disposição, expostos. Nessa época os livros ficavam atrás do balcão. Essa foi minha primeira relação com o livro.

Depois eu me envolvi com o movimento estudantil, com o teatro, e conheci uma menina que foi minha namorada. Tínhamos uma relação muito bacana e ela tinha um primo aqui no Rio que tinha uma livraria. E ela tinha o sonho de vir para cá. Se não fosse por ela eu estaria em Minas fazendo não sei o quê. Ela queria trabalhar com cinema aqui no Rio e eu resolvi vir também. Vim para o Rio e fui trabalhar na livraria do primo dela.

E foi assim que começou. Eu cheguei na livraria, tinha 21 anos e não sabia nada de comércio. Mas acho que tinha sim alguma coisa no sangue, de lojista. Quando cheguei eu não sabia, mas a livraria estava prestes a fechar, por conta de prejuízos, e mal eu tinha chegado, resolvemos assumir a livraria. Juntamos algum dinheiro e eu e a Marta, essa minha namorada,

ficamos com a livraria que ganhou o nome de Muro, que era o nome que já existia na razão social (o nome da livraria original era Carlitos). Nunca soube exatamente a razão do nome Muro, se por causa do Sartre, se por causa do Fidel Castro, mas ficamos com esse nome.

De repente eu e Marta nos vimos empresários e donos de uma livraria, sem a menor experiência. Mas o fato é que a gente trabalhou bem porque a livraria saiu do vermelho e acabou virando um ícone dos anos 1970. Até hoje ela é referência como um símbolo de resistência na época da ditadura. E eu aprendi tudo "na galega", essa coisa do contato com o livro, a minha relação com o livro começou de verdade ali.

Era uma livraria importadora - comprávamos muitos livros franceses, ingleses, portugueses, mas especialmente franceses. Tinha uma Aliança Francesa no prédio (a livraria era no subsolo) e o Rio de Janeiro sempre teve uma cultura muito francesa. Essa herança cultural. E lá eu realmente me revelei apaixonado por esse negócio. Eu trabalhava das 9h da manhã às 10h da noite e depois eu ia para a Carlitos e continuava a vida noturna falando de livros. Dos catálogos da editora. Era uma coisa fanática. Tinha a coisa do cheiro do livro, do formato, do papel.

Você pegava aquelas coleções da Gallimard, a Folio, a Université... as duas livrarias tinham um estoque enorme desses livros e eu ia sempre ao depósito, que ficava na Cinelândia e ficava arrumando, organizando. Depois de um tempo eu conhecia os catálogos de cor. Tanto essas editoras estrangeiras, como também de algumas editoras brasileiras, como por exemplo a Perspectiva, do Jacó Guinsgurg, que tinha um catálogo maravilhoso. Eu sabia e sei até hoje o catálogo de cor.

A pouco tempo fui em evento em homenagem à Editora Perspectiva e fui convidado a falar: falei disso de conhecer o catálogo de cor. E falei de um drama, de um dilema que tínhamos na antiga livraria e que temos até hoje agora aqui na Travessa, que é o de como expor coleções. Deixar todos os livros juntos ou separá-los por temas, por autores? É uma briga, uma confusão. Uma questão complexa. Vira e mexe esse assunto volta. E a coleção fica lá no fundo junto da escada. Mantenho todos juntos.

Tem algumas histórias do meu filho José, que hoje faz faculdade de história e é muito ligado ao livro: um dia ainda adolescente, vejo ele embaixo da escada e ele me vê e me fala, essa coleção é maior barato, adoro essa coleção. Foi a primeira vez que eu realmente percebi a paixão dele pelo livro: ele comentando as capas da coleção Debates...

Outra história relacionada a isso: ele chega em casa e fala que esteve na livraria e comprou um livro. Eu pergunto qual e ele todo orgulhoso: *Mimesis*, do Auerbach. Imediatamente eu falei "ah, o número dois da coleção Estudos?". Ele fica boquiaberto e a admiração dele por mim cresce um tanto...

E uma terceira história dele, que também mostra essa relação dele com os livros: ele chega em casa e joga, literalmente, um livro em cima de mim dizendo "olha isso!". Eu peguei e era um livro da Editora Ubu, daquela coleção de antropologia contemporânea e ele "isso que é capa!". Por esse comentário você vê que o cara é do ramo.



Figura 79: livros da coleção *Argonautas | Antropologia Contemporânea*, da Editora Ubu, com capas e projeto gráfico de Elaine Ramos.

Em 2007, 2008, 2009 começaram a surgir os leitores eletrônicos e com eles os profetas visionários da distopia do apocalipse do fim do livro. O livro de papel vai acabar, vai deixar de ser um objeto de mercado, profetizavam os artigos da *Publish News*. Tinha um articulista, Mike Shatzkin que deu, em 2009, até a hora e data que a última livraria ia fechar as portas, em 14 de novembro 2014... e eu e nós todos da livraria éramos muito questionados por isso. O pessoal falava "e agora?" Porque realmente é uma loucura: se você for pensar, toda essa livraria hoje cabe em um Kindle. Então para que? Carregar peso? Mas vivemos e atravessamos essa fase da profecia do fim do livro.

Nós, aqui da Travessa fazemos a FLIP (Feira Literária Internacional de Paraty) todo ano. Somos a livraria oficial. A cada edição a gente leva 50 mil livros. Metade a gente vende, metade a gente traz de volta. 25 mil livros vendidos em quatro dias: um fenômeno. Tenho um amigo

meu, conhecido do varejo, que reconhece que esse talvez seja o case de maior número de itens vendidos num curto espaço de tempo. Uma operação de quatro dias... colocamos dez caixas para facilitar a dinâmica de pagamento (aqui na Travessa de Ipanema temos quatro), são mais de duas mil caixas de livro saindo do caminhão e eu sempre retomo a frase da época do fim do livro: tudo isso aqui cabe em um Kindle, é um paradoxo. E esse objeto continua. Esse objeto mágico. E puxando a sardinha para o designer, esse objeto melhorou enquanto produto.

*Então aproveitando a sua história, como você vê o livro hoje? Melhorou? Qualidade de design? Qualidade gráfica?*

Sim, tem toda uma história aí: o livro é um objeto multissensorial, as pessoas querem ficar perto deles. Tem um amigo meu que fala isso: eu não compro livro só para ler, eu compro para o livro ficar perto de mim. Ou para eu ficar perto dele.

Então o que decepcionou os profetas do fim do livro? As pessoas falaram não, queremos continuar com o livro impresso. Eu nunca consegui explicar racionalmente... a gente fala que o livro é um objeto gostoso, multissensorial, o cheiro, o papel, o tato, mas é muito difícil racionalizar, na verdade é uma paixão. E para que essa paixão tenha permanecido e se afirmado, o livro tem que ser desejado, tem que ser um objeto de desejo, um produto que você tem vontade de levar para casa.

O Caetano Veloso tem aquela música *Livros*, linda, que fala exatamente isso: “objetos transcendentais que podemos dotá-los do amor tátil”. Então cada vez mais a gente precisa que as pessoas responsáveis pelo livro, os editores, os designers, os agentes do mercado continuem se preocupando em como melhorar as capas, e o livro enquanto objeto.

E você tem sim, uma evolução, uma mudança: enquanto nos anos 70 as editoras tinham muito mais coleções, eram comuns as capas padronizadas, como a própria Perspectiva que a gente já comentou, a Gallimard, a Folio. Depois com o tempo essas edições começaram a ganhar sobrecapas ilustradas, ilustrações que abraçam o livro e dão mais vida a ele. Tivemos a Civilização Brasileira, com capas bem gráficas, tinha a Zahar, que apesar de sisudas, eram boas capas.

A primeira grande discussão sobre capas de livros que eu me lembro de tomar conta do mercado foi exatamente o Victor Burton, quando ele começou na Nova Fronteira a fazer capas e foi uma verdadeira revolução conceitual: o objeto livro começou a ficar uma coisa muito bonita.

Depois você tem a chegada da Companhia das Letras: *Rumo à estação Finlândia*, do Edmund Wilson (que é o primeiro livro da editora) e o *Tudo que é sólido se desmancha no ar*, do Marshall Berman. Foram dois livros marcantes com capas belíssimas, do Ettore Bottini e do João Baptista da Costa Aguiar, respectivamente. E a Companhia traz uma "escola" de capistas, que, além desses dois, inclui a Moema Cavalcanti, o Raul Loureiro e depois o próprio Victor Burton.



Figura 80: capas de João Baptista da Costa Aguiar e Ettore Bottini para a Editora Companhia das Letras (1989).

E todos correram atrás. De uns anos para cá a coisa ficou ainda mais rica. Depois que o fim do livro impresso foi superado, há uns cinco anos atrás, começaram a aparecer novas editoras, e com elas uma deliciosa guerra criativa envolvendo capas. Você vê editoras como a Carambaia, a n-1 Edições (que acabou de nos mandar um livro que vem envolvido em uma flanela - o pesadelo do livreiro) ...

*O Daniel Louzada da Leonardo da Vinci também reclama dessas capas que são pesadelos para o livreiro...*

Sim, capas com facas, como essa última do Ewan McEwan (*Máquinas como eu*), que rasgam, livros com formatos malucos, que são um inferno para colocar na estante...

*O que é uma boa capa para você?*

A gente comenta aqui que é uma coisa de bater o olho. Agora a resposta, o porque, nem sempre é racional, na verdade não é racional, é muito subjetivo. Teve um exemplo recente, eu estava na livraria do Leblon para um lançamento, e vi um livro do Truffaut, *Filmes da minha vida*, uma capa azul, linda com um papel meio kraft, e eu não resisti. E se você for olhar, é uma

capa até simples, sem nada de mais, mas talvez exatamente por isso tenha chamado tanto minha atenção. Me cativou.



Figura 81: capa do livro Os filmes da minha vida, de François Truffaut, editado pela portuguesa Orfeu Negro.

*Vou tentar te ajudar com os critérios do Prêmio Jabuti, que são:*

1. *Atratividade visual e identificação com o tema da obra.*
2. *Harmonia entre capa e demais elementos.*
3. *Visibilidade do título, da autoria e de outras informações.*

A coisa de identificação com o tema da obra eu entendo, você bater o olho e a capa te passar imediatamente do que se trata o livro, quando a coisa é graficamente bem trabalhada. A identificação do título é importante para o livreiro. Você vê muito livros que o editor não faz isso e depois acaba colocando uma cinta para identificar, em vários livros de arte isso acontece.

*E capas de fora? Europeias, americanas?*

Eu tive uma experiência como editor na Editora Aeroplano, da Heloísa Buarque. Ela me chamou porque eu seria o braço varejista da editora e a Heloísa, quando ela fala, você obedece. E a gente ficava discutindo as capas, ela é uma pessoa que pensava muito no objeto livro, também tinha muito esse olhar. Eu tenho muito esse olhar. Mas não sei explicar...

É engraçado que a Heloísa falava das capas de *pocket books*, ela adorava, aquelas coisas super marcantes, com *hot stamping*<sup>33</sup>, capas que gritavam, coisas vermelhas, douradas, metalizadas, muito a linguagem e a lógica do mercado norte-americano. Os livros primeiro são lançados em capa dura (*hardcover*) e depois, quando vão para as *softcovers*, e finalmente para

<sup>33</sup> Processo de acabamento que emprega laminado metálico para estampar capas de livros. (BANN, 2010)

as versões de bolso, as capas vão ficando cada vez mais vendedoras, mais apelativas - basta ver as livrarias de aeroportos, capas que você vê de longe.

Os livros franceses são mais refinados, mais elegantes, as capas são mais neutras, mesmo as coleções de bolso - pega a Gallimard (“a mãe de todas as editoras”, como a gente diz), são mais sóbrias. Na Inglaterra tem a Penguin - projetos gráficos que não mudam. Dos portugueses (agora a gente está em Portugal) eu gosto muito das capas, eles usam muito papel fosco, também são refinadas, ainda que às vezes, mais sisudas.

Mas ao mesmo tempo temos a globalização que começa a igualar um pouco todos os países, as capas ficando cada vez mais parecidas, pega um *Harry Potter*, um grande *bestseller* e a capa é a mesma no mundo todo.

Agora as capas brasileiras estão muito bem. Eu vejo esse comentário dos estrangeiros. Lá em Lisboa, onde temos uma filial, os portugueses gostam muito das capas brasileiras.

*E capa boa vende mais?*

Sim. Tem um caso recente que você deve conhecer, o livro do Leminski, a antologia da Companhia das Letras, *Toda poesia*, foi um fenômeno... claro que o Leminski é um autor de fácil absorção, mas aquela capa funcionou muito, muito bem, e o livro vendeu horrores - eu brinco que quando a capa é muito boa, como foi o caso daquela, dá vontade de passar manteiga de tão apetitoso que fica o livro...

E o inverso é ainda mais fácil de explicar - todo ano chegam listas de saldos de algumas editoras estrangeiras - Thames and Hudson e Taschen, por exemplo. Você pode apostar: os livros que estão lá, a grande maioria dos livros tem capas ruins. E você comprova o quanto pode ser desastrosa uma escolha equivocada de capa.

*E há uma preocupação de organizar as vitrines em função de uma boa capa?*

Claro que há. A gente procura fazer uma organização temática, onde um livro leva a outro, mas quando uma capa é boa isso dá ainda mais força para essa lógica. E se sobra um espaço na vitrine, um buraco, obviamente se tiver um livro com uma capa que te agrada, a gente vai colocar lá.

*Você lembra de algumas capas? Capas que te marcaram?*

Essa capa do Leminski, a coleção da Ubu que a gente falou, agora um exemplo recente de capa ruim: o novo do Chico Buarque, *Essa gente*. Eu fiz até questão de depois pedir para o pessoal de Portugal me mandar a versão portuguesa, e a capa de lá eu gostei mais - uma foto do Leblon.



Figura 82: capas das edições brasileira (capa e projeto gráfico de Raul Loureiro) e portuguesa do livro *Essa gente*, do Chico Buarque, editados pela Companhia das Letras.

Aquela coleção da Companhia das Letras dos seminários do Adauto Novaes (com capas da Moema Cavalcanti) foi muito marcante...



Figura 83: capas de Moema Cavalcanti para *Os sentidos da paixão* e *A crise da razão*, da Companhia das Letras.

*Eu trouxe aqui as capas que ganharam o Jabuti desde 1990 até 2017, e queria que você fizesse o papel de jurado, selecionasse as capas de sua preferência.*

Essa capa do Paul Auster do Companhia das Letras, que é legal, mas que foi uma tragédia para o livreiro por conta desse papel corrugado que amassava e a gente perdia diversos exemplares - de novo a leitura do livreiro...

*Rui faz a sua seleção...*

**Entrevista com Luiz Schwarcz, sócio fundador da editora Companhia das Letras.  
Realizada em São Paulo, no dia 13/01/2020.**

Luiz Schwarcz é editor e escritor brasileiro. Ex-aluno do Colégio Rio Branco e formado em administração de empresas na Fundação Getúlio Vargas, trabalhou na Editora Brasiliense, onde alcançou o cargo de diretor. Em 1986 fundou, junto com a esposa Lilia Moritz Schwarcz, a editora Companhia das Letras.

*A primeira coisa, é uma pergunta que eu fiz para todos os entrevistados: queria ouvir como foi sua história pessoal e profissional em relação ao livro.*

A minha vida, desde a adolescência foi muito ligada ao livro. Um pouco por influência da minha mãe que era uma leitora contumaz, um pouco por eu ser filho único.

Eu escrevi um livro infanto-juvenil, *Em busca do tesouro da juventude*, no qual eu faço uma ficção a partir de um fato real que aconteceu comigo quando eu estava no ginásio, no Colégio Rio Branco. Em um determinado dia, o professor de português resolveu ler um conto na aula e parou no clímax, na hora de maior suspense da história e isso ficou muito marcado para mim. Eu fiquei esperando o dia seguinte para conhecer o final do conto e depois eu vim a descobrir que esse conto *A nova Califórnia*, vai vir a ser o primeiro trabalho profissional que eu fiz na Editora Brasiliense, uma coletânea de contos do Lima Barreto. No livro eu falo que a minha carreira de editor de livros começou naquele dia no ginásio.



Figura 84: livro *Em busca do tesouro da juventude*, de Luiz Schwarcz, 2003 com capa de Patricia Sartori.

Mas a minha mãe teve muita importância também: ele teve doenças longas causadas por problemas de gravidez complicada, perdeu vários filhos depois que eu nasci e eu passava muito tempo fazendo companhia para ela, lendo a coleção *Tesouros da juventude*. A minha relação começa então nesse período, com onze anos ou um pouco mais...

Depois eu fui me transformando em um leitor de ficção até o começo de minha vida universitária, quando eu comecei a me engajar politicamente no movimento estudantil e o fato de que eu entrei em duas faculdades, na História da USP (Universidade de São Paulo) e na Administração da FGV (Fundação Getúlio Vargas), porque tinham me criado para ser herdeiro do negócio da família, uma gráfica. Não cursei a História, só a FGV, mas minhas leituras passaram a ser, mesmo na faculdade de administração muito voltadas à sociologia e às ciências humanas. Passei a ser então nessa época um leitor de não ficção e comecei até a desprezar um pouco a ficção, bobamente.

Foi nesse momento, do meio para o final do curso na FGV que eu percebi que não ia conseguir seguir a carreira de herdeiro, e comunico a minha família, e começo a me encaminhar para uma carreira acadêmica, achava que eu poderia ser um sociólogo de temas ligados a empresas, para tentar aproveitar um pouco do que eu estudei. Virei um leitor ávido de Foucault e entrei no mestrado para fazer uma tese, influenciada pelo pensamento dele, sobre manuais de psicologia industrial, disciplina e tal. Ao mesmo tempo eu precisava ter um estágio para validar meu diploma de graduação e fui procurar editoras e livrarias, porque achava que no futuro seria livreiro, seria um acadêmico dono de uma pequena livraria. Esse era o futuro que imaginava para mim quando tinha 20 anos.

E com esses mesmos 20 anos eu comecei a trabalhar na Editora Brasiliense e sai com 29 anos, às vésperas de criar a Companhia das Letras. Então os livros sempre estiveram presentes na minha vida. Meu pai não era um grande leitor, era um homem mais simples, com pouca formação cultural, sobrevivente de guerra, mas mesmo assim, um dos livros mais importantes que eu li na minha vida foi um livro que ele me deu para ler, nesse meu período de formação que foi *Os meninos da Rua Paulo*. Essa foi a minha formação até entrar na Brasiliense.



Figura 85: livro *Os meninos da rua Paulo*, 2017, Companhia das Letras, com capa de Alceu Chiesorin Nunes.

Eu entro na Brasiliense pouco antes de começar o mestrado e com isso eu até curso as disciplinas, consigo cumprir os créditos, mas não chego a escrever a dissertação e, portanto, não concluo o mestrado. A minha carreira na editora começou a crescer, eu trabalhei praticamente nove anos lá. Entrei como estagiário de administração, mas na verdade só fui aceito porque o Caio Graco Prado simpatizou comigo e talvez tenha intuído alguma coisa. Eu falei que faria qualquer trabalho administrativo que ele se ele precisasse, mas que eu gostava muito de livros e quem sabe poderia ajudá-lo de alguma forma.

Eu fui passando por vários lugares e fiz uma verdadeira faculdade de editoração lá. No período de um ano e meio eu virei chefe da produção editorial de lá e mal sabia o que era um fotolito na época, ou como se fazia composição. E passei a chefiar pessoas que era profissionais disso há muito tempo. Era o estilo de gestão do Caio. Ele se arriscava e apostava nas pessoas e a empresa estava mudando por influência dos jovens que entraram lá. Foi na época que ele fundou a *Leia Livros* (revista literária) e tinha gente nova como o Caio Túlio Costa e o Matinas Suzuki, que hoje trabalha comigo aqui na editora, e fomos nós que fomos mudamos um pouco a cultura da Brasiliense. E foi uma escola fantástica.

*Além de Os meninos da rua Paulo, que outros livros te marcaram?*

Foram muitos. De juventude mesmo, *O estrangeiro* do Camus, que me marcou muito. Hoje talvez eu não citasse, mas nessa época o Herman Hesse foi um escritor que me encantou muito com *Demian* e *O lobo da estepe*. Mais para frente eu me liguei muito no Borges e no Cortázar e comecei a acompanhar a produção brasileira dessa época, os livros do Ruben Fonseca, que foram muito importantes para o surgimento da literatura urbana no Brasil.

E eu tive um trabalho antes da Brasiliense que foi um estágio dentro da própria FGV no departamento de ciências sociais. Por estatuto, cada departamento tinha que ter um estagiário e eu descobri que o de ciências sociais não tinha, então eu pleiteei a vaga com o diretor e ele teve que me aceitar. Como ele não tinha função para mim e não sabia o que fazer comigo, ele decidiu me mandar para a biblioteca fazer fichamentos de livros de ciências sociais. Eu aproveitei para fazer um curso autodidata de sociologia. Pegava um autor como Émile Durkheim e lia a obra dele. E entregava fichamentos. Um dia a porta estava entreaberta e vi que depois que eu entregava os fichamentos ele jogava no lixo (risos). Mas era um trabalho de leitor, uma coisa que eu fazia para mim. E aproveitei muito.

Os livros então me afastaram de ser um empresário, um industrial que fazia cartões de natal, embalagens... por outro lado a gráfica da família me ajudou. No início da Companhia das Letras, a gente imprimia o miolo em diversas gráficas e deixava as capas para imprimir lá na gráfica do meu avô.

Por conta disso, no início da Companhia nós pudemos fazer algumas coisas interessantes: no terceiro ano da editora fizemos uma edição de um livro com 4 mil capas pintadas a mão - *Escritores - entrevistas da Paris Review*. Foi uma ideia que surgiu junto com uma dupla que fazia camisetas artesanais, o Marcos Mariutti e o Clóvis França. Estávamos no Masp, no lançamento de um outro livro e eu falei com eles que meu sonho era fazer um livro com todas as capas diferentes e eles toparam. Pegamos a gráfica do meu avô em um período de férias coletivas e imprimimos o preto. Eles pegavam as folhas com três capas em cada e pintavam, eu presenciei isso e para o lançamento a livraria Cultura da Paulista (na época ainda a pequena) retirou todos os livros de uma estante e colocou todos os livros dessa edição lá.

Fizemos o lançamento com as 4 mil capas diferentes do livro e vendemos 500 exemplares só em uma noite. Só pelo fator simbólico, o livro exclusivo de cada leitor. Cada livro diferente. O quanto cada livro se tornou individual para cada leitor por conta dessa capa. Foi muito bonito.

Muito anos depois conseguimos fazer a mesma coisa com o uso de um programa de computador: *Escritores - entrevistas da Paris Review 2*, novamente 4 mil capas diferentes, 4 mil mosaicos de cores diferentes criados por computador. Só que o primeiro foi feito com aquarela e teve até uma coisa engraçada: minha filha, com 5 anos estava naquele dia na gráfica e pintou uma das capas. E quis colocar para vender. E vendeu. Não sabemos onde ela está hoje.



Figura 86: processo de execução das capas do livro *Escritores – as entrevistas da Paris Review*, 1988, com capas pintadas a mão por Marcos Mariutti e o Clóvis França.



Figura 87: capas do livro *Escritores – as entrevistas da Paris Review* de 2017, com capas projetadas por Flávia Castanheira onde através de um programa de computador puderam ser impressas 4 mil capas com diferentes combinações de cores.

*Agora puxando para o meu lado, queria saber de capas marcantes para você, você consegue falar de algumas?*

Eu considero que o design de capas no Brasil nos anos 60 estava no nível dos melhores do mundo. Se você pegar as capas do Eugênio Hirsch onde ele não separava ilustração de tipografia e priorizava o design tipográfico, se pegar o sofisticado modelo gráfico das capas da Zahar, eram coisas que estavam alinhadas com o que era feito de mais sofisticado na época como por exemplo as capas do selo americano New Directions.



Figura 88: capas do selo New Directions, com design de Alvin Lustig (década de 1950).

E eu acho que no fundo o Brasil sempre esteve bem em termos de design de capas, mas acho que durante um tempo, nós buscamos uma modernidade meio equivocada com uma preponderância da ilustração sobre o desenho tipográfico. E eu posso até participado um pouco disso na Brasiliense, mas depois já na Companhia, com grandes capistas que trabalharam aqui como o João Baptista da Costa Aguiar e a Moema Cavalcanti, esse entendimento da capa como resultado de uma composição tipográfica volta a ter força. Houve essa preocupação com o a ilustração, com o lado figurativo, mas mesmo assim as capas brasileiras sempre foram boas.

Sou partidário de capas mais limpas e tipográficas, entendendo que o o autor e título são os centros gravitacionais do livro. Eu reconheço a qualidade das capas da Moema Cavalcanti dos seminários do Adauto Novais e as capas do João Baptista Aguiar para a série Jornalismo Literário aqui da Companhia. Foram muito importantes. Além disso, entendo que a contribuição que a Companhia das Letras deu para as capas de livro no Brasil foi não só o fato de que nós efetivamente nos preocupávamos e nos importávamos com elas, mas também pelo fato de

abrirmos mão por exemplo de letras obrigatoriamente bold, ou do tamanho dos títulos. Na Brasiliense por exemplo era proibido usar corpos pequenos para o tipo do título do livro, o Caio tinha essa visão - o título tinha que ser grande e bold.

Teve uma série de livros muito importante aqui na Companhia, dos livros de história, com capas desenhadas pelo Ettore Bottini, onde a gente usava ilustração e os títulos vinham dentro de caixas. Hoje isso pode parecer pouca coisa, mas na época essa inversão dos pesos do título do livro e do autor tinha o sabor quase de uma revolução. Talvez isso tenha contribuído para defender a sutileza da comunicação em capas, que nem por isso deixa de ser eficiente. Ainda que ela não fosse minha favorita, ela teve um papel muito importante.



Figura 89: livros sobre história da Companhia das Letras, com capas do Ettore Bottini. (1990).

Tiveram também as capas do Carlos Ginzburg com reproduções de quadros do Arcimboldo.



Figura 90: livros de Carlos Ginzburg da Companhia das Letras, com capas do Ettore Bottini (1990).

Temos uma grande geração de capistas que está aí até hoje: posso incluir o Alceu Chiesorin Nunes aqui da casa, tem a Elaine Ramos, o Raul Loureiro, exímios designers que trabalham muito bem a tipografia, com elegância e inovação. O próprio trabalho da Cosac Naify, com o uso de recursos gráficos, papéis, impressão, uma coisa que a gente não fez tanto por conta de nosso compromisso com rentabilidade.

*Falando de qualidade os critérios do prêmio Jabuti para definir qualidade são esses:*

1. *Atratividade visual e identificação com o tema da obra.*
2. *Harmonia entre capa e demais elementos.*
3. *Visibilidade do título, da autoria e de outras informações.*

*O que você acha deles? E você tem outros?*

Eu entendo que a visibilidade do título é importante, mas como a gente já falou, você pode ter várias abordagens para isso. Não podemos esquecer que o livro é um produto industrial. Então ao fazer a capa de um livro você tem que levar isso em consideração. Um produto que tem que ser vendido. E a forma com esse produto é exposta no seu ponto de venda, na livraria, é muito particular. Você não está em um supermercado em que vê prateleiras de um só produto. Na livraria você vê um produto de cada na prateleira, por isso esse produto tem que chamar atenção, se diferenciar dos outros. Uma das recentes capas de sucesso que a gente fez foi a do livro *Graça Infinita*, do David Foster Wallace, onde a gente desafia esse critério colocando apenas uma caveira na capa. O título está na lombada. Então efetivamente há formas e formas de dar visibilidade ao livro, ao título.

Eu acho que sempre tivemos a preocupação com a qualidade gráfica em geral. Com a qualidade nos livros que fazemos. Quando investimos em capistas, quando desenhamos um padrão de miolo e mancha, quando fomos a primeira editora a usar o papel amarelado e convencer o leitor que estava acostumado ao papel branco com sendo o melhor - nós tentamos passar uma mensagem de preocupação com o livro como um todo e com o trabalho literário. A capa é mais uma parte. Ela faz parte do conjunto do livro. Nos preocupamos com os mínimos detalhes.

*A pergunta de um milhão para o editor: capa boa vende mais?*

Muitas vezes sim. Mas você não vai fazer um livro que tem uma vocação comercial restrita com uma capa super vendedora. Você incorre em um erro na medida que o livro não entrega o que essa capa vende. É como fazer uma manchete sensacionalista. O que faz realmente vender

é o conteúdo do livro. Mas se você acertar uma capa, ela vai sim contribuir e pode aumentar a venda de um livro.

Naquele artigo para o blog aqui da Companhia, que eu fiz falando de capas, eu falo da capa para o livro *Neve*, do Orhan Pamuk, uma capa que eu sou filosoficamente contra, pelo fato dela ser muito literal e figurativa, mas que representou sim um aumento significativo de vendas. É uma capa que tem uma comunicação tão forte, tão eficaz que quando o Raul Loureiro me trouxe, eu aceitei apesar de não concordar com ela, e realmente surtiu efeito. Pode se dizer que esse livro foi um sucesso comercial muito em função dessa capa.



Figura 91: capa do livro *Neve* da Companhia das Letras, com capa do Raul Loureiro, 2014.

A coletânea de poesias do Leminski também é um caso assim. Essa é uma história curiosa: antigamente nós decidíamos as capas em reuniões com todos os editores e com o com nosso diretor de arte e as propostas para essa capa do livro do Leminski eram todas meio concretistas, até porque a obra dele dialogava com o concretismo e a última proposta era a da capa com o bigode. Todo mundo deu risada quando essa capa apareceu. E eu falei que não deveríamos descartá-la.

Eu pedi para chamar meu filho, que era leitor do Leminski, da nova geração, mostrei as diferentes capas e não falei nada. Ele vaticinou: é essa do bigode. E a capa imediatamente permitiu uma série de oportunidades em mídias sociais e atividades promocionais. Nós, por exemplo, fotografamos os livreiros com o bigode antes mesmo do livro ser lançado. E o bigode era uma marca tão grande, tão representativa do Leminski que de fato acho que fizemos a coisa certa ao apostar naquela capa. E a cor, também. O laranja acabou virando meio que um talismã aqui da editora. Sem dúvida foi uma capa que influenciou muito no volume de vendas.

*Como é, agora, o processo para decidir capas aqui na editora?*

Agora existe uma reunião de briefing que eu não participo e de certa forma eu acabo atrapalhando, porque na hora de decidir, e eu aprovo todas as capas da editora (tanto que isso é um dos poucos assuntos que pode me fazer interromper férias, por exemplo), muitas vezes eu faço uma capa voltar do zero, por achar que o briefing é outro e deixo o Alceu (chefe do nosso departamento de arte) doido. Quem faz o briefing é o editor do livro que passa o briefing para o nosso departamento de arte que decide para quem passar a capa. E às vezes ela é feita internamente.

*E vocês pensam no leitor-comprador? Um leitor de nova geração?*

O editor tem que pensar. Ele é o representante do leitor. O primeiro leitor que representa todos os outros.

*E o autor, opina na capa?*

Sim. E a gente faz o meio de campo. Mas depende do livro e depende do autor.

*Ao final, Luiz olhou a amostra de capas e selecionou as suas "melhores" capas.*

**Entrevista com a designer gráfica Elaine Ramos.****Realizada em São Paulo no dia 16/01/2020.**

Elaine Ramos é designer gráfica, sócia-proprietária e diretora de arte da Editora Ubu. Trabalhou por 15 anos como diretora de arte da editora Cosac Naify.

*A primeira coisa, é uma pergunta que eu fiz para todos os entrevistados: queria ouvir como foi sua história pessoal e profissional em relação ao livro.*

Eu não tenho uma relação com o livro de infância, porque a minha família não é da área da cultura e eu tinha poucas referências de livros na minha própria casa. Então a minha relação com os livros começa de verdade na FAU (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo), já na vida adulta. Obviamente tinham os livros da escola, mas eu não tenho, de família, nenhuma, zero relação com os livros.

Já na FAU sim. Eu entrei no curso de arquitetura, mas comecei a me interessar muito por design gráfico e aí sim pelo livro, como objeto e suas possibilidades como suporte. A partir de então, comecei a trabalhar com livros e a minha vida se torna totalmente ligada ao livro. Tanto leitora como produtora de livros.

*E como é a sua trajetória profissional? Você começa direto na Cosac Naify?*

Profissionalmente fui direto para a Cosac. Na verdade, eu fiz alguns trabalhos estando na faculdade, e depois trabalhei com o André Stolarsky, fiz um estágio com ele quando tinha acabado de sair da FAU e ele acabou muito meu amigo e foi uma pessoa muito importante para que eu me encaminhasse para o design gráfico. Logo depois eu fiz um trabalho muito grande com o Chico Homem de Mello, outro professor da FAU que também depois virou um parceiro de vida para mim, na exposição Brasil 500 Anos.

Seis meses depois de formada eu comecei a trabalhar na Cosac Naify, 2000 e lá fiquei. Quando entrei, era uma editora pequena que estava nesse momento começando a se profissionalizar, ter equipe, endereço e tal. Foram 15 anos, ela cresceu muito e quando fechou eu abri a Ubu. Continuei fazendo livros.

*Mesmo falando que você não tem essa história pessoal com o livro, você tem algum livro marcante, seja do ponto de vista do texto ou da capa, da edição?*

Eu tenho uma memória péssima e depois, como eu vivi o processo de fazer a pesquisa do *A Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil* (com o Chico Homem de Mello), a gente viu e

reviu muita coisa, então eu acho que não conseguiria separar o que já tinha de memória do que veio com o trabalho de seleção para o livro. Aí claro, depois que eu comecei a trabalhar na Cosac eu virei uma consumidora voraz de livros, o que hoje diminuiu um pouco.

*E você chegou a comprar um livro pela capa?*

Sim. A capa chama atenção, na livraria o primeiro impacto são as capas, mas acho que eu não compraria apenas se a capa fosse bonita, mas acho que se o projeto gráfico inteiro for bom aí eu compro. Mas considerando que eu trabalhava em editora, tinha um fluxo muito grande de livros na minha casa, e o livro sempre foi também objeto de referência, de estudo, de comparação.

*E o que seria uma boa capa de livro, para você?*

Eu acho que uma boa capa é alguma coisa que chama a atenção e seduz o leitor certo, o público que possa se relacionar com aquele conteúdo e uma capa que traga fidelidade em relação que tem dentro do livro, uma tradução do conteúdo. Eu acredito que existem muitas capas que são boas no sentido de atrair, pegar o olhar do leitor, mas que não combinam, não traduzem, não tem nada a ver com o conteúdo do livro. E o inverso a gente vê também: capas que combinam totalmente com o conteúdo, são extremamente adequadas, mas que somem na livraria. A grande questão é juntar essas duas coisas.

*Vou te falar os três critérios do Jabuti que eles usam para avaliar a qualidade da capa de um livro...*

1. *Atratividade visual e identificação com o tema da obra.*
2. *Harmonia entre capa e demais elementos.*
3. *Visibilidade do título, da autoria e de outras informações.*

*O primeiro critério meio que se refere ao que acabamos de falar. O segundo diz muito ao projeto gráfico como um todo. Você concorda com eles?*

Não. Eu não colocaria isso como um critério, porque é muito caso a caso. Às vezes você pode ter uma imagem com um título muito discreto, às vezes o autor é desconhecido. Uma coisa é fazer um livro superfamoso, tipo Hamlet, que estamos editando aqui. Evidentemente só a palavra Hamlet já diz muito coisa, já traz muita informação então dar visibilidade a esse título é fundamental. Mas eventualmente o livro se chama Modernidade e tradição na Idade Média e o autor é superfamoso. Nesse caso o destaque para esse autor, a visibilidade para o nome dele é que importa. E há casos onde os dois são desconhecidos, mas o tema é interessante...enfim. Por isso eu não colocaria isso como um critério a priori.

Há capas que não tem legibilidade e isso pode ser um problema, mas eventualmente uma capa pode ser impactante e subverter essa lógica do título e autor.

*E as capas de livro brasileiras? Como você vê?*

Eu acho que o mercado editorial no Brasil, do ponto de vista do design gráfico, ele cresceu muito, ele melhorou muito nos últimos anos. Eu vejo isso como uma coisa muito significativa. Temos hoje muitas editoras se preocupando com isso. Nos anos 1990, tinha uma, duas, hoje isso se multiplicou.

Eu acredito que o Brasil se coloca entre os melhores do mundo na média. Evidentemente se você vai em uma livraria europeia, tem livros especiais, tem mais recursos, tem uma variedade maior de papéis. E acho inclusive que o mercado gráfico brasileiro não acompanha o padrão do design gráfico que temos aqui. Temos poucas opções, temos uma gráfica boa e o resto deixa muito a desejar. Quando você manuseia o livro brasileiro você percebe que ele sofre muito com essa baixa qualidade. E estou falando de papel, de cola, do mais básico das gráficas.

Mas do ponto de vista gráfico, visual, o Brasil está muito bem na fita, e em relação ao resto da América Latina então, há um abismo. E claro que, em relação a países como a Inglaterra, a Alemanha, a Holanda que tem uma longa tradição gráfica, de design ainda estamos atrás, mas mesmo em relação ao Estados Unidos, estamos muito equilibrados. Evidentemente tem muito lixo nas livrarias brasileiras, mas isso não é uma exclusividade nossa. Tem muito lixo em todas as partes do mundo, inclusive na França, com toda a sua tradição editorial. O Brasil está num momento ótimo.

Obviamente há mercados editoriais muito maiores mas ao mesmo tempo eu acredito que esse investimento e essa preocupação com o design editorial está acontecendo recentemente no mundo todo - nos últimos cinco ou dez anos - até por conta do fato do livro ser impresso e ele só tem sentido se ele for sedutor enquanto objeto, já que ele conta com a competição com o digital...

*Como é seu processo de criação?*

Eu já comecei a trabalhar com computador, não cheguei a pegar o processo analógico. Eu não desenho, não tenho caderno de desenho, faço tudo no computador. Não tenho talentos manuais. Em geral, a minha primeira abordagem é ler o livro ou pelo menos uma parte do livro (com o ritmo acelerado de hoje eu muitas vezes não dou conta de ler o livro inteiro), mas eu relativamente faço poucas capas como capista contratada para outras editoras (é uma coisa bem lateral, pequena no meu cotidiano). Sei que quando você trabalha assim, às vezes pelo tempo

que você investe versus o que você ganha pela capa, não compensa ler o livro. Mas acredito que lendo o livro você se envolve mais com o projeto e obviamente a qualidade fica melhor.

*E você tem uma fórmula?*

É difícil estabelecer uma regra. Você pode resolver uma capa em duas horas e é possível passar um mês girando lâmpada. O trabalho de fazer uma capa é muito desigual. Às vezes existe a dificuldade do tema, do assunto, e existe no briefing a abordagem que a editora quer dar para aquele determinado livro. Tem uma coisa que é o designer interpretar aquele conteúdo, mas o editor normalmente tem uma intuição, um *feeling* para aquele livro. Pode ser mais pop, pode ser mais clássico, dependendo da intenção de atingir o determinado tipo de comprador. Essa é uma troca importante com o editor, esse espaço de interlocução.

*E o autor?*

Olha, no meu caso, as capas que fiz para terceiros, sempre o autor aprovou. Já na Cosac a gente tinha muita autonomia, até por conta da fama da editora. Agora tanto a Cosac como hoje a Ubu, trabalhamos muito com autores já falecidos. E eu faço também muitos livros de arte e aí é sempre uma parceria com o artista. E a questão de uma capa chamar atenção se esvazia. Agora tirando algumas capas de livros que fiz para o Ferreira Gullar, para a Companhia das Letras, nunca tive dificuldades com autor.

*Refação?*

O briefing é um processo de interlocução. E o designer tem o papel de interpretar a intenção do editor. Quando esse diálogo acontece, pode até ser desgastante, mas é produtivo. O problema é quando não há diálogo, mas uma imposição. Aí pega no fígado do designer. Mas eu acho que sempre tive muita sorte. E a refação faz parte do jogo. Agora eu não lembro de nenhuma situação onde tive que abrir mão de fazer uma capa, falar para o cliente chamar outra pessoa...

*E o leitor? Você pensa nele?*

Sim, certamente. Agora a gente nunca sabe exatamente quem vai se interessar pelo livro. Claro que quando a gente faz uma capa a gente traz as nossas próprias referências, então se é um livro no qual a gente se identifica minimamente, a gente sabe o que público talvez vá esperar, agora se é um livro sobre economia, eu não sei o que atrai um economista para uma capa. Então é um trabalho de abstração e subjetividade, onde o exercício é tentar entender o que o leitor daquele livro vai querer, mas o mais importante é a tradução do conteúdo, como ser fiel a ele, mais do que tentar só agradar o usuário.

*E a questão da autoria do designer?*

Eu acho que existe, é inevitável, mas é uma prisão. Certamente as pessoas tem uma imagem do meu trabalho, como tem do Victor Burton, como tem do Piqueira, mas eu, comigo mesma tento não fica presa em uma cara, usar só uma fonte, um estilo marcado.

Obviamente você tem um estilo próprio. E nesse mundo de encomenda de capas, obviamente o mercado te deixa refém disso, te rotula. E as pessoas te procuram quando querem determinado tipo de capa e isso vai virando uma coisa de reiteração.

Mas do ponto de vista do exercício da linguagem, de você se manter pulsante, é péssimo. Quando outras editoras me procuram para fazer uma capa, o que não é muito até porque hoje eu tenho uma editora e além disso eu fiquei muito identificada com a Cosac, eu vejo que as pessoas querem uma capa no "meu estilo". E esse tipo de encomenda me fez ter consciência de como as pessoas me veem. Capas clássicas "estilo Elaine". E eu tento não me acomodar nisso para não me escravizar. E isso também fica identificado com uma época e, portanto, marcado temporalmente. O trabalho fica datado.

*Você pode falar de outros designers? Quem você olha, aqui e lá fora?*

No Brasil tem tanta gente legal fazendo coisas... tem os colegas amigos próximos como o Celso Longo e o Daniel Trench, o grupo da AGI, o Kiko Farkas, o Rico Lins, tem meus ex-assistentes da Cosac que estão fazendo trabalhos lindos como o Bloco Gráfico (Gabriela Castro, Gustavo Marchetti e Paulo André Chagas). Tem a Elisa Von Randow, que acerta sempre e tem o grande case recente que é a capa da coletânea de poesias do Paulo Leminsky (aquela do bigode). Tem o Raul Loureiro, que tem um trabalho bem consistente.

Agora eu não sou uma pessoa que fica super antenada, que vai muito em livrarias, que vê os prêmios. Inclusive nem vejo muito o Jabuti, e inclusive acho o processo de premiação muito tresloucado. Eu entendo o Jabuti como seu recorte, é o mais longo, mas tem problemas. Eu acompanhava mais, mas hoje o nosso cotidiano é tão massacrante que eu não consigo mais. Não acompanho mais nada.

*Eu usei o prêmio como recorte porque ele é uma instância de validação de qualidade. A outra instância seria o mercado. Daí eu pergunto para a Elaine editora, capa boa vende mais?*

Eu acho que uma boa capa pode ajudar a vender um livro. E acho que uma capa ruim, inadequada pode prejudicar. Mas não acho que ela é o fator determinante. São muitos fatores, e ela é um deles. Na Cosac, a gente às vezes detectava isso, uma capa que fez o livro desaparecer e numa segunda impressão a gente trocava. Na Ubu nós temos muitas coleções. De um lado

ajuda, por outro prejudica... Não é só a capa, mas a maneira como o livro aparece, como ele é colocado na livraria.

Coleções podem ser uma marca de qualidade, ter uma cara, uma identidade, mas ao mesmo tempo alguns livros podem se esconder dentro dela e talvez vendessem mais se fossem livros isolados.

*Na Ubu como vocês fazem, contratam capistas?*

Não. Aqui fazemos tudo internamente. Eu fiz todos os projetos. Mas contratamos ilustradores, contratamos artistas plásticos especialmente.

*Quais suas capas preferidas?*

Eu gosto das coleções que desenvolvemos aqui na Ubu, dentro dos limites das repetições, com a questão da serialidade. Mas eu normalmente não penso nos livros só pela capa. Eu gosto das capas que fiz para o Ferreira Gullar para a Companhia das Letras, mas tenho que olhar. Vou pesquisar no meu site e mando para você.



Figura 92: capas de Elaine Ramos para a Companhia das Letras (2018). Imagens: Google.

*E capas de outras pessoas. Capas que você gostaria de ter feito...*

Eu vou ter muitas capas, muito em função da Linha do Tempo e depois do livro com o Chico Homem de Mello... as capas do Ziraldo, a capa do O Homem Nu, a capa do Xingu... também as capas do Santa Rosa e as capas do Hirsch da Civilização Brasileira... ele tem um

volume muito grande de capas... com uma diversidade muito grande, talvez a do Lolita seja a minha preferida. Boa parte delas acabaram entrando no livro.

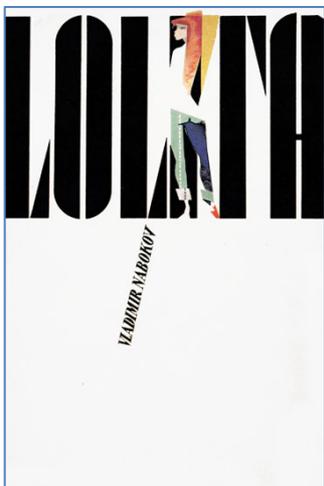


Figura 93: capa de Eugenio Hirsch para o livro Lolita, da Civilização Brasileira (década de 1960).

*O último pedido, queria que você olhasse o conjunto das capas e selecionasse as suas preferidas, aquelas que você acha as melhores.*

*Elaine faz sua seleção.*