



Instituto Politécnico de Tomar

**Escola Superior de Tecnologia de Tomar**

**Fabio Rücker Brust**

**A ARTE DO TÍTULO:  
O título feito à mão na capa de livro**

Relatório de Estágio

Orientado por:

Especialista Luís Filipe Cunha Moreira

Relatório de Estágio  
apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar  
para cumprimento dos requisitos necessários  
à obtenção do grau de Mestre  
em Design Editorial



# Resumo

O título de um livro é uma das principais formas de uma capa comunicar-se com o leitor e, através de seu design, é possível atingir resultados gráficos que podem se aproximar ou distanciar do conteúdo da obra. Para conhecer melhor a arte do título quando feito à mão, este trabalho descreve os seis meses de estágio realizados pelo autor no Grupo LeYa, maior grupo editorial português, e faz uma ponte entre esta experiência e o tema deste relatório. Segue-se para a teoria acerca da capa do livro, a importância do título neste contexto e as formas com que o título feito à mão se correlaciona com a escrita à mão e a tipografia, fatores importantíssimos na história do design gráfico em vários níveis. Por fim, é desenvolvido um capítulo no qual a problematização é levada à prática através de um questionário realizado com dois designers de títulos personalizados e uma análise de capas de livros com esta técnica gráfica. Com os resultados apreendidos ao longo desta etapa do trabalho, foi possível determinar a importância do título feito à mão e suas qualidades capazes de torná-lo único e díspar com relação ao feito com fontes tipográficas.

## PALAVRAS-CHAVE:

design editorial; título feito à mão; lettering; capa de livro; tipografia.



# Abstract

A book's title is one of the main ways that a cover can communicate with the reader and, with its design, it's possible to attain graphic results that may approach or distance from the narrative's content. To better understand the title art when made by hand, this work describes the six months in with the author was an intern at Grupo LeYa, the biggest portuguese editorial group, and makes a bridge between this experience and this report's theme. Next, the work engages in the theory about the book cover, the importance of the title in this context and the ways the title made by hand correlates with the handlettering and typograph, important factors in graphic design's history in several levels. Lastly, a chapter in with this problematization is taken to practice is developed through a questionnaire made with two designers of personalized titles and an analysis of book covers that use this graphical technique. With the results covered in this step of the report, it was possible to determine the importance of the handlettered title and its qualities able to make it unique and different from the ones made with typographic fonts.

## KEYWORDS:

editorial design; handlettered title; lettering; book cover; typography.



# Agradecimentos

Páginas de agradecimentos sempre começam com o fato de ser impossível enumerar ou citar todas as pessoas que seria necessário agradecer, e esta não é uma exceção à regra pelo fato de haver tantas pessoas importantes a quem se poderia estender esse agradecimento.

Como um brasileiro recém-chegado em Portugal para cursar um mestrado em um lugar que não conhecia, com pessoas de quem nunca tinha ouvido falar, preciso agradecer profundamente a todos os colegas e professores do Mestrado em Design Editorial por terem me acolhido de maneira tão natural, preocupando-se sempre com as dúvidas provenientes das diferenças culturais e, surpreendentemente, de língua. Foram todos exemplares em demonstrar o quão aberto e alegre é o povo português, e devo um obrigado também à essa nação acolhedora, capaz de gerar tantas boas lembranças, que serão guardadas com carinho para sempre.

Agradeço também à minha família, que sempre me apoia em todo tipo de aventura, independentemente de ela envolver passar dois anos longe de casa.

Especificamente com relação ao trabalho, agradeço ao professor Luís Moreira pelo apoio como orientador. Também aos designers participantes do trabalho, Vera Tavares e Rafael Nobre, pela disponibilidade e inspiração para orgulhosamente continuar com o design editorial.

E, é claro, agradeço à Inari Jardani Fraton, sem a qual não teria decidido cursar um mestrado em Portugal e pela parceria durante todos esses anos, mesmo quando essa parceria atravessa oceanos. Sem ela, eu não teria saído da porta de casa.



# Índice

<b>13</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>
<b>17</b>	<b>1 O ESTÁGIO CURRICULAR</b>
17	1.1 O GRUPO LEYA
18	1.2 OS DOIS DEPARTAMENTOS
19	1.3 A EXPERIÊNCIA DE ESTÁGIO
20	1.4 TRABALHOS REALIZADOS
<b>27</b>	<b>2 A CAPA E O TÍTULO</b>
27	2.1 A CAPA DO LIVRO
30	2.2 O TÍTULO FEITO À MÃO NO CONTEXTO DA CAPA
<b>43</b>	<b>3 O TÍTULO NA PRÁTICA</b>
43	3.1 METODOLOGIAS ESCOLHIDAS
46	3.2 DEFINIÇÃO DOS OBJETOS DE ESTUDO
46	3.3 OS DESIGNERS RESPONDENTES
48	3.4 ANÁLISE DAS RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO
50	3.5 OS LIVROS ANALISADOS
53	3.6 ANÁLISE DAS ARTES DE TÍTULO
<b>75</b>	<b>CONCLUSÃO</b>
<b>77</b>	<b>REFERÊNCIAS</b>
<b>79</b>	<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO RESPONDIDO POR VERA TAVARES</b>
<b>81</b>	<b>APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO RESPONDIDO POR RAFAEL NOBRE</b>



# Índice de Figuras

- 21 • **FIGURA 1** • STORYBOARD DO VÍDEO PROMOCIONAL DO LIVRO *PÁTRIA*.
- 21 • **FIGURA 2** • STORYBOARD DO VÍDEO PROMOCIONAL DO LIVRO *UM CAVALO ENTRA NUM BAR*.
- 22 • **FIGURA 3** • LIVRO *UM GENTLEMAN EM MOSCOVO*.
- 23 • **FIGURA 4** • CAPA ORIGINAL EM ITALIANO DO LIVRO *A FELICIDADE NESTA VIDA*.
- 23 • **FIGURA 5** • ADAPTAÇÃO DO TÍTULO ORIGINAL PARA A VERSÃO EM PORTUGUÊS.
- 24 • **FIGURA 6** • EDIÇÃO PORTUGUESA DO LIVRO *A FELICIDADE NESTA VIDA*.
- 28 • **FIGURA 7** • ESTRUTURA DA CAPA (DUARTE, 2013).
- 32 • **FIGURA 8** • PINTURAS RUPESTRES, ESCRITA CUNEIFORME E HIERÓGLIFOS.
- 33 • **FIGURA 9** • INSCRIÇÕES NA COLUNA DE TRAJANO.
- 34 • **FIGURA 10** • EXEMPLO DE MANUSCRITO ILUMINADO.
- 35 • **FIGURA 11** • BÍBLIA IMPRESSA POR JOHANN GUTENBERG.
- 36 • **FIGURA 12** • EXEMPLO DO TRABALHO DE WILLIAM BLAKE.
- 37 • **FIGURA 13** • OS CARTAZES DA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL.
- 37 • **FIGURA 14** • CARTAZ LITOGRAFICO E TIPOGRÁFICO, RESPECTIVAMENTE.
- 38 • **FIGURA 15** • TRABALHOS DE TOULOUSE-LAUTREC, MUCHA, GRASSET, CHERET E BRADLEY.
- 39 • **FIGURA 16** • TRABALHOS DOS MOVIMENTOS ARTÍSTICOS RACIONAIS DO INÍCIO DO SÉCULO XIX.
- 40 • **FIGURA 17** • TRABALHO EM FONTES DIGITAIS.
- 53 • **FIGURA 18** • CAPA DE *HABITANTE IRREAL* PELA TINTA-DA-CHINA.
- 54 • **FIGURA 19** • EXEMPLO DE LIVROS DA COLEÇÃO DE FICÇÃO DE LÍNGUA PORTUGUESA DA TINTA-DA-CHINA.
- 54 • **FIGURA 20** • LOGÓTIPO DA TINTA-DA-CHINA E DETALHE NO CANTO DAS PÁGINAS DA COLEÇÃO.
- 55 • **FIGURA 21** • CORRESPONDÊNCIA DO ESTILO DE TÍTULO ENTRE AS CAPAS DA COLEÇÃO.
- 55 • **FIGURA 22** • TÍTULO DE *HABITANTE IRREAL* PELA TINTA-DA-CHINA.
- 56 • **FIGURA 23** • LETRAS IGUAIS AO LONGO DO TÍTULO.
- 56 • **FIGURA 24** • TERMINAL DA LETRA “A”; FINIAIS DAS LETRAS “I” E “T”.
- 57 • **FIGURA 25** • TÍTULO E NOME DO AUTOR; LETRA “N” ROTACIONADA TRANSFORMA-SE NA LETRA “U”.
- 57 • **FIGURA 26** • REMATES DAS LETRAS “L”, “R”, “N” E “H”; SOBREPOSIÇÃO DAS LETRAS “R”, “N” E “H”.
- 58 • **FIGURA 27** • PARES DE LETRAS “RR” E “TT” DA CAPA E “TT” DO MIOLO; DETALHE DA QUASE-LIGATURA NO “TT” DA CAPA.
- 58 • **FIGURA 28** • INCONSISTÊNCIAS NOS TRAÇOS DAS LETRAS “P” E “S”; PERFEIÇÃO CIRCULAR DA LETRA “O”.

- 59 • **FIGURA 29** · CAPAS DE HABITANTE IRREAL NA ALEMANHA, REINO UNIDO E CROÁCIA.
- 59 • **FIGURA 30** · CAPA DE *HABITANTE IRREAL* PELA EDITORA ALFAGUARA.
- 60 • **FIGURA 31** · CAPAS DE LIVROS PUBLICADOS PELA EDITORA ALFAGUARA NO ANO DE 2011.
- 61 • **FIGURA 32** · IDENTIFICAÇÃO DA FONTE DO NOME DO AUTOR ATRAVÉS DA FERRAMENTA WHATTHEFONT.
- 61 • **FIGURA 33** · COMPARAÇÃO ENTRE O TIPO GERADO PELA FERRAMENTA E O ENCONTRADO NA CAPA.
- 62 • **FIGURA 34** · IDENTIFICAÇÃO DA FONTE DO TÍTULO.
- 62 • **FIGURA 35** · CAPAS PORTUGUESA E BRASILEIRA DE *HABITANTE IRREAL*.
- 63 • **FIGURA 36** · CAPA DE *OS MAIAS* PELA EDITORA ZAHAR.
- 64 • **FIGURA 37** · CAPAS DE LIVROS PUBLICADOS PELA COLEÇÃO CLÁSSICOS ZAHAR.
- 65 • **FIGURA 38** · ORIGEM DOS ORNAMENTOS DO LETTERING NO BIGODE DA ILUSTRAÇÃO.
- 65 • **FIGURA 39** · TÍTULO DE *OS MAIAS* PELA EDITORA ZAHAR.
- 66 • **FIGURA 40** · DETALHE DOS ORNAMENTOS E TOPO DAS LETRAS “A”; LETRA “I” E “OS” ENCAIXANDO NA LETRA “M”.
- 66 • **FIGURA 41** · ALTURA DAS LETRAS E LINHA DE BASE ASCENDENTE.
- 67 • **FIGURA 42** · LINHA DE BASE DO NOME DO AUTOR; DETALHE DOS DIFERENTES “R”.
- 68 • **FIGURA 43** · IMPERFEIÇÕES NAS LETRAS DO TÍTULO.
- 68 • **FIGURA 44** · CAPA DA EDIÇÃO BOLSO DE LUXO PARA A MESMA COLEÇÃO DA ZAHAR.
- 69 • **FIGURA 45** · OS MAIAS INSERIDO NAS COLEÇÕES DE CLÁSSICOS DA CIVILIZAÇÃO EDITORA, PORTO EDITORA E GUERRA & PAZ.
- 70 • **FIGURA 46** · CAPAS DE EDIÇÕES ESTRANGEIRAS.
- 70 • **FIGURA 47** · EDIÇÕES DA EDITORA DOM QUIXOTE, OFICINA DO LIVRO, CLUBE DO AUTOR E MIDGARD EDITORES, RESPECTIVAMENTE.
- 71 • **FIGURA 48** · DETALHE DO TÍTULO NA EDIÇÃO DA DOM QUIXOTE.
- 72 • **FIGURA 49** · DETALHE DO TÍTULO NA EDIÇÃO DO CLUBE DO AUTOR.
- 72 • **FIGURA 50** · DETALHE DO TÍTULO NA EDIÇÃO DA MIDGARD EDITORES.
- 73 • **FIGURA 51** · CAPAS BRASILEIRA E PORTUGUESA DE *OS MAIAS*, POR RAFAEL NOBRE E VERA TAVARES, RESPECTIVAMENTE.

# Introdução

O título do livro é uma das principais formas de comunicar ao leitor qual é o conteúdo de uma obra, captando em poucas palavras a essência de uma história e transmitindo-a de maneira breve e pontual. Para compô-lo, o designer pode se utilizar de inúmeras ferramentas de design gráfico; as principais são produzi-lo com fontes ou desenhá-lo à mão.

O trabalho envolvido no desenho de lettering pode ser muito minucioso e detalhista, ou, também, rústico e visceral. Com inúmeras opções para criar as letras de um título, o artista pode trabalhar da maneira que melhor acredita ser capaz de transmitir uma mensagem adequada ao teor e contexto da narrativa, ao mesmo tempo em que produz o título esteticamente de acordo com outros elementos gráficos da capa.

O trabalho envolvido na produção de um título personalizado para um livro é evidentemente maior do que o aplicado a um título composto com uma fonte. Isso, entretanto, será suficiente para torná-lo mais especial e único do que a solução tipográfica?

Para responder a essa questão, este trabalho começa com um breve relato da experiência de estágio ocorrida no Grupo LeYa, maior grupo editorial português, ao longo de seis meses, entre o final do ano de 2017 e início de 2018. Tal relato abarca dois períodos de tempo distintos, em que se trabalhou tanto com a produção de capas de livros para as editoras que compõem o grupo quanto em vídeos de divulgação online para uma delas. Com o intuito de criar uma ligação com o restante deste relatório, o primeiro capítulo termina com a enumeração de alguns destaques de trabalhos produzidos no estágio – o último, responsável por estabelecer a questão que guia este trabalho.

O segundo capítulo abarca a teoria sobre a importância da capa do livro e também estuda o título no contexto da capa. Para fundamentar esses aspectos, apresenta-se um recorte da história do livro e da escrita para que seja possível compreender sua origem, como se desenvolveu a escrita à mão e de que maneira a tipografia e o atual lettering se inspiram e baseiam em técnicas antigas e tradicionais.

O capítulo final, por sua vez, desenvolve um questionário e um estudo de caso, sendo o foco deste trabalho. Para descobrir se um lettering é mais especial ou único em relação a um título feito através de fontes, dois designers, um brasileiro

e uma portuguesa, foram contatados para responder a um questionário que aborda processos criativos, opiniões e métodos de cada um deles; em seguida, um estudo de caso foi realizado a partir da análise de capas produzidas pelos dois designers com a técnica do lettering à mão, e essas mesmas capas foram comparadas com as de outros artistas para as mesmas obras, que não utilizaram o lettering personalizado para a composição de seus títulos.

A  
Arte  
DO  
Título

**1**



**O ESTÁGIO  
CURRICULAR**

Os primeiros seis meses do segundo ano do Mestrado em Design Editorial pressupõem um estágio curricular realizado em uma empresa, à nossa escolha, de design ou relacionada a este. Para acrescentar em minha experiência, escolhi grupos editoriais ou editoras, tendo em vista o interesse pessoal em trabalhar com livros.

Percebendo que as principais empresas envolvidas na produção de livros em Portugal encontram-se em grandes centros como Lisboa e Porto, optei apenas por companhias localizadas em Lisboa. Depois de uma pesquisa a respeito das editoras em destaque da capital portuguesa, escolhi quatro para serem contactadas a partir de uma ordem de preferência.

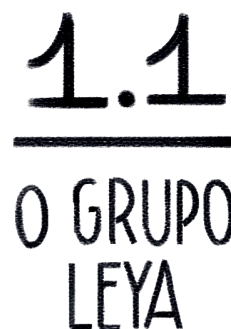
A primeira opção de empresa era o Grupo LeYa, inserida nesta posição devido à sua presença em território brasileiro e meu conhecimento prévio de sua importância no Brasil e em Portugal. Os primeiros contatos foram demorados, e algum tempo se passou durante as tentativas de efetivar o estágio curricular na empresa, mas conseguiu-se firmar um acordo em que dois estudantes do mestrado estagiariam no grupo editorial, alternando entre eles o trabalho em dois departamentos, passados três meses.

Depois de uma breve entrevista com o diretor de arte da empresa, Rui Garrido, em Junho de 2017, ficou definido que o estágio seria iniciado no dia 04 de Setembro de 2017 e finalizado em 28 de Fevereiro de 2018. Minha experiência de estágio na LeYa começaria no departamento de arte e, no dia 04 de Dezembro de 2017, passaria para o de multimídia, conforme o acordo prévio.

---

Segundo o documento interno da empresa, fornecido no primeiro dia do estágio, o grupo editorial LeYa foi criado no dia 07 de Janeiro de 2008, reunindo “algumas das mais importantes editoras portuguesas de Edições Gerais e Escolares de Portugal”. A empresa está presente também em Angola, Moçambique e Brasil. Neste último, o grupo surgiu inicialmente como uma editora em si, ao invés de um grupo editorial, publicando livros com o selo “LeYa”. Em Portugal, o logotipo do grupo somente aparece como selo editorial nas capas dos livros vencedores do Prémio LeYa<sup>1</sup>.

1 · O Prémio LeYa foi também criado em 2008 com o objetivo de distinguir os romances inéditos escritos em português. Destaca-se pela especificidade e pelo valor pago ao vencedor, de 100 mil euros. Disponível em <<http://www.leya.com/pt/gca/areas-de-actividade/premio-leya/>>. Acesso a 15 de Agosto de 2018.



Ainda de acordo com o documento interno, “é atualmente o maior grupo editorial português, detendo 21 marcas editoriais”. O grupo funciona não como uma única editora, mas uma cooperação entre diversos selos que compartilham “sinergias” ao nível da produção, logística e áreas de suporte. No website da empresa, a seção “Sobre a LeYa” explica de forma geral essa questão:

Graças à integração de empresas e de profissionais profundamente enraizados nos respetivos mercados, a LeYa conta hoje com um capital humano extraordinário e detentor de um sólido e diversificado know-how nos meios Editorial, Educativo e Tecnológico.

Nos mercados onde opera, a LeYa apresenta-se com objetivos concretos de vir a ser protagonista, nomeadamente pelo papel que desempenha no mundo de língua portuguesa<sup>2</sup>.

2 - Disponível em <<http://leya.com/pt/gca/leya-quem-somos/sobre-a-leya-about-us/>>. Acesso a 19 de Abril de 2018.

As marcas editoriais que compõem o Grupo LeYa são Academia do Livro, ASA, BIS, Caderno, Caminho, Casa das Letras, Dom Quixote, Estrela Polar, Gailivro, Livros d'Hoje, Lua de Papel, Novagaia, Oficina do Livro, Quinta Essência, Sebenta, Teorema e Texto. Dentro do contexto do estágio, foi possível trabalhar com diversas dessas editoras, permitindo um contato com diversos tipos de publicação, gêneros, perspectivas e escopos – algo que enriqueceu muito a experiência.

# 1.2

---

## OS DOIS DEPARTAMENTOS

### 1.2.1 — O DEPARTAMENTO DE ARTE

A primeira etapa do estágio desenvolveu-se no âmbito do departamento de arte, localizado no piso térreo do edifício sede do Grupo LeYa, em Alfragide, Amadora. O local de trabalho era composto por uma sala com cinco computadores, suficientes para os cinco designers que dividiam os trabalhos. O supervisor do estágio e diretor de arte, Rui Garrido, se encontrava em uma sala separada, não muito distante.

Os programas utilizados para produzir as artes eram, principalmente, Adobe Photoshop, Illustrator e InDesign, enquanto os trabalhos eram compartilhados pela rede interna da empresa e, as fontes, instaladas a partir de um servidor universal interno.

O fluxo de trabalho era bastante objetivo: quem o recebia era Maria Manuel Lacerda, designer mais experiente que os distribuía entre todos os outros de acordo com as suas disponibilidades. Certas vezes, os trabalhos eram encaminhados diretamente para o e-mail de todos, principalmente quando se tratavam de artes para redes sociais ou cartazes de marketing.

Meus primeiros trabalhos foram relacionados à produção de artes pequenas como autocolantes e cintas. Aos poucos, entretanto, foram aumentando em complexidade. As primeiras capas em que trabalhei eram prioritariamente adaptações de originais estrangeiras ou de pôsteres de cinema. Também tive a

oportunidade de fazer versões comemorativas de capas específicas, assim como ajustes pequenos em capas para reedições de livros.

---

A partir do dia 04 de Dezembro de 2018, passei a trabalhar no subsolo do edifício sede do Grupo LeYa, no departamento de multimídia, assumindo o lugar de minha colega de mestrado. O departamento era responsável pela produção de conteúdos e design da área digital das publicações didáticas do grupo, utilizando *softwares* criados especificamente para este fim. No meu tempo no setor, entretanto, estavam ocorrendo reestruturações, inclusive em sua plataforma digital, motivo pelo qual o trabalho que desenvolvi acabou se distanciando das questões didáticas, sendo mais voltado para a publicidade e *marketing* dos livros do grupo editorial.

Durante minha estadia no departamento de multimídia, trabalhei efetivamente na produção de vídeos promocionais para livros do grupo – especialmente para os da editora Dom Quixote. Passei a me comunicar de forma recorrente com a profissional responsável pela marca da Dom Quixote, tratando dos vídeos necessários e captando *briefings*, vídeos e imagens para compor os materiais de divulgação. Desta forma, apesar de estar no departamento de multimídia, eu não trabalhei efetivamente no mesmo que meus colegas, embora dividisse com eles o espaço de trabalho.

---

A experiência de estágio no Grupo LeYa foi, com toda certeza, muito valiosa. O trabalho em ambos os departamentos fez com que fosse possível compreender e participar ativamente da dinâmica de uma empresa de grande envergadura responsável pela publicação de livros que admiro.

No departamento de arte, interagi com frequência com designers, diretores de arte, impressores, assistentes editoriais e editores, assimilando aspectos importantes da relação entre o designer e o cliente – principalmente quanto a opiniões pessoais e modificações, além das correspondências e mensagens com cada um dos agentes do processo editorial. Estando dentro de um grupo editorial, um dos pontos mais marcantes foi a possibilidade de trabalhar não apenas com uma, mas com várias editoras que dependiam das artes produzidas naquele departamento, cumprindo prazos longos ou apertados e buscando a melhor maneira de solucionar problemas que somente poderiam ser resolvidos com o auxílio do design.

Quando no departamento de multimídia, pude constatar como o trabalho dentro de uma empresa do porte da LeYa é variado e se adapta de acordo com as necessidades de cada produto publicado. Pude conhecer, ainda que de forma indireta, os requisitos para se compor e manter um portal de educação

## 1.2.2 — O DEPARTAMENTO DE MULTIMÍDIA

## 1.3 A EXPERIÊNCIA DE ESTÁGIO

# 1.4

## TRABALHOS REALIZADOS

online, ao mesmo tempo em que me desafiava a trabalhar com algo que ficava fora da minha zona de conforto: vídeos de divulgação de livros. Tive de utilizar ferramentas com as quais não estava habituado para alcançar resultados satisfatórios, conhecer predefinições e padrões obrigatórios para vídeos para internet e televisão, e todos esses desafios apenas contribuíram para uma experiência geral de aprendizagem.

Como um todo, o estágio no Grupo LeYa mostrou-se uma oportunidade valiosa para apreender novas rotinas de trabalho, tanto dentro do contexto de uma grande empresa quanto na relação interpessoal com agentes do mercado editorial. A dinâmica de um trabalho como este mostrou-se muito interessante e construtiva profissional e pessoalmente, auxiliando em minha formação como designer editorial de maneira profunda.

Durante os seis meses do estágio curricular, tive a oportunidade de trabalhar em inúmeros produtos relacionados ao design editorial. No departamento de multimídia, produzi uma série de vídeos para livros diferentes, a serem veiculados em redes sociais como divulgação das publicações. O início, no geral, se dava através de artes produzidas para as capas dos livros, lendo suas sinopses e estudando pontos das tramas que poderiam ser abordados de maneira satisfatória nos vídeos. Também recebi *briefings* que me ajudaram a definir destaques e escolher imagens ou vídeos úteis para a composição final.

Em grande parte dos trabalhos, utilizei fotografias de bancos de imagens ou as já utilizadas nas capas para compor as cenas. Através de ferramentas do programa After Effects, pude animar imagens estáticas e produzir movimento capaz de chamar a atenção de quem visualizasse o vídeo. Para a trilha sonora de cada um, era necessário selecionar músicas fornecidas gratuitamente na internet que refletissem aspectos da história ou o gênero do livro, ao mesmo tempo em que se encaixassem com as imagens e os movimentos.

Dois vídeos podem ser destacados devido à diferença na forma de produzi-los. O primeiro foi feito para o livro *Pátria*, de Fernando Aramburu, no qual inúmeros efeitos foram utilizados para criar chuva artificial sobre as imagens, ou bandeiras animadas para simular o melhor possível o movimento natural de tais objetos. Também foi desafiadora a criação de movimentos nas ondas do mar, que surgem em dois momentos do vídeo, trazendo uma carga dramática devido ao contexto denso da história do livro – que trata dos efeitos nocivos da luta armada pela independência do País Basco em uma família da região. Neste mesmo caso, usou-se a cor e a falta dela para mostrar como a vida das personagens foi afetada pelos eventos narrados na obra, ao transformar gradativamente imagens coloridas em monocromáticas.



Figura 1 · Storyboard do vídeo promocional do livro Pátria.

Outro caso é o do vídeo de *Um cavalo entra num bar*, de David Grossman. Para este vídeo, foi decidido trabalhar com ilustração vetorial devido à capa também ter sido feita desta maneira. A capa apresenta apenas um microfone sobre um pedestal e a luz de um holofote incidindo sobre ele, de maneira a demonstrar a lógica da história, que se passa do começo ao fim em um show de *stand-up*. Ao longo do espetáculo, o comediante conta partes de sua vida e, conforme o livro avança, conhece-se mais a respeito dele e sua história. Portanto, o vídeo tenta passar a sensação de se poder ver os bastidores daquele show e o que há por detrás das cortinas do comediante, mostrando primeiro o microfone, então o público e, depois, afastando-se para trás do palco e mostrando elementos importantes da trama e da história do protagonista.



Figura 2 · Storyboard do vídeo promocional do livro Um cavalo entra num bar.

Os trabalhos no departamento de arte, entretanto, foram os que mais me marcaram, devido à forte conexão com o objeto livro. Embora muitos serviços envolvessem modificações pequenas em reedições, adequação de artes-finais ou adaptação de capas estrangeiras, também foi possível produzir capas originais.

A criação da capa do livro *Um Gentleman em Moscovo*, de Amor Towles, apesar de ser uma adaptação de original estrangeira, foi um processo muito desafiador e interessante. Os ficheiros enviados pela editora original não eram adequados para a impressão, já vindo fechados e sem possibilidade de alteração das artes, que eram muito complexas, em estilo *art déco*. Para garantir que o resultado final seria satisfatório, decidi vetorizar a capa novamente, tratando de todos os detalhes e adequando as caixas delimitadoras do título original para as palavras traduzidas para o português. Também foi aberto um espaço na arte-final para a colocação do logo da editora. Nesse livro, o acabamento mostrou-se outra questão a ser compreendida, considerando que seria meu primeiro livro em capa dura e, além disso, impresso em estampagem (*foil*) – o que me fez estudar o caso em detalhes e conversar com os impressores para compreender como ela deveria ser utilizada no *software* para que fosse impressa da maneira correta.

Figura 3 · Livro Um Gentleman em Moscovo.



Outra capa na qual foi muito interessante trabalhar foi a do livro *A Felicidade Nesta Vida*, do Papa Francisco. O livro originalmente teria a capa feita por outro

designer, mas, já na oitava versão, nenhuma das propostas havia sido aprovada. Com a saída do designer para férias, o trabalho foi passado para mim, para que fizesse uma nova proposta. Analisei os elementos que o projeto já possuía, como a foto do Papa e a cúpula da Basílica de São Pedro, e recebi e-mails dos editores sobre a intenção de se utilizar a mesma fonte do título da versão italiana da obra – fonte esta que o designer anterior não conseguira encontrar.



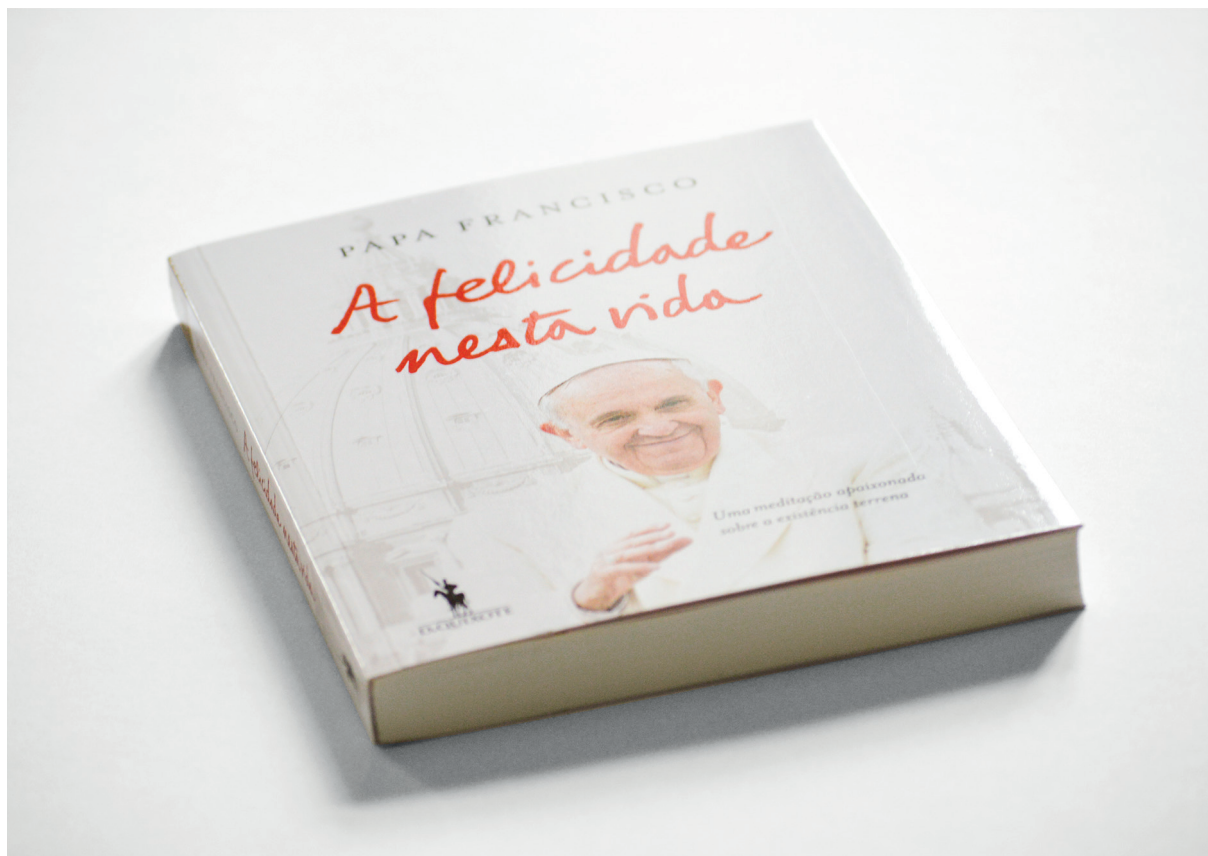
Figura 4 · Capa original em italiano do livro A Felicidade Nesta Vida.

Ao pesquisar a respeito, logo percebi que não se tratava de uma fonte, mas de um título produzido à mão especialmente para a obra – provavelmente tratava-se da escrita do próprio Papa Francisco. Apesar de ser uma solução mais trabalhosa, decidi que a solução mais interessante seria adaptar a escrita original para o título em português, modificando algumas letras que faltavam a partir das originais e criando outras, como o artigo no começo do título, mantendo o estilo do título da capa italiana. Tomei o cuidado de manter a autenticidade das letras, principalmente modificando ligeiramente as formas da letra “d”, que se repete três vezes, para dar a impressão de que haviam sido escritas à mão e, portanto, possuíam irregularidades entre si.

Figura 5 · Adaptação do título original para a versão em português.

Foi o trabalho com esta obra que inspirou o tema da segunda parte deste relatório de estágio: a arte do título feito à mão. Uma fonte não conseguiria captar a mesma essência do título original escrito pelo Papa Francisco – era necessário encontrar uma solução que se aproveitasse do caráter único do título

italiano para apresentar a tradução para português com a mesma intensidade e autenticidade. Neste caso, apenas um título único seria capaz de conferir à capa o que era necessário, fazendo com que minha primeira proposta fosse aceita com unanimidade pelos editores, e a reflexão acerca dos títulos personalizados surgisse e se tornasse o tema deste relatório.



*Figura 6 - Edição portuguesa do livro A Felicidade Nesta Vida.*

A  
Arte  
DO  
Título

2

---

A CAPA  
E O TÍTULO

Antes de abordar o tema deste trabalho – referente aos títulos personalizados para as capas de livros –, é necessário apresentar algumas noções a respeito do livro e da capa, de maneira a abarcar todos os conceitos necessários para dar prosseguimento ao tema. Também é importante fazer uma breve exposição acerca do histórico do lettering à mão, compreendendo onde a técnica surgiu, como se desenvolveu e entrou em declínio, voltando, nos últimos anos, a ser utilizado em uma espécie de revivalismo das técnicas manuais.

A maneira mais simples de apresentar todos os elementos que compõem a estrutura de um livro como o conhecemos hoje, no formato de códex, seria constatar que um livro é composto por duas partes: capa e miolo. Esta formatação já existia muito antes da invenção da prensa de tipos móveis que revolucionou a impressão, com Johann Gutenberg. Segundo Roger Chartier (1998, p. 8–9),

um livro manuscrito (sobretudo nos seus últimos séculos, XIV e XV) e um livro pós-Gutenberg baseiam-se nas mesmas estruturas fundamentais – as do códex. Tanto um como outro são objetos compostos de folhas dobradas um certo número de vezes, o que determina o formato do livro e a sucessão de cadernos. Estes cadernos são montados, costurados uns aos outros e protegidos por uma encadernação. A distribuição do texto na superfície da página, os instrumentos que lhe permitem as identificações (paginação, numerações), os índices e os sumários: tudo isto existe desde a época do manuscrito. Isso é herdado por Gutenberg e, depois dele, pelo livro moderno.

A estrutura do livro não mudou muito desde a invenção do códex. Aqui, focaremos na encadernação do livro, responsável originalmente pela proteção de seu conteúdo e, mais atualmente, pela informação comunicacional do que trata a obra, convidando o leitor a conhecê-la e servindo como ferramenta vital para o marketing do livro, mais conhecida como a capa.

---

A composição geral da capa do livro pode ser definida da seguinte forma: o painel frontal, o que muitas vezes chamamos de “capa” em si; as badanas; a lombada; e a contracapa.

## 2.1

---

### A CAPA DO LIVRO

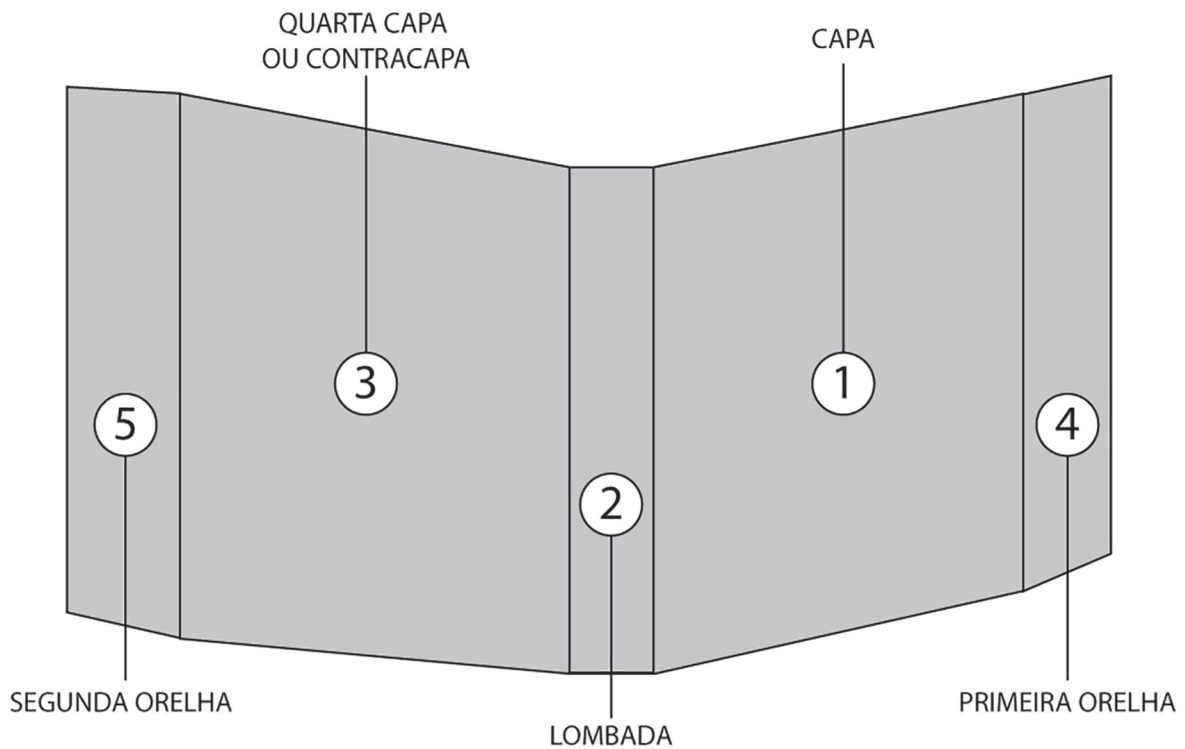


Figura 7 · Estrutura da capa (DUARTE, 2013).

Começando por trás para finalizar com o painel frontal – foco deste trabalho –, temos as badanas nos dois extremos da capa. Como as badanas são dobradas para dentro, o seu conteúdo costuma ficar escondido, motivo pelo qual muitas vezes apresenta textos mais completos e aprofundados sobre a narrativa da obra e seu autor. Considerando-se que, para aceder a esses textos o potencial leitor precisa já ter o livro em mãos, estas partes da capa não precisam, necessariamente, ser chamativas ou contar com um design inovador, já que não são responsáveis por chamar o leitor.

Tanto com relação às badanas quanto à contracapa, podemos considerar Carneiro (2012), em que “para além do título, do nome do autor e da designação da editora, é habitual a capa comportar um resumo da obra, referências ao autor e outras informações que apoiem o processo de decisão do potencial leitor.” (p. 39). É nesse mesmo contexto que apresenta-se a contracapa, pois ela também não é a principal responsável por captar a atenção do consumidor, já que o livro também precisa estar nas mãos deste para que se acedam tais textos. É nesta parte que a editora pode inserir sinopses breves e chamativas, assim como citações de resenhas do livro ou chamadas a respeito do autor, que façam com que o leitor se interesse pela obra.

A lombada é, muitas vezes, uma parte da capa que não recebe tanta atenção quanto deveria. Sua importância quanto ao design é muito grande, entretanto, principalmente nos períodos em que a obra já não se encontra em destaque nas livrarias. Em livrarias físicas, depois da época de lançamento, os livros vão para as estantes e a única porção da capa que permanece visível é a lombada – onde

se costuma encontrar o nome do autor, o título da obra e o logotipo da editora. No geral, a lombada é considerada uma arte meramente informativa, por isso talvez fosse interessante trabalhar de maneira mais focada em seu design para resolver a questão levantada neste parágrafo.

O que normalmente chamamos de capa é o painel frontal do conjunto, o que considera-se o principal meio de alcançar o leitor: “Na ausência de outros elementos, a capa é, muitas vezes, a única forma de comunicação com que o comprador de livros contacta.” (CARNEIRO, 2012, p. 44). Pelo fato de, na maior parte das vezes, ser o primeiro contato que o consumidor tem com a obra, a capa precisa ser capaz de chamar sua atenção e convidá-lo a tirar o livro da prateleira para vê-lo melhor e se aprofundar em seu conteúdo. E, para alcançar esse objetivo, é necessário lembrar que “a linguagem do design envolve reflexão, bom gosto e a análise de formatos e suportes: tudo isso leva à adoção de um projeto gráfico adequado e consistente, que transforma cada livro num objeto singular” (ARAÚJO, 2008, p. 277).

A capa do livro, historicamente, tinha como função proteger o conteúdo delicado que compunha o miolo dos exemplares. Sua composição envolvia pele, pergaminho e – conforme a necessidade de aprimorá-la de maneira a reforçar a proteção por ela conferida – madeira forrada pelos mesmos materiais ou tecido, assim como eram aplicados fechos e cantos de metal. Segundo Carneiro (2012, p. 39), a importância visual dada às capas é recente, só passando a existir com a democratização do acesso aos livros; antes, o encadernador trabalhava a capa conforme seus próprios gostos ou de seus clientes e bibliotecas. Sobre o mesmo assunto, Araújo (2008) apresenta um contexto histórico:

a apresentação geral do livro acompanhou, do mesmo modo, as solicitações do mercado. (...) O apelo visual tornaria-se cada vez mais presente, tanto do ponto de vista iconográfico, desde a xilogravura, o talho-doce, a água forte e a litografia, até a fotografia, quanto do puramente tipográfico, em que programações visuais arrojadas passariam a reduzir o texto quase que a um elemento decorativo, exposto em linhas sinuosas, margens irregulares, audaciosas misturas de corpo e famílias de tipos etc. (p. 49).

Atualmente, as capas possuem diversos tipos de acabamentos, que vão da capa mole à capa dura, passando pelas capas flexíveis, assim como revestimento em couro, tecido ou apenas em papel. Processos como o *hot stamping* ou a aplicação de verniz localizado são capazes de munir a capa de mais força visual. Isto é relevante principalmente no momento em que,

se a relação qualidade/preço é importante, perante dois livros com conteúdo e preço semelhantes, os consumidores com consciência da importância do design, preferem comprar a edição que seja mais atraente visualmente, mais fácil de ler e cuja informação seja apresentada de forma mais clara e compreensível. (CARNEIRO, 2012, p. 37)

## 2.2

---

### O TÍTULO FEITO À MÃO NO CONTEXTO DA CAPA

Assim sendo, pode-se compreender a importância do design para a capa de um livro, tanto por fatores comerciais quanto puramente estéticos, que deve ser dada a todos os elementos que ela compõem. Um destes, como é de se esperar, é o título—que pode assumir inúmeras formas e ser produzido de variadas maneiras, sempre com a mesma intenção, conforme podemos interpretar na fala de Tschichold (2007) em *A Forma do Livro*: “o objetivo de todo o design de livro deve ser a perfeição: encontrar a representação tipográfica perfeita para o conteúdo em elaboração.” (p. 31)

A capa é a forma mais direta de um livro atingir seu público e informá-lo a respeito de seu conteúdo. Por isso, aqui encontramos os dados essenciais a respeito da obra: título e nome do autor. Também é comum que haja o logotipo da editora e, normalmente, uma imagem—ilustração ou fotografia—que auxilia a capa a contar ao consumidor um pouco do que ocorre na narrativa daquela obra. Ainda assim, existem exceções de capas que apresentam apenas conteúdo tipográfico ou, pelo contrário e muito mais raro, apenas imagens, sem o título ou autoria.

Nesse contexto, é evidente a grande importância que se deve dar ao título da obra, pois é ele que carrega a identidade do livro, tornando-o “aquele livro”, e não outro. O nome do autor também é importante para referir quem é o responsável pela escrita do texto, mas o fato de eles publicarem livros diferentes faz com que essa não seja a característica mais diferenciadora na capa. O título, entretanto, é único àquela obra, e deve ser tratado com cuidado para transmitir a mensagem correta ao leitor: ao mesmo tempo em que concorda com os restantes elementos visuais da capa com relação ao design, deve ser legível e informativo. Afinal, como disse Tschichold (2007, p. 35), “tipografia que não pode ser lida por todo o mundo é inútil”.

O trabalho realizado no título precisa ser pensado de maneira profunda, sempre relacionando-o com o restante do conteúdo da capa de forma a permitir que todos os elementos “dialoguem” entre si.

Assim como a oratória, a música, a dança, a caligrafia—como tudo que empresta sua graça à linguagem—, a tipografia é uma arte que pode ser deliberadamente mal utilizada. É um ofício por meio do qual os significados de um texto (ou sua ausência de significado) podem ser clarificados, honrados e compartilhados, ou conscientemente disfarçados. (BRINGHURST, 2005, p. 23)

Apesar de ser mais comum atualmente encontrar capas em que o título é produzido a partir de fontes pré-existentes, vemos uma crescente tendência em utilizar-se técnicas mais artesanais e manuais para compor os títulos, em busca de uma aparência mais natural e autêntica para a composição geral do que se alcançaria se fosse feita com tipografia tradicional—e, também, uma maior

proximidade com o leitor. Outro motivo para utilizar técnicas como essas pode ser inferido a partir de Samara (2011, p. 84), quando defende que

fazer os tipos interajam com outros elementos em uma composição – especialmente com imagens – constitui um grave problema para muitos designers. A dificuldade para resolver esse problema deriva da inescapável funcionalidade da tipografia. Contudo, de modo semelhante aos elementos de uma pintura ou escultura que interagem para criar um conjunto coerente – elementos lineares em oposição a massas de claro e escuro, curvas reagindo a ângulos geométricos – os elementos tipográficos devem formar relações visuais unificadas com materiais não tipográficos ao seu redor. [...] Juntar palavras com imagens significa encontrar uma harmonia visual entre elas que otimize a leitura do texto, e ao mesmo tempo adicione uma dimensão conceitual à imagem. [...] (SAMARA, 2011, p. 84)

A dificuldade em encontrar fontes que sejam adequadas para cada projeto e utilizar essa escolha para integrar texto e imagem é mais um motivo que leva designers a optarem pelo desenho de lettering (letras desenhadas uma a uma para um conjunto particular de palavras). Geralmente relacionado à ilustração, o lettering manual não precisa ser feito necessariamente por um ilustrador, mas por um designer que tenha a intenção de formar uma unidade visual entre todos os elementos componentes da capa do livro. Com a técnica analisada neste trabalho é possível não apenas construir títulos com o mesmo traçado ou estilo das ilustrações das capas, como também modificá-los ou estruturá-los de forma a otimizar o espaço disponível para ele. Pode, ainda, gerar ornamentos e detalhes únicos para determinada capa e obra – criações que seriam mais complexas utilizando uma fonte tipográfica.

Como informa Carneiro (2012, p. 38), com base no livro *The Complete Guide to Book Marketing*, de David Cole, o leitor pode até não julgar o livro pela capa, mas as pessoas escolhem os livros a partir dos seus títulos. Um título sugestivo, que “evoque o tom da obra ou a memorável imagem central”, pode ligar-se de maneira mais direta ao potencial leitor. Um bom designer sabe o que pode ser feito com que essa conexão se torne ainda mais forte com o seu trabalho dedicado no título. E sabe que uma das melhores maneiras de fazê-lo, como veremos, é criando um título original que transmita visualmente a essência da obra para o leitor através da capa.

---

A letra manuscrita, a caligrafia e o lettering passaram por muitas modificações ao longo dos anos, e nem sempre são identificadas ou compreendidas da forma como deve ser em determinados pontos da história. Não exatamente em um embate, a caligrafia e a tipografia disputaram destaque no design mundial

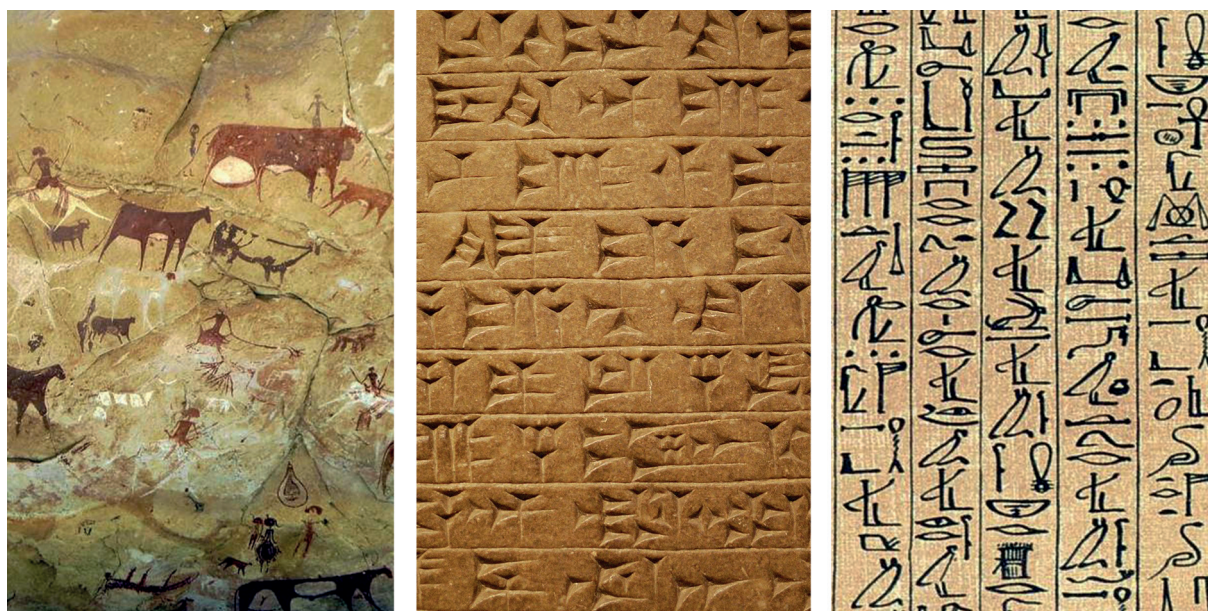
## 2.2.1 — BREVE HISTÓRICO DO TÍTULO FEITO À MÃO

em diversos momentos, sem qualquer vencedor ou vencido. Pelo contrário, as técnicas dividem espaço em muitos períodos, durante os quais uma ou outra é mais utilizada. Observamos a ascensão da tipografia e o declínio da caligrafia em um momento apenas para que o processo inverso ocorresse para ambas, e o ciclo ocorresse mais uma vez de seguida.

Por meio da história da caligrafia como um todo, podemos compreender melhor como ela surgiu e como se conecta com a técnica do lettering feito à mão por designers de nosso tempo. Esse apanhado histórico baseia-se principalmente no livro *História do Design Gráfico*, de Philip B. Meggs, ainda que outras obras também tenham sido consultadas e utilizadas.

A história da caligrafia e do lettering à mão mescla-se com a da escrita por si só, principalmente no que diz respeito ao seu princípio. A escrita e, por conseguinte, a escrita manual, iniciou-se com as pinturas rupestres nas paredes das cavernas pré-históricas, que serviam como formas de registrar acontecimentos e histórias no seu sentido mais rústico e original. Muito tempo depois, observa-se o surgimento de escritas como a cuneiforme e os hieróglifos egípcios, assim como, em seguida no fluxo temporal, o aparecimento dos primeiros alfabetos considerados “conjunto de símbolos ou caracteres visuais usados para representar os sons elementares de uma língua falada. Esses símbolos ou caracteres podem ser ligados e combinados para formar sinais visuais significando sons, sílabas e palavras proferidas.” (MEGGS, 2009, p. 34).

Figura 8 · Pinturas rupestres, escrita cuneiforme e hieróglifos.



O alfabeto latino utilizado por línguas ocidentais que incluem o português se desenvolveu principalmente durante o Império Romano, evoluindo do grego. Alguns dos principais usos do alfabeto em questão foram em inscrições como as encontradas na coluna de Trajano, em Roma, datada de cerca de 114 d.C.. O estilo manual envolvido na inscrição dessas pedras e o cuidado estético dos responsáveis

por gravá-las já eram evidentes, inclusive ao acertar questões que envolviam o espaço em que seriam inscritas e a maneira como isso deveria acontecer:

Uma letra encontrada várias vezes numa inscrição terá diferenças sutis de largura e proporção. Em certas inscrições, as linhas com mais letras terão o desenho das letras e o espaço negativo entre elas ligeiramente estreitados para acomodar as informações. Isso representa antes um juízo artístico do letrista do que um cálculo ponderado. (MEGGS, 2009, p. 45)



Durante a Idade Média, encontramos o desenvolvimento dos famosos Manuscritos Iluminados, desde a época do Império Romano até aproximadamente 1450 d.C.. Neles, a composição passou a se apresentar como um elemento de grande importância, no qual o embelezamento visual era utilizado de maneira mais enfática para difundir a palavra. Destaca-se, no contexto do título feito à mão, o trabalho manual do profissional conhecido como *copista*: trata-se de um letrista que passava todos os dias copiando, à mão, página após página do interior destes livros, em um estilo de inscrição de letras muito disciplinado.

Segundo Araújo (2008, pg. 443), é desta época que data a origem da ilustração editorial, que se desenvolveu por meios “mecânicos, fotomecânicos e, mais recentemente, digitais, com os recursos da computação e das novas tecnologias

Figura 9 · Inscrições na Coluna de Trajano.

da edição eletrônica – lembrando que a tecnologia ajuda, mas não dispensa a sensibilidade do olho humano.” Tanto na época quanto na era digital, as ferramentas essenciais são a capacidade e a criatividade do designer responsável pelo trabalho.



Figura 10 · Exemplo de manuscrito iluminado.

Por volta do ano de 1450 ocorreu uma revolução, amplamente conhecida e difundida, responsável por modificar a maneira como a humanidade se comunicava – e comparável à importância do surgimento da escrita: a invenção da impressão por tipos móveis. Ainda que tenha surgido séculos antes na Ásia, a técnica só ficou conhecida no Ocidente em meados do século xv, e foi aprimorada pela famosa figura histórica de Gutenberg.

Nessa mesma época já era possível encontrar exemplos de formas de produção que abarcavam desde a impressão tipográfica até a escrita manual, passando pela impressão xilográfica. Nesta última, “imagem e letras eram escavadas no mesmo bloco de madeira. [...] Cada página era entalhada em um bloco de madeira e impressa como uma unidade completa de texto e imagem.” (MEGGS, 2009, p. 92-93). Variantes da técnica surgiram posteriormente, assim como o ato de entalhar o texto no mesmo espaço e com a mesma técnica das ilustrações – o que se relaciona profundamente com o tema deste trabalho.

Ainda que a história da impressão com tipos móveis já seja muito conhecida no meio e, de certa maneira, óbvia na construção deste trabalho, é interessante notar como a escrita (e consequentemente o trabalho manual envolvido nela) é implicada nesse contexto. Isso porque “o propósito original da tipografia era simplesmente o de copiar. A tarefa do tipógrafo era imitar a mão do escriba para permitir uma replicação rápida e exata. Dúzias, centenas, milhares de cópias eram impressas em menos tempo de que um escriba precisaria para fazer apenas uma.” (BRINGHURST, 2005, p. 24-25).

Apesar das possíveis inovações que poderiam surgir com a impressão de tipos móveis, os primeiros livros impressos buscavam meramente copiar o trabalho manuscrito já reconhecido dos copistas. “O número generoso de caracteres e ligaturas substitutos permitiu a Gutenberg obter a riqueza e a diversidade da página manuscrita. Para maior enriquecimento, os espaços em branco eram deixados para iniciais decorativas a serem desenhadas depois por um escriba.” (MEGGS, 2009, p. 100).



Figura 11 - Bíblia impressa por Johann Gutenberg.

Antes que pudesse lançar o primeiro livro impresso da história, a Bíblia de 42 linhas, Gutenberg teve uma dívida executada por Johann Fust – para a qual o tipógrafo havia dado como garantia sua oficina tipográfica. Gutenberg foi banido de sua oficina, e Fust assumiu o final da produção das Bíblias e, como novo gerente comercial, passou a viajar para distribuir os livros. A partir disso advém uma curiosa história sobre a relação entre o começo da tipografia e a escrita manual:

Um antigo autor relata que Fust levou uma quantia de exemplares para Paris e tentou vendê-los como manuscritos. A Bíblia de 42 linhas não tinha páginas de título, nem números de páginas, nem outras inovações para distingui-la de manuscritos feitos à mão. Provavelmente tanto Gutenberg como seus clientes a queriam dessa maneira. Quando os franceses observaram o número e a semelhança entre os volumes, acharam que havia bruxaria envolvida. Para evitar acusações e condenação, Fust foi obrigado a revelar seu segredo. (MEGGS, 2009, p. 101).

Seria de se esperar que, com o advento de uma revolução tão grande quanto a invenção da impressão, a caligrafia entrasse em declínio e acabasse desaparecendo – ou fosse subjugada. O que aconteceu, entretanto, foi uma democratização do ato da escrita, quase como efeito colateral da impressão. Os mestres calígrafos passaram a ensinar a técnica devido ao rápido crescimento da alfabetização, e a expansão do governo e comércio absorveu esses profissionais experientes que passaram a redigir importantes documentos de Estado e de negócios.

A partir daí, a impressão tipográfica passou a se desenvolver e ser aprimorada por inúmeros movimentos artísticos e designers, ainda que houvesse iniciativas em sentidos diferentes, como as de William Blake, que utilizava outras técnicas para imprimir poemas e ilustrações em águas-fortes sem tipografia.



Figura 12 · Exemplo do trabalho de William Blake.

A Revolução Industrial, ocorrida inicialmente na Inglaterra entre 1760 e 1840, desenvolveu uma comunicação mais rápida e publicitária que envolvia prioritariamente cartazes.

Neste ponto, observa-se uma espécie de disputa que se desenvolve aos poucos entre a tipografia tradicional, mais rígida, e o trabalho manual, mais livre e isento de limitações tecnológicas. “Maior escala, mais impacto visual e novos caracteres acessíveis e expressivos eram necessários, e a tipografia de livros, que lentamente evoluíra da caligrafia, não atendia a essas necessidades.” (MEGGS, 2009, p. 176). Por esse motivo, “[...] os impressores tipográficos enfrentaram crescente pressão competitiva por parte dos impressores litográficos, cujos artesãos habilidosos geravam lâminas diretamente dos esboços do artista e produziam imagens e letras limitadas apenas por sua imaginação.” (MEGGS, 2009, p. 176).



Figura 13 - Os cartazes da Revolução Industrial.

A impressão litográfica, envolvida direta nessa disputa, funcionava a partir de pedras nas quais se escrevia ou desenhava com tinta gordurosa, permitindo a extração de uma cópia. “Al ser dibujados los textos de los carteles y otras obras publicitarias, la forma de las letras [...] fue objeto de una extraordinária criatividade, liberada de las imposiciones técnicas de la tipografía de plomo.” (FRUTIGER, 2001, p. 22)<sup>3</sup>.

3 - “Ao serem desenhados os textos dos cartazes e outras obras publicitárias, a forma das letras [...] foi objeto de uma extraordinária criatividade, liberada das imposições técnicas da tipografia de chumbo.” Tradução do autor.

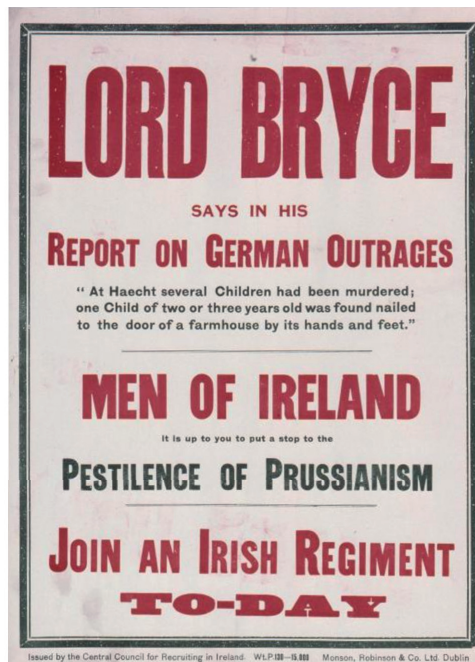


Figura 14 - Cartaz litográfico e tipográfico, respectivamente.

Para poder competir com a litografia e sua liberdade criativa, a impressão de tipos evoluiu para a invenção dos tipos de madeira para impressão de cartazes,

em 1827. Em contraposição, a litografia passou a poder ser produzida com cores com a cromolitografia, a partir de 1846.

Durante a Revolução Industrial, a tipografia tradicional distanciou-se do estilo caligráfico que inspirou os primeiros tipos de letras para alcançar outros patamares, com letras maiores e mais expressividade. Durante a era vitoriana, a partir da metade do século XIX, entretanto, a tipografia voltou a se inspirar no trabalho manual para compor seus textos: “A cromolitografia, com suas inscrições descontraídas, era a principal fonte de inspiração para fundições e impressores tipográficos, que procuravam manter sua fatia de mercado na feroz competição do ramo das artes gráficas.” (MEGGS, 2009, p. 213).

Figura 15 · Trabalhos de Toulouse-Lautrec, Mucha, Crasset, Cheret e Bradley.



A oposição entre o trabalho feito à mão e com máquinas não é recente; o movimento *arts and crafts*, do final do século XX, buscava revitalizar o design de livros através de um retorno aos ofícios manuais, abominando os bens “baratos e vis” da produção em massa da época vitoriana. O movimento *art nouveau*,

estilo artístico da mesma época, aproveitava-se da habilidade e criatividade de designers talentosos para produzir cartazes que se utilizavam intensamente da técnica do lettering à mão. Inúmeros artistas viriam a trabalhar em cartazes em que os textos não eram produzidos a partir de tipografia, como Henri de Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha, Will Bradley, Eugène Grasset e Jules Chéret – este “estava convencido de que os cartazes litográficos ilustrados substituiriam os tipográficos de texto que enchiam o ambiente urbano [...]”. (MEGGS, 2009, p. 250).

Depois do advento e posterior declínio do *art nouveau*, movimentos artísticos mais minimalistas, geométricos e racionais passaram a surgir, utilizando-se da tipografia para criar seus trabalhos de design e, outra vez, alternando a preferência do texto entre feito à mão e com o uso de tipos de letra. Esses movimentos incluem a proposta de uma reforma tipográfica por parte do designer alemão Peter Behrens; o livro de Jan Tschichold sobre a Nova Tipografia, muito centrado no movimento Bauhaus, que se baseava na pureza, clareza e simplicidade dos meios; e o Estilo Tipográfico Internacional suíço, que combinava conceitos de clareza e objetividade com grelhas e construções visuais baseadas na matemática.



É claro que, com a multiplicidade de estilos que passou a figurar no cenário do design em âmbito internacional, nunca houve qualquer tipo de uniformidade com relação à forma de trabalho dos artistas. Herb Lubalin, por exemplo, “recortava suas provas de tipos com uma lâmina de barbear e as remontava. [...] Palavras e letras podiam transformar-se em imagens; uma imagem podia tornar-se uma palavra ou uma letra.” (MEGGS, 2009, p. 512). Os designers sempre trabalharam de maneira a escapar das limitações das ferramentas principais, buscando soluções que, embora mais trabalhosas, eram capazes de fornecer um design mais original e diferenciado para suas artes.

Uma nova revolução tomaria forma durante os anos 1990, modificando completamente o cenário do design gráfico – e não só –, com uma magnitude capaz de ultrapassar a importância das mudanças ocorridas com Gutenberg: a revolução digital.

Figura 16 · Trabalhos dos movimentos artísticos racionais do início do século XIX.

A partir de então, entramos em um momento completamente diferente do design gráfico, em que a internet e os microcomputadores democratizam inúmeros processos envolvidos na criação de artes, sua concretização material e divulgação. Com a utilização de novas ferramentas, *software* e *hardware*, uma única pessoa passou a ser capaz de agregar várias funções envolvidas no trabalho do design gráfico.

A tipografia teve de, invariavelmente, se adaptar e evoluir para funcionar de maneira adequada neste novo contexto digital. Ainda que no princípio dessa revolução houvessem poucas iniciativas envolvidas na produção de fontes digitais, a democratização e propagação de programas de desenho de fontes para computadores criou uma nova onda de produção e distribuição destas.

“A fundição digital de tipos descentralizou e democratizou a criação, a distribuição e o uso de fontes de tipos. Os anos 1990 assistiram ao maior acesso à tipografia e à proliferação de fontes experimentais e fantasia. Versões excelentes e medíocres de tipos tradicionais eram lançadas, e a superabundância de novos projetos incluía inovações sem precedentes ao lado de outros mal concebidos e toscamente elaborados.” (MEGGS, 2009, p. 643).

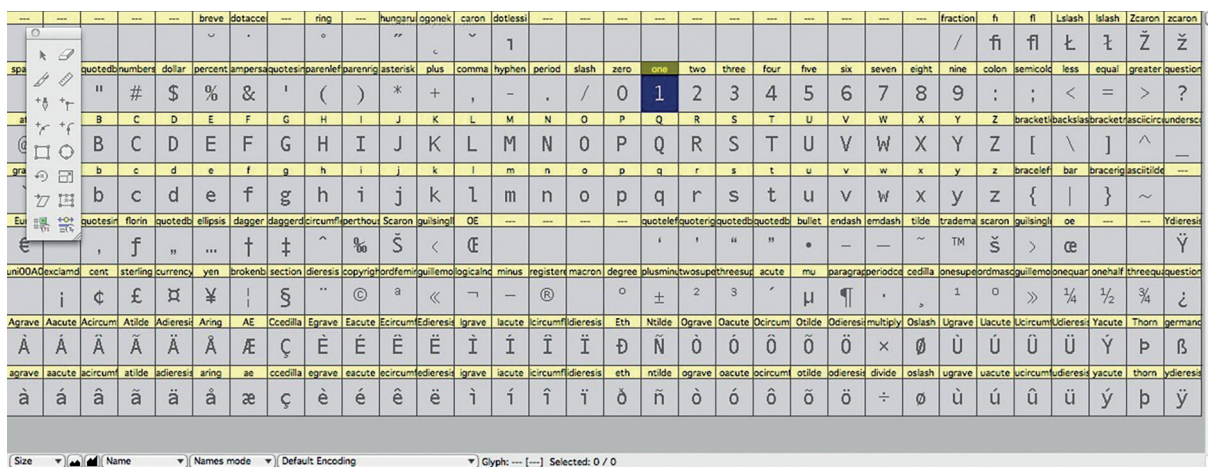


Figura 17 · Trabalho em fontes digitais.

Com uma vasta pluralidade de opções e variáveis para fontes capazes de compor projetos dos mais diferenciados teores e com as mais inusitadas intenções, e também a facilidade em obter e distribuir fontes capazes de prover e solucionar essas carências, o trabalho manual foi lentamente perdendo importância e sendo suplantado por possibilidades mais rápidas de produção de arte-finais, inclusive nas capas de livros. A utilização de fontes já existentes para a composição de títulos tornou-se extremamente comum, e o trabalho minucioso de criação de um título singular para cada obra passou a ser cada vez mais raro. O cenário tipográfico evoluiu em inúmeros aspectos, chegando a ser possível – devido à invenção do formato de fontes *opentype*, baseado na linguagem *unicode* –, a utilização de recentes e sofisticados recursos capazes de alternar sets de

letras para fazer com que a mesma letra, repetida, seja diferente em cada vez em que aparece, de forma a simular a escrita à mão. Alternativas contextuais, responsáveis por modificar grupos de letras, criar ligaturas onde uma fonte comum não conseguiria e combinar todos os elementos de uma palavra de maneira a parecer o mais orgânica possível também demonstram a capacidade de tecnologias como essa suplantarem por completo o lettering feito à mão.

Como já aconteceu em outros momentos da história da escrita, entretanto, as técnicas manuais eventualmente retornam em uma espécie de renascimento, na tentativa de reintroduzir o trabalho manual em contextos variados dentro do design gráfico e editorial. Um desses contextos é o das capas dos livros, em que designers dedicados e interessados por alternativas mais adequadas a cada projeto do que simplesmente uma fonte pré-existente passam a produzir por si próprios fontes personalizadas para suas coleções ou a desenhar os títulos de cada livro de forma única – tornando-os pertencentes apenas àquele projeto.

Esse revivalismo de técnicas, que poderiam ser chamadas de “tradicionais”, é notável e muito perceptível atualmente nas capas de livros. É evidente que não deixarão de existir, assim como a importância das capas digitais é inegável. Todas as técnicas são válidas. Como disse Bringhurst (2005),

“as velhas tecnologias, livres de suas obrigações comerciais, ainda estão longe de morrer. O tipo de fundição, a monotipo, a linotipo e a prensa tipográfica continuam sendo importantes instrumentos artísticos, ao lado do pincel, do lápis, da goiva e da caneta.

O estilo tipográfico não se baseia em nenhuma tecnologia de composição ou de impressão, mas no primitivo e não obstante sutil ofício da escrita. As letras derivam sua forma dos movimentos da mão humana, restringida e amplificada por uma ferramenta. Essa ferramenta pode ser complexa como um instrumento de digitalização ou um teclado especialmente programado ou simples como um pedaço de pau afiado. Em ambos os casos, o essencial está na firmeza e na graça do próprio gesto, não na ferramenta com que é feito.” (BRINGHURST, 2005, p. 157).

# 3

---

## O TÍTULO NA PRÁTICA

Depois de entender o papel do título no contexto da capa e conhecer um breve histórico das técnicas manuais de escrita em contraposição à tipografia, passa-se a um terceiro momento deste trabalho, no qual busca-se detalhar o processo dessa prática e analisá-la inserida no mercado editorial em livros publicados e à disposição de leitores.

Para tanto, optou-se por entrar em contato com designers que utilizam a técnica do desenho de títulos personalizados e analisar capas que deles se apropriem. Com dados colhidos a partir dos responsáveis por trabalhos que inspiraram este relatório de estágio, será possível abarcar o processo de criação de cada designer e compreender como produziram as capas que analisaremos em seguida. Para além do contato com os artistas, também decidiu-se comparar suas capas com as produzidas de maneira tradicional para as mesmas obras – neste caso, por meio de fontes –, de maneira a tentar identificar características dos títulos feitos à mão que lhes confirmam um aspecto mais único ou especial do que o conseguido através de fontes já prontas.

---

A primeira das duas metodologias escolhidas para este trabalho foi o questionário. Elaborou-se um breve questionário, de apenas cinco perguntas, a ser respondido por designers que utilizam a técnica do lettering à mão.

A utilização dessa ferramenta é justificável principalmente devido à sua fácil aplicação, que pode ser feita à distância e respondida sem a interferência do pesquisador. Considerando-se a distância geográfica entre os respondentes e a necessidade de rápida tabulação dos resultados, assim como o limitado tempo disponível para aplicar a ferramenta, o questionário mostrou-se uma opção lógica e adequada. Desta maneira, foi possível contatar designers do Brasil e de Portugal por e-mail, o que permitiu executar o trabalho da forma desejada.

A entrevista também foi considerada, mas, levando em conta a impossibilidade de deslocamento até o Brasil para realizá-la e as limitações de ferramentas online para tanto – o que tornaria os contextos de cada entrevista diferentes entre si, devido aos resultados que diferem entre uma entrevista realizada pessoalmente e uma pela internet –, percebeu-se que a natureza puramente

## 3.1

### METODOLOGIAS ESCOLHIDAS

#### 3.1.1 – O QUESTIONÁRIO

escrita do questionário seria mais adequada. “Num questionário, a informação obtida pelo pesquisador limita-se às respostas escritas a questões pré-determinadas.” (SELLTIZ, 1974, p. 267).

Gil (2010) estabelece um conceito bastante claro do que é o questionário: “Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.” (p.121).

Segundo Selltiz (1974), as perguntas de um questionário podem ser abertas ou fechadas, sendo o primeiro modelo o que decidimos utilizar neste trabalho, devido aos aspectos criativos envolvidos no trabalho dos designers e as especificidades e subjetividades que poderiam ser inclusas nas respostas, quando abertas. Se as perguntas fossem fechadas, com alternativas limitadas para os respondentes, não seria possível receber um *feedback* que envolvesse as características pessoais e emotivas que os levam a trabalhar como trabalham, além de ser possível conhecer detalhes que não seriam trazidos à tona de outra maneira.

No processo de criação do questionário deste trabalho, tentou-se mantê-lo breve e dar espaço aos respondentes para dissertar em suas respostas. Por esse motivo, a ferramenta de pesquisa possui apenas cinco questões, criadas para abarcar todos os aspectos importantes em relação à arte do título e aos elementos subjetivos da criação artística.

A primeira pergunta abarca a *formação profissional do respondente e como esta foi responsável por tornar seu trabalho o que é hoje*. A formação profissional não necessariamente envolve o trabalho de criação de títulos em si – como, por exemplo, o estudo da ilustração ou da tipografia –, e é justamente a trajetória que cada designer segue em sua carreira que torna o uso de títulos personalizados mais ou menos relevante em suas capas.

A segunda questão aborda a *opinião pessoal dos respondentes acerca da importância visual do título na capa de um livro*, o que já começa a delimitar as nuances do questionário e a apresentar opiniões dos artistas a respeito de suas próprias técnicas. Com esta questão é possível compreender o motivo para estes designers optarem por realizar este trabalho, que, muitas vezes, passa despercebido.

Em seguida, questiona-se o *motivo para criar títulos em lettering personalizado* e pede-se que se disserte a respeito do assunto. As respostas acerca deste ponto podem ser reveladoras por tratarem especificamente das razões para trabalhar com lettering à mão, já aprofundando o que foi introduzido na questão anterior.

A quarta pergunta é a mais importante de toda a ferramenta de pesquisa, pois envolve o caráter único do título feito à mão: *será que os designers que*

*os produzem acreditam que esses títulos possuem características que os tornam mais especiais ou singulares do que um produzido por meio de fontes?* Sendo esta também a questão que este trabalho se propõe a responder, são as palavras dos designers que auxiliam a alcançar o objetivo e descobrir se realmente há algo que justifique todo o esforço investido nos títulos das capas analisadas. A segunda parte da questão é ainda mais interessante, pois questiona que tipo de livro os designers julgam se beneficiar de um título feito com fontes, apesar de todas as características e qualidades percebidas por eles nos títulos em lettering.

A finalização do questionário ocorre através de uma pergunta que visa apreender o *processo de criação dos artistas com relação aos títulos*, permitindo conhecer as técnicas utilizadas para tanto e as formas consideradas mais adequadas por eles para atingir resultados satisfatórios, tanto profissional quanto comercialmente, para os títulos – e, conseqüentemente, para as capas nas quais eles se apresentam.

---

Seria possível dizer que as duas metodologias escolhidas para este trabalho se complementam. Sendo a segunda o estudo de caso, considerou-se interessante a possibilidade de contrapor respostas dadas nos questionários com produtos reais desenvolvidos pelos designers, de maneira a identificar dados ou detalhes revelados por eles em suas artes.

Cada método de pesquisa possui vantagens e desvantagens, dependendo de três fatores que determinam qual é o mais adequado a ser utilizado: “o tipo de pesquisa, o controle que o investigador tem sobre os eventos comportamentais reais e o enfoque sobre os fenômenos contemporâneos em oposição aos históricos”. (YIN, 2010, p. 22).

Aqui, o intuito é selecionar capas de livros que possuam títulos produzidos pelos designers respondentes ao questionário e que utilizem a técnica do lettering personalizado, e, em seguida, compará-las com capas das mesmas obras que não utilizem a mesma técnica. Dessa maneira, espera-se descobrir se existe alguma característica inerente a esse tipo de prática que a torne especial ou única, complementando a pergunta do mesmo gênero já feita aos designers.

Por esse motivo, o estudo de caso mostrou-se como uma opção válida e adequada para esta comparação; de qualquer forma,

não existe fórmula, mas a escolha depende em grande parte de sua questão de pesquisa. Quanto mais suas questões procuram explicar alguma circunstância presente (por exemplo, “como” ou “por que” algum fenômeno social funciona), mais o método do estudo de caso será relevante quando suas questões exigirem uma descrição ampla e “profunda”. (YIN, 2010, p. 24).

## 3.1.2 — O ESTUDO DE CASO

## 3.2

### DEFINIÇÃO DOS OBJETOS DE ESTUDO

Para analisar o título na prática, e levando em consideração as metodologias escolhidas, foi necessário definir os objetos de estudo – tanto com relação aos designers questionados quanto às capas que seriam analisadas.

Dentro do contexto dos designers, decidiu-se determinar um universo de pesquisa limitado, mas capaz de compreender estilos diferentes. Os respondentes foram limitados a falantes da língua portuguesa, compreendendo, assim, duas instâncias importantes para minha formação: Brasil e Portugal. Estando mais imerso no mercado editorial brasileiro, foi mais fácil encontrar designers cujo trabalho tivesse afinidade com o estilo buscado dentre os artistas de títulos brasileiros, ainda que tenha optado por trabalhar apenas com um. Em Portugal, o auxílio do orientador do relatório de estágio foi vital para definir a designer questionada, como uma sugestão relevante e interessante para compor um cenário coerente e válido nesta abordagem.

A intenção original para o estudo de caso era comparar o mesmo livro entre os designers participantes do questionário. Como se havia pensado em questionar três designers, o processo de decidir qual seria o terceiro tornou-se mais difícil devido à incompatibilidade de portfólios entre os artistas, já que os mesmos livros não se repetiam nos trabalhos de todos. Posteriormente, definiu-se que as capas não seriam mais comparadas entre si, mas com outras capas dos mesmos livros, mais genéricas, em relação às quais o lettering se destaca de maneira mais evidente – até porque, colocando lado a lado artes que envolvessem título desenhado, não seria possível dizer que um título possui atribuições positivas com relação ao outro por todos utilizarem a mesma técnica, o que prejudicaria o objetivo do trabalho. Por fim, essa comparação entre capas do mesmo livro foi inserida apenas a título de curiosidade.

Depois de definidos os três designers, percebeu-se que as capas de dois deles possuíam um contexto interessante para este trabalho, motivo pelo qual optou-se por manter apenas dois: apresenta-se a capa de um livro brasileiro produzida por uma designer portuguesa e de um livro português feita por um artista brasileiro. O contraponto e complementaridade desta situação fecha um círculo na percepção do trabalho.

Dessa forma, os livros a serem analisados são fundamentalmente quatro: um para cada designer participante do questionário e um outro para contrapô-los, que não utilizasse o lettering desenhado em seu título – ainda que para a segunda obra a comparação seja feita com mais de uma edição que não utiliza lettering. Uma quinta capa é apresentada como curiosidade, sendo uma edição da mesma obra da analisada para o segundo designer.

## 3.3

### OS DESIGNERS RESPONDENTES

A escolha dos designers a serem questionados para este trabalho foi embasada, principalmente, no gosto pessoal relacionado aos títulos por eles produzidos. Seus trabalhos possuem certa notoriedade e coerência entre si, além de serem artistas que recorrem muito frequentemente à arte do título desenhado.

*Vera Tavares* é uma designer portuguesa formada em História da Arte, mas que voltou-se ao design gráfico e editorial de maneira natural. Fez ilustrações para jornais, revistas e livros escolares e seguiu para um estágio em uma agência de publicidade antes de trabalhar em livros. Isso ocorreu com a criação da editora Tinta-da-China por parte de duas de suas colegas na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Vera foi chamada para produzir o logotipo e depois a primeira capa da casa editorial, e seu estilo foi apreciado e assimilado. Ela é, hoje, diretora de arte da editora, e a maior parte das capas é produzida por ela, seguindo seu estilo característico nas capas e nos títulos.

Em entrevista ao Diário de Notícias, revela como surgiram as primeiras artes feitas para a Tinta-da-China:

“O cenário era muito homogêneo em termos de capas de livros”. Isto é, uma imagem selecionada de um banco, uma letra escolhida de um catálogo de fontes. “Eu estava um bocadinho cansada [dessa fórmula]”. Na Tinta da China, “não havia muito dinheiro para comprar imagens e eu também não tinha muito interesse nisso”. Começou a usar ilustração e a desenhar as letras.<sup>4</sup>

4 - Disponível em <<https://www.dn.pt/artes/interior/designer-grafica-sem-constrangimentos-8698249.html>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018.

Falando ao Jornal I, em 2016<sup>5</sup>, a designer diz que “o meu ponto de partida para desenhar uma capa é sempre o texto, não contando com as coordenadas que de forma mais ou menos difusa já estarão na minha cabeça antes mesmo de abordar o texto propriamente dito, e que o situam num contexto determinado.” Também nessa ocasião aborda a arte do título, ao dizer que todos os elementos da capa, em seu trabalho, devem possuir um acordo “absoluto”: “É talvez isso que me leva a ter muita dificuldade em usar letras que não sejam desenhadas por mim.”

5 - Disponível em <<https://ionline.sapo.pt/501503>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018. <<https://ionline.sapo.pt/501503>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018.

*Rafael Nobre* é um designer brasileiro formado em Desenho Industrial/ Programação Visual pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Apesar de também trabalhar com identidades visuais e peças promocionais, seu foco é o design de livros. Iniciou sua carreira no mercado editorial no Grupo Editorial Record e seguiu trabalhando como freelancer até 2012, quando foi co-fundador e sócio da produtora e editora Babilonia Cultura Editorial. Segundo seu site, “seu trabalho já foi selecionado na Bienal de Design Gráfico da ADC, foi finalista do prêmio de melhor capa de livro Jabuti, foi premiado e finalista no prêmio Melhor Capa de livro Getty Images Brasil e recebeu o selo Altamente recomendável/FNLIJ.”<sup>6</sup>

6 - Disponível em <<https://www.rafaelnobre.com/home/info/>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018.

Alguns de seus trabalhos mais interessantes foram produzidos dentro do contexto de coleções, como a Clássicos Zahar. Todas as capas da coleção são produzidas por ele, e grande parte das ilustrações, também – exceto quando são utilizadas as originais das primeiras edições dos clássicos. Para essa coleção, Rafael falou ao blog Sobrecapas<sup>7</sup> sobre as artes de título: “os letterings dos títulos também merecem uma atenção especial nesta coleção, pois trazem mais personalidade as capas e funcionam como marcas.” Aqui já podemos perceber o tratamento que ele dá à arte do título e a importância

7 - Disponível em <<http://sobrecapas.blogspot.com/2016/06/colecao-classicos-zahar.html>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018.

# 3.4

---

## ANÁLISE DAS RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO

### 3.4.1

---

#### PRIMEIRA QUESTÃO

8 - Todos os excertos desta seção foram retirados diretamente dos questionários e, por isso, não sofreram nenhuma alteração em nenhum sentido, como formatação, revisão ou alteração qualquer.

com que a considera na capa, semelhante a uma marca, que precisa ter características que a torne distinta e única.

---

A primeira questão abrange a trajetória de cada um dos designers a partir de sua formação. *Vera Tavares* diz que sua “formação em design gráfico não foi acadêmica.”<sup>8</sup> Seu envolvimento com o trabalho em agências de publicidade foi, segundo ela, determinado por possibilidades criativas limitadas, principalmente por conta do trabalho envolver marcas com regras já definidas. “Por isso as soluções visuais eram em geral automáticas e repetitivas, com alguma busca em catálogos de fontes [...] e com muito recurso a bancos digitais de imagens.” Em contraposição ao seu começo de carreira no design, ela diz que a Tinta-da-China foi uma oportunidade de trabalhar de maneira diferente, começando pelo logotipo. De certa maneira, seu interesse em letterings feitos à mão se justifica logo a seguir, pois ela “olhava muito para materiais gráficos mais antigos, anúncios de jornais e revistas com letterings variados e inventivos como se fossem eles próprios ilustrações.” Sua inspiração em materiais gráficos mais antigos, nos quais, de acordo com a história da técnica, o lettering era muito mais frequente e produzido como se fosse ilustração, pode tê-la influenciado na criação de letterings feitos à mão para as capas da editora.

Para a mesma pergunta, *Rafael Nobre* fala a respeito, principalmente, de seu tempo na faculdade, tendo estudado design gráfico na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Segundo ele, durante o curso, foi muito incentivado a investir em suas ilustrações, que já produzia desde criança. Já entrando na parte de seu processo, enfatizou seu interesse na mescla entre processos tradicionais e digitais – e em como a técnica do lettering à mão se encaixa nesse caso: “[...] como o trabalho de capa de livro passa por muitas revisões e ajustes o digital ajuda com que essas alterações sejam feitas mais rápidas. Por isso, é importante que capa seja o máximo possível editável. O que as vezes complica o uso do lettering que caso não seja aprovado deve ser totalmente refeito.” Apesar de não se aprofundar muito em sua formação, é possível compreender que seu foco na ilustração é o que mais estimulou sua vontade de usar a técnica estudada neste trabalho, sendo ela tão próxima ao desenho.

### 3.4.2

---

#### SEGUNDA QUESTÃO

Sobre a importância visual do título na capa de um livro, na segunda pergunta, *Vera Tavares* fala sobre como acha vital que “o título se articule visualmente com qualquer outro elemento da capa e como qualquer outro elemento da capa, que não seja um bocado de texto colocado sobre uma imagem como se não fizesse parte dela.” Esse ponto de vista evidencia sua opinião a respeito da importância

do título: caso não seja equilibrado ou não se encaixe no contexto, ele é capaz de transformar todo o conteúdo da arte da capa.

Já para *Rafael Nobre*, cada capa é uma capa. Dependendo do caso, segundo ele, pode ter-se mais destaque para a ilustração ou imagem e menos para o título, e vice-versa. Com relação à possibilidade de o título ser o foco principal da arte, “o seu desenho é importante para contribuir com a identidade do livro. Funcionando quase que como um logotipo.” Podemos entender que, em uma capa como a mencionada, o trabalho envolvido no título deve ser minucioso por conta da importância que ele assume nesse caso.

---

Com relação ao motivo pelo qual decidiu trabalhar com lettering personalizado, *Vera Tavares* diz que foi a partir de sua primeira capa, que também foi o primeiro livro publicado pela Tinta-da-China. Depois de decidir utilizar o detalhe de uma ilustração setecentista para a capa, percebeu ser um problema “não conseguir encontrar uma fonte tipográfica que se articulasse com os outros elementos gráficos. Foi por isso que comecei a modificar fontes e a desenhar letterings.”. Para mesclar de maneira harmoniosa as ilustrações com os títulos, passou a fazer todos os títulos por conta própria, permitindo que todos os elementos da capa “conversassem” entre si.

*Rafael Nobre* expõe a mesma dificuldade em encontrar a fonte adequada para determinados projetos, e, além disso, diz que o trabalho manual, muitas vezes, é capaz de fazer com que os elementos da capa interajam entre si da melhor maneira. Já antecipando a resposta para a pergunta seguinte, diz que “Como o lettering é desenvolvido exclusivamente para o projeto, torna a capa mais particular dando um aspecto de exclusividade e originalidade.”. Também estendeu-se e adiantou algo a respeito de seu processo de criação.

---

A quarta pergunta, como já dito, é a mais reveladora e importante para este trabalho, no sentido de indagar aos produtores dos títulos em lettering manual se acreditam que trata-se de uma técnica que o torna mais especial ou único. Segundo *Vera Tavares*, é muito importante a quantidade de trabalho e reflexão que se investe em um título feito à mão. E, sobre seu trabalho, de maneira subjetiva, diz que “é a minha maneira de pensar graficamente e de me apropriar das coisas através de uma reflexão.”. Apesar disso, não diminui a prática do título tradicional, dizendo que o lettering “é um método criativo válido como qualquer outro em que haja um trabalho que é pensado, mas que pode ser pensado a partir de outros conhecimentos, de outros métodos, usando ou não usando fontes e outros contributos.”.

### 3.4.3\_

## TERCEIRA QUESTÃO

### 3.4.4\_

## QUARTA QUESTÃO

Na opinião de *Rafael Nobre*, é inegável a originalidade que um título feito com esta técnica atribui a uma capa, e fala a respeito de elementos que serão abordados mais adiante, durante a análise dos títulos: a interação entre as letras. “Num lettering por exemplo você pode ter dois ‘A’ com desenhos diferentes e a interação das letras é única. Hoje tem muitas fontes digitais com inúmeras ligaturas que tentam simular essa característica que é própria do lettering.” Por outro lado, ele afirma que alguns projetos, principalmente aqueles em que as ilustrações assumem posições de destaque, o ideal é utilizar fontes para que haja contraste entre os elementos e estes não “briguem” na arte final.

### 3.4.5

---

#### QUINTA QUESTÃO

Para os dois designers, o processo de criação de uma capa e um título começa com a leitura do material e a pesquisa de referências e inspirações – respostas à quinta e última pergunta do questionário, sobre o processo pessoal nas artes. *Vera Tavares*, além da questão da pesquisa, enfatiza a importância de considerar o contexto, como em uma coleção, em que os letterings precisam ser suficientemente neutros para abarcar todas as diferentes obras que a compõem.

*Rafael Nobre* acrescenta à pesquisa a importância do *briefing* e a reflexão sobre como transmitir, na capa, as características da obra publicada. A partir delas, define o estilo da imagem a figurar na capa e, a partir dela, decide se o mais adequado é uma fonte ou um lettering. Sobre a criação deste, “faço os primeiros esboços a mão e depois vou refinando. Após ter um esboço mais detalhado, passo para computador para vetorizar. Em seguida faço novos ajustes até considerar estar finalizado.” No caso da necessidade de um estilo mais próximo ao escrito à mão, não vetoriza a imagem, mas trata-a no computador e ajusta conforme necessário.

A partir dos questionários respondidos pelos designers, podemos compreender melhor seus processos e as maneiras como tratam suas artes, auxiliando a análise dos títulos na prática e a compreender o motivo de trabalharem desta ou daquela maneira. Também descobrimos suas opiniões acerca da originalidade e caráter único do título feito à mão: embora nenhum dos dois desconsidere a importância e validade das composições feitas com fontes, declaram o quanto o trabalho investido em um título em lettering o valoriza.

## 3.5

---

### OS LIVROS ANALISADOS

Para a análise das obras propostas neste trabalho, se considerará apenas o painel frontal do livro – portanto, a capa em si, e não a lombada, contracapa ou badanas. É irrelevante, aqui, o acabamento da obra, tanto com relação ao tipo de capa – capa dura, flexível, mole –, quanto ao uso de tintas especiais ou recursos

como verniz localizado ou *hot stamp*. Apesar do foco principal ser a arte do título criada para as obras em questão, também se levarão em conta as ilustrações e fotografias que compõem o restante da capa, apesar de não nos aprofundarmos muito nesse quesito.

---

O primeiro livro a ser analisado é *Habitante Irreal*, de Paulo Scott. A história trata principalmente sobre temas relacionados à cultura indígena no Brasil – com destaque para o estado do Rio Grande do Sul, na região Sul do Brasil –, além de também abordar a política e a ditadura. A sinopse dá um panorama do início da obra:

Porto Alegre, 1989. Depois de ter vivido a euforia e as promessas de abertura política no Brasil, Paulo sente-se desiludido com a militância política no Partido dos Trabalhadores. É incapaz de manter relacionamentos estáveis, o seu trabalho no escritório de advogados oprime-o - está desencantado com a vida. O acaso leva-o a cruzar-se com Maína, uma adolescente índia parada à beira da estrada. De jornais e revistas apertados contra o peito, debaixo de uma forte chuva, Maína parece estar à espera de alguma coisa. Paulo decide dar-lhe boleia, e a vida de ambos ganha contornos inesperados.

«Habitante Irreal» acompanha a emancipação do Brasil face à ditadura, aborda o problema mal resolvido da herança indígena e revela que a possibilidade de um futuro promissor pode não ser suficiente para controlar a nossa vida.<sup>9</sup>

Paulo Scott é um autor brasileiro e gaúcho<sup>10</sup>. Nasceu em Porto Alegre, em 1966, e é professor universitário, além de escritor. Possui dez livros publicados: quatro romances, um de contos e cinco de poesias. Recebeu vários prêmios e, com *Habitante Irreal*, foi agraciado com o Prêmio Machado de Assis da Fundação Biblioteca Nacional no ano de 2012; também foi finalista do Prêmio Jabuti e São Paulo de Literatura.<sup>11</sup> Publicado originalmente em 2011, no Brasil, o livro chegou em Portugal em Fevereiro de 2014 pela Tinta-da-China, sendo este seu primeiro livro publicado no país.

A edição da Tinta-da-China possui 304 páginas, foi publicada em capa dura, no formato 14,5 × 20 cm. A capa foi feita por Vera Tavares em seu cargo dentro da editora.

Aqui também apresentaremos quatro outras edições da obra: a brasileira, inglesa, germânica e croata.<sup>12</sup> As três últimas serão apresentadas como referências para compreender a forma como a capa do mesmo livro foi produzida em diferentes idiomas e contextos. O foco principal para comparação com a edição da Tinta-da-China, entretanto, será na edição brasileira, publicada

## 3.5.1 — HABITANTE IRREAL, DE PAULO SCOTT

9 · Disponível em <<http://www.tintadachina.pt/book.php?code=1956ec9855585516e29b3787396fcb>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

10 · Por “gaúcho” compreende-se toda pessoa nascida no estado brasileiro do Rio Grande do Sul.

11 · Disponível em <<https://www.companhiadasletras.com.br/autor.php?codigo=03415>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

12 · As outras edições desta obra foram reunidas a partir da seção específica com relação à obra no site Goodreads. Disponível em <<https://www.goodreads.com/work/editions/28143269-nowhere-people>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

## 3.5.2 — OS MAIAS, DE EÇA DE QUEIRÓS

pelo selo Alfaguara, do Grupo Companhia das Letras, em Outubro de 2011. São 264 páginas em formato 15 × 23,4 cm, com acabamento em brochura. A capa foi criada pelo estúdio brasileiro Retina\_78.

O segundo livro analisado é o clássico da literatura portuguesa *Os Maias*, de Eça de Queirós. A obra apresenta Lisboa no final do século XIX, e os protagonistas são membros da família Maia, cujos romances e conflitos permeiam a narrativa. A sinopse da edição da editora Zahar fala sobre a importância da obra:

Obra máxima de Eça de Queirós e um marco da literatura portuguesa, *Os Maias* envolve irresistivelmente o leitor na atmosfera da Lisboa do final do século XIX. Tendo como protagonistas Afonso, Pedro e Carlos Eduardo da Maia, e apresentando outros personagens memoráveis, como João da Ega, Dâmaso Salcedo, Maria Eduarda e o casal Gouvarinho, narra a trajetória de uma família, a história de um amor impossível e os rumos de um país.

Eça dá vida a um refinado jogo social e compõe um panorama da cultura e dos problemas sociais e políticos do seu tempo, numa prosa limpa, cortante e inigualável. A ironia, o sentimentalismo e a crítica mordaz são alguns dos componentes fundamentais da grandiosidade literária de Eça de Queirós, que se completa na criação de seus personagens e na construção novelística, na descrição comovente e dramática da vida e da sociedade de seu tempo.<sup>13</sup>

13 · Disponível em <<https://zahar.com.br/livro/os-maias-edicao-comentada-e-ilustrada>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

Eça de Queirós nasceu em 1845, em Póvoa de Varzim, registrado como filho de mãe incógnita por ter sido fruto do relacionamento escondido entre um filho de magistrado da cidade e uma moça solteira da média burguesia. É autor de grandes obras como *O primo Basílio*, *O crime do Padre Amaro* e o próprio *Os Maias*, considerado uma obra-prima da literatura em língua portuguesa.<sup>14</sup>

14 · Disponível em <<https://zahar.com.br/autor/eca-de-queiros>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

A obra foi publicada originalmente em 1888. A edição cuja capa foi produzida por Rafael Nobre pertence à coleção Clássicos Zahar, da editora brasileira Zahar, e foi publicada em Maio de 2014. A coleção iniciou com *Aventuras de Alice no País das Maravilhas & Através do Espelho*, de Lewis Carroll, em edição bolso de luxo, em capa dura. Com o sucesso do livro, que chegou à lista dos mais vendidos no Brasil, a editora decidiu investir em outros clássicos publicados da mesma maneira, em edições comentadas e ilustradas e em versões bolso de luxo, todas em capa dura.<sup>15</sup>

15 · Disponível em <<http://sobrecapas.blogspot.com/2016/06/colecao-classicos-zahar.html>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

A edição em questão de *Os Maias*, pela Zahar, possui 576 páginas em formato 16 × 23 cm. A capa foi produzida por Rafael Nobre, que também foi responsável por outras capas da coleção e acabou criando uma identidade visual para a mesma, ao mesmo tempo em que mantém a personalidade de cada obra.

Devido à grande quantidade de versões publicadas do mesmo livro – já que se trata de um clássico –, aqui serão apresentadas algumas das edições da obra de Eça de Queirós e o trabalho feito em seus títulos. Por fim, a edição publicada pela Tinta-da-China, com capa de Vera Tavares, será apresentada apenas para demonstrar como a arte do título feito à mão pode variar de acordo com o designer e suas intenções, assim como os propósitos de uma obra em determinado momento ou de acordo com o projeto editorial das casas que as publicam.

A capa do livro *Habitante Irreal* produzida por Vera Tavares para a editora Tinta-da-China possui uma ilustração como foco, acompanhada do título na porção superior e do nome do autor na inferior. A cor predominante é um laranja amarelado, que assume diferentes tons na ilustração, e um específico, mais claro, para o lettering.

A ilustração apresenta uma coruja de olhos arregalados em uma posição incomum, de costas para o chão e a cabeça voltada para o leitor. Atrás dela, em um tom mais claro da cor do fundo, há formas que sugerem labaredas altas. Por conta do fogo, supõe-se que a coruja esteja morta, ou prestes a morrer. De acordo com a sinopse, a imagem pode representar a derrocada ou situação crítica da cultura indígena no Brasil, que seria a coruja, sendo consumida aos poucos pelas chamas.

## 3.6

### ANÁLISE DAS ARTES DE TÍTULO

#### 3.6.1 — O TÍTULO DE HABITANTE IRREAL

Figura 18 · Capa de  
*Habitante Irreal* pela  
Tinta-da-China.



Comparando-se esta capa e, por conseguinte, também o lettering, com outras da Tinta-da-China criadas para autores de ficção de língua portuguesa, nota-se que Vera Tavares definiu esta como uma coleção. É possível encontrar outras capas da mesma no site da editora na seção específica “Ficção de Língua Portuguesa”<sup>16</sup>.

16 · Disponível em <<http://www.tintadachina.pt/booksC.php?code=e657e5600160385cfac9db19b1f78b57>>. Acesso a 06 de Setembro de 2018.



Figura 19 · Exemplo de livros da coleção de Ficção de Língua Portuguesa da Tinta-da-China.

Em comum entre todas as capas há uma marca negra no canto superior direito, a mesma presente no mesmo canto do logo da editora. Apesar de o logo não estar presente nas capas dessa coleção, a marca característica já pressupõe a editora responsável pelas obras, e sua identidade visual também remete muito fortemente à já estabelecida para a casa editorial. Com exceção justamente da capa de *Os Maias* (que, como já mencionado, será apresentada posteriormente), todas possuem o canto superior direito “manchado”, com a característica do logo; as capas escuras o têm em outras cores, sempre em tons já utilizados nas ilustrações.

Figura 20 · Logótipo da Tinta-da-China e detalhe no canto das páginas da coleção.



As demais capas da coleção utilizam-se, no geral, da cor preta e de outra cor que compõe a ilustração, apresentada em diversas tonalidades que ajudam a dar profundidade ao desenho. A disposição do título é bastante similar em grande parte dos casos, com a ilustração tomando o centro da capa e o título acima dela. O nome do autor ou autora costuma aparecer na porção inferior da capa.

Ainda excluindo-se a edição de *Os Maias*, todos os títulos são compostos no mesmo estilo, feito à mão pela Vera Tavares. As correspondências de letras entre as capas diferentes evidenciam tratar-se do mesmo tipo de lettering.



Figura 21 · Correspondência do estilo de título entre as capas da coleção.

Nos títulos, apenas nomes próprios ou palavras específicas são grafadas com a primeira letra em caixa-alta; os títulos são iniciados em caixa baixa, mas sua posição de destaque na capa deixa clara a sua função. Os nomes dos autores e autoras, por outro lado, seguem uma estrutura mais tradicional, iniciando-se com letras em caixa alta e seguindo em caixa baixa.

Passando especificamente para o título do livro *Habitante Irreal*, é evidente a questão levantada no parágrafo anterior, já que nenhuma das duas palavras possui qualquer das letras em maiúsculas.

Figura 22 · Título de *Habitante Irreal* pela *Tinta-da-China*.

# habitante irreal

Uma das maneiras mais eficientes de identificar que um lettering foi produzido à mão é quando há repetição de letras e elas são diferentes entre si. É justamente por essa razão que muitas fontes *opentype* assumem esse tipo de abordagem

para enaltecer suas características similares ao handlettering: inúmeras fontes possuem *sets* diferentes para as mesmas letras – geralmente vogais ou consoantes recorrentes –, para mimetizar essa característica da escrita à mão. No trabalho de Vera Tavares para esse título, entretanto, as letras repetidas são rigorosamente iguais entre si, mesmo quando aparecem uma após a outra, como no caso dos “rr” em “irreal”. Também repetem-se as letras “a”, “i”, “t”, e “e”.

# habitante irreal

Figura 23 · Letras iguais ao longo do título.

17 · Todas as nomenclaturas relacionadas às partes das letras correspondem à proposta de terminologia tipográfica relativa à anatomia do tipo de Amado e Silva (2011), no pôster apresentado no II Encontro Nacional de Tipografia na Universidade de Aveiro.

Apesar de tratar-se de um lettering feito à mão, as letras repetem-se entre as capas dos livros da coleção de forma como ocorreria se uma fonte fosse utilizada. Entretanto, o trabalho manual envolvido é o que torna cada lettering único, ainda que as letras sejam reutilizadas entre uma capa e outra. Dentro do contexto da coleção é perceptível uma identidade muito marcante na arte dos títulos, o que ajuda a dar personalidade e uma voz própria às obras que a compõem, ao mesmo tempo em que as reúne sob o respaldo da coleção.

Sob o prisma da tipografia, a arte do título deste livro se assemelha às fontes sem serifa. Algumas letras poderiam ser compreendidas como se tratando de uma estrutura geométrica, devido às barrigas<sup>17</sup> das letras “a” e “b” serem, em sua essência, círculos. Também a letra “e”, não fosse pela sua pequena abertura, é formada por um círculo. Em seu estilo, poderia ser definida como “modernista geométrica”. Não há contraste entre os traços, sendo todos eles compostos por linhas e curvas de espessura relativamente idênticas.

Ainda assim, alguns elementos e detalhes evidenciam tratar-se de um trabalho feito à mão. Os traços apresentam inconsistências, principalmente com relação à espessura; as curvas das letras não são perfeitas e, por vezes, possuem falhas ou porções em que a curva toma uma direção ligeiramente diferente, como no terminal da letra “a”, que sobe da barriga e curva-se para a esquerda até encontrar um ligeiro desvio, que torna a curva um pouco mais abrupta.

Figura 24 · Terminal da letra “a”; finais das letras “i” e “t”.



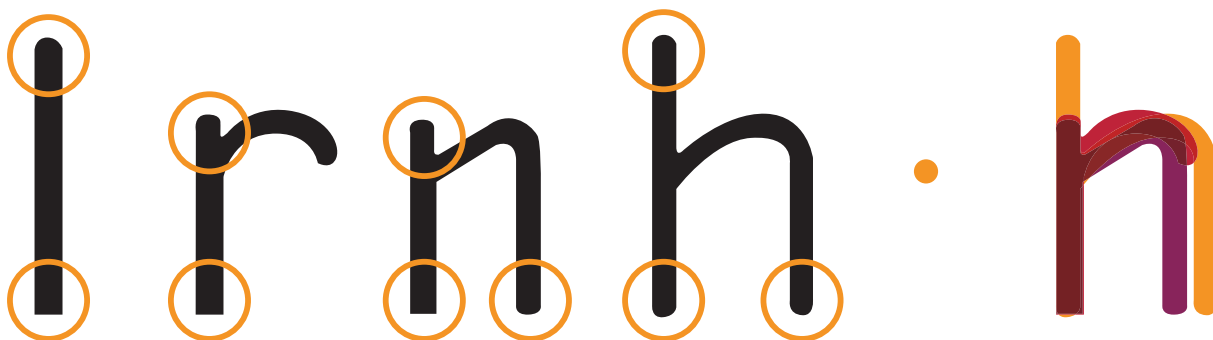
Tanto a final da letra “t” quanto “i” apresentam uma espessura muito maior na ponta, como se fosse formar um terminal em gota, do que na curva que leva a ela. A forma dessas finais também difere entre as duas letras, sendo um pouco mais suave no “t” do que no “i”, e mostra que o trabalho feito nelas não é perfeito, e nem deveria, pois é a principal característica – e o que demonstra personalidade – de uma palavra escrita à mão.

Reunindo-se o título e o nome do autor, “Paulo Scott”, vemos que ambos os letterings foram produzidos com as mesmas letras: entre título e nome repetem-se o “a”, “l” e “t”. A letra “u” é também uma repetição, tratando-se da letra “n” rotacionada.

habitante irreal . n + ↻ = u  
Paulo Scott

Uma das principais inconsistências é observada nos remates dos traços verticais: em alguns pontos, são retos; em outros, arredondados. Um exemplo dramático é a letra “l”, cujo remate superior é arredondado e, o inferior, reto. Essa situação também acontece no “r” e no “n”. É curioso notar como os remates são todos arredondados na letra “h”, em contraposição ao que é encontrado na letra “n”, considerando-se sua estrutura similar – que poderia levar a crer que uma seria derivada da outra.

Figura 25 · Título e nome do autor; letra “n” rotacionada transforma-se na letra “u”.



A relação entre “h” e “n”, aliás, é bastante curiosa. Enquanto o afilamento do “n” é formado prioritariamente por uma linha reta, o do outro é mais sutil e curvo. A curiosidade encontra-se no fato de que uma letra poderia ser derivada da outra – e, por extensão, também a letra “r”. O “h” poderia perder sua ascendente e facilmente tornar-se um “n”, enquanto o fruto desta modificação, tendo sua “perna” direita encurtada, tornaria-se um “r”. Nenhuma dessas possibilidades foi explorada, o que sugere que, de fato, cada uma das letras foi produzida individualmente, de acordo com a necessidade de cada título.

Figura 26 · Remates das letras “l”, “r”, “n” e “h”; sobreposição das letras “r”, “n” e “h”.

Supõe-se, a partir dessa evidência, que não foi criado um alfabeto completo para a coleção logo na primeira capa; foram feitas apenas as letras necessárias para compor

o título do primeiro livro da coleção e, conforme surgiram outras obras, as outras letras foram adicionadas. Isso poderia justificar as diferenças entre as letras de mesma estrutura e, também, esclarecer um aspecto vital da técnica do título feito à mão: sua utilização dedicada a cada obra – nesse caso, a cada *nova* obra da coleção. A arte deste título mostra que o trabalho realizado nela foi pensado e calculado de acordo com a necessidade, da forma que melhor se encaixaria no contexto; aqui, significa que não se produziram letras desnecessárias. Elas poderiam ser adicionadas ao alfabeto posteriormente, quando um título necessitasse delas.

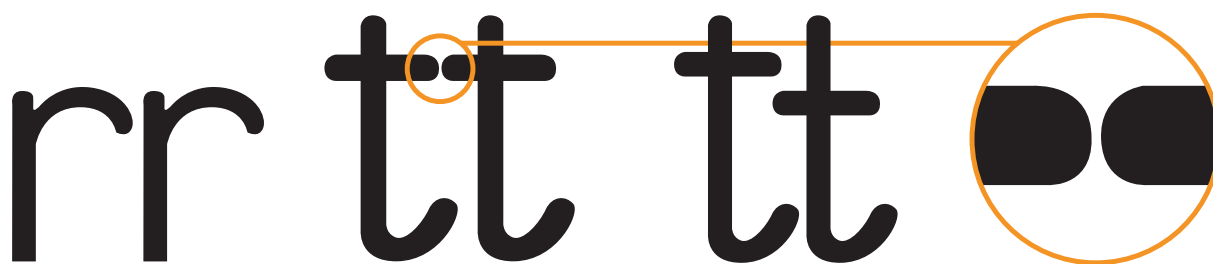


Figura 27 · Pares de letras “rr” e “tt” da capa e “tt” do miolo; detalhe da quase-ligatura no “tt” da capa.

18 · Disponível em <<http://www.tintadachina.pt/pdfs/1956ecc9855585516e29b3787396fcb-inside.pdf>>. Acesso a 06 de Setembro de 2018.

Tanto no par “rr” quanto no “tt” nota-se que poderia ter havido a inserção de ligaturas, que agiriam como pontos focais no título e nome do autor. Essa possibilidade não foi aproveitada na capa; entretanto, no arquivo *.pdf* disponibilizado no site da editora<sup>18</sup> para acesso a um trecho do interior do livro, vemos que houve uma modificação no par “tt” na folha de rosto. Nesse caso, uma das cruces fica mais acima e, a outra, mais abaixo – assim, evita-se que elas se toquem e *quase* formem uma ligatura, como na capa, ao mesmo tempo em que torna esse par mais interessante. Trata-se de um detalhe intrigante, já que o fato de esse par de letras agir de tal forma no miolo do livro e isso não se repetir na capa, já que o “tt” modificado seria mais chamativo e original do que o que efetivamente foi utilizado.

Há ainda outros aspectos interessantes que podem ser ressaltados com relação às letras do título de *Habitante Irreal* e o nome do autor. As únicas letras em caixa alta se destacam, e analisá-las mostra a imprecisão nos traços que compõem o lado interno da contraforma do “P” em contraposição ao externo, assim como as linhas inconstantes do “S”. Nota-se que tais letras foram criadas de maneira original por conta dessas imperfeições. Elas ficam ainda mais claras quando postas lado a lado com a letra “o”, que, evidentemente, foi criada com um círculo vetorial perfeito, sem sofrer alterações manuais.

Figura 28 · Inconsistências nos traços das letras “P” e “S”; perfeição circular da letra “o”.



É a partir dessa comparação entre uma letra “perfeita” e uma “imperfeita” que é possível notar o que mais torna o título feito à mão especial: suas falhas, que fazem com que, no plano geral da capa, ao vê-la sem examinar os pormenores, percebamos um fator humano maior do que em um título que utiliza fontes. A incapacidade humana de, por exemplo, criar duas letras exatamente iguais entre si quando escritas à mão, é o que torna esse título mais próximo do leitor: trata-se de um título feito por alguém real, que trabalhou em cada letra individualmente, compondo-a nos mínimos detalhes mantendo todas as características que a tornam única e original.

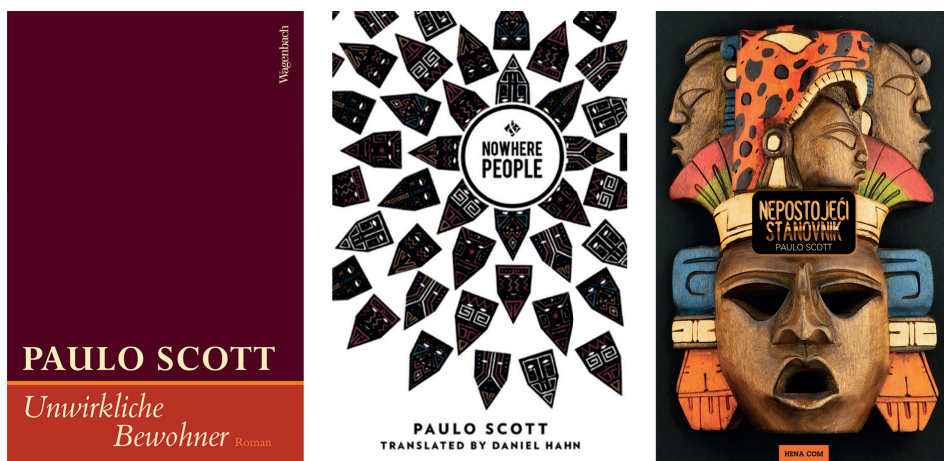


Figura 29 · Capas de Habitante Irreal na Alemanha, Reino Unido e Croácia.

*Habitante Irreal* também foi publicado em outros territórios. Na Alemanha, a capa recebeu um tratamento minimalista, apenas com cor e o título composto em fontes. A edição britânica é monocromática, com branco e preto, e o título também produzido em tipografia tradicional. Dentre as três capas, a croata é a que apresenta um título mais interessante, com um aspecto mais rústico e feito à mão, embora a aparência sugira que se trata de uma fonte, devido à maior uniformidade entre as letras e a suavização dos traços e curvas sutis.

Quando comparamos a capa portuguesa com a original brasileira, com o título composto em uma fonte tradicional, a proximidade com o leitor que o título feito à mão proporciona se torna ainda mais evidente.

Figura 30 · Capa de Habitante Irreal pela editora Alfaguara.



19 · É possível ver as obras mencionadas no site da editora em <<https://www.companhiadasletras.com.br/titulos.php?selo=Alfaguara&lanc=2011>>. Acesso a 06 de Setembro de 2018.

Produzida pelo estúdio Retina\_78 para a editora Alfaguara, a capa de *Habitante Irreal* no Brasil segue a lógica estabelecida para praticamente todas as obras da editora, com linhas horizontais e verticais que criam dois retângulos na capa, que se unem em um canto e vazam para a lateral e fundo. Grande parte dos livros lançados pela editora no ano de 2011, quando publicada originalmente a obra em questão, possuem esse recurso visual característico<sup>19</sup>. De certa maneira, isso poderia ser comparado com a mancha da Tinta-da-China na coleção de língua portuguesa.



Figura 31 · Capas de livros publicados pela editora Alfaguara no ano de 2011.

O fundo da capa da Alfaguara é branco, e sobre ele nota-se um boneco de brinquedo que representa um índio sem cabeça. Ainda que a imagem remeta mais à representação de indígenas norte-americanos, e não aos nativos do território brasileiro, é possível captar a essência da sinopse da mesma maneira que na capa da Tinta-da-China: apesar da posição do boneco ser de prontidão e luta, o fato de estar sem cabeça indica que ele já está derrotado.

Partindo para a questão do lettering, vemos que ele também é padronizado com relação às outras capas da editora, com mais destaque para o nome do autor do que para o título da obra. Com o estabelecimento de uma identidade visual entre os livros publicados, poucos são os que surgem com fontes diferentes ou um tratamento especial dado ao título do livro e nome do autor. Ainda que isso auxilie a criar uma fácil identificação da casa editorial responsável pelas obras, esse recurso acaba por abafar a personalidade de cada uma.

## WhatTheFont

Instant font identification powered by the world's largest collection of fonts.

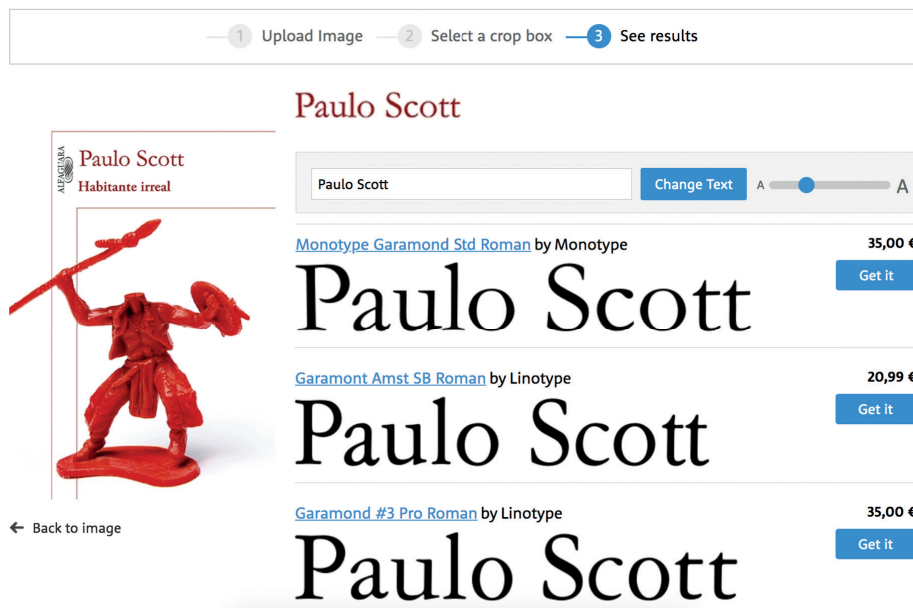


Figura 32 · Identificação da fonte do nome do autor através da ferramenta WhatTheFont.

Através da ferramenta WhatTheFont<sup>20</sup>, identifica-se a fonte usada no nome do autor como Monotype Garamond Std Roman, inclusive com o detalhe na contraforma da letra “P” e a barriga característica do “a” que a segue. Posicionando-se a arte do nome do autor sobre o texto de exemplo dado pela ferramenta online percebemos que até o espaçamento entre as letras é o mesmo, o que significa que não houve um cuidado específico no tratamento estético do título, no que diz respeito a trabalhar o *kerning* para, por exemplo, corrigir a quase sobreposição das serifas das letras “u” e “l”, ou algo que tornasse a dupla “tt” mais uniforme e cativante. O nome do autor foi digitado com as predefinições padrão da fonte, não sendo trabalhado mais detalhadamente do que isso, no sentido tipográfico.

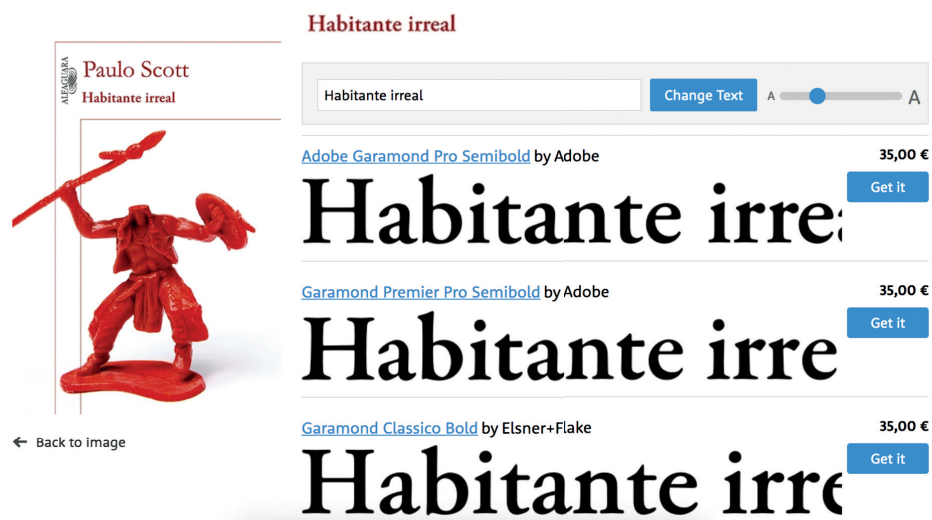
20 · O WhatTheFont é uma ferramenta na internet que permite fazer o upload de imagens que contenham texto para que identifique qual foi a fonte utilizada na arte. Disponível em <<https://www.myfonts.com/WhatTheFont>>. Acesso a 06 de Setembro de 2018.

Paulo Scott  
Paulo Scott

Figura 33 · Comparação entre o tipo gerado pela ferramenta e o encontrado na capa.

O mesmo pode ser dito a respeito do título, composto em um tamanho um pouco menor do que o nome do autor, logo abaixo deste. Também segundo o WhatTheFont, a variação da fonte Garamond utilizada para o título é a Semibold da Adobe Garamond Pro. O *kerning* padrão também foi aplicado aqui, e é evidente que o trabalho no título limitou-se ao mínimo, sendo maior em outros aspectos da capa.

Figura 34 · Identificação da fonte do título.



Não se quer dizer, aqui, que o trabalho com os títulos nas publicações da Alfaguara, em especial no de *Habitante Irreal*, é falha ou ineficaz; por outro lado, propõe-se comparar o título feito para uma edição e outra para que seja possível perceber a diferença estética e subjetiva relacionada à produção do título à mão. É clara a quantidade de trabalho investida em um e em outro, e a atenção a detalhes e as imperfeições observadas no lettering da edição da Tinta-da-China evidenciam um trabalho muito mais interessante e pensado do que o resultado da edição original da editora Alfaguara. Nesse sentido, *Habitante Irreal* ganhou muito esteticamente com a edição feita por Vera Tavares: o design do lettering feito à mão é capaz de tornar a capa mais expressiva e especial em relação à composição produzida apenas com tipografia tradicional.

Figura 35 · Capas portuguesa e brasileira de Habitante Irreal.



### 3.6.2 — O TÍTULO DE OS MAIAS

Passando para a próxima obra a ser analisada, a capa de *Os Maias* produzida por Rafael Nobre, assim como a de *Habitante Irreal* de Vera Tavares, é composta por ilustração. No fundo, um desenho de traços finos mostra a entrada de uma residência, com pequenos degraus que levam a uma porta da frente, janelas e, à frente da porta, um caminho que passa em meio ao que poderia ser um jardim. Ao considerar que grande parte da obra se passa no Palácio do Ramalhete, em Lisboa, e que o caráter familiar envolve toda a história, a ilustração de fundo remete a esse ambiente acolhedor de uma casa de família, sem necessariamente caracterizá-la como um lugar específico.

No primeiro plano aparecem elementos ilustrados que supõem a existência de um homem, ainda que não seja possível ver seu rosto ou cabeça. Estão ali, entretanto, a cartola, o monóculo, o bigode e o colarinho, elementos suficientes para conseguir determinar, de forma aproximada, o local e época em que se passam a história, devido ao estilo de vestimenta e caracterização do tempo em que o livro foi publicado, no qual a história ocorre. Também esse desenho remete aos protagonistas da história, os homens da família Maia.



As cores utilizadas são, em sua maioria, marrons e amarelos. As bordas da capa são mais escuras do que o centro, onde o tom se aproxima do amarelo de um pergaminho. Há textura ao longo de toda a capa, que poderia ser identificada como de papel ou o próprio pergaminho, elementos que ajudam a estabelecer o contexto geral da história. O fato de o desenho no primeiro plano possuir respingos de tinta

Figura 36 · Capa de *Os Maias* pela editora Zahar.

reafirma a representação de papel ou pergaminho no fundo, o que sugeriria o hábito da correspondência através de cartas ou a escrita, ou outras atividades relacionadas. A arte do título aparece em uma cor que destoa das restantes, um verde-água chamativo. O restante dos letterings utilizam o amarelo claro do fundo, como se estivessem recortados na ilustração, ainda que não permitam entrever a de trás.

As duas ilustrações, de fundo e da frente, diferem em estilo: a que se encontra no fundo possui, como já dito, traços finos que referem ao contorno de objetos e plantas; a do primeiro plano não usa traços, mas formas sólidas com preenchimento, sem muitos detalhes aparentes além dos respingos de tinta.

Esta capa de *Os Maias* foi produzida para a coleção Clássicos Zahar, que não foi pensada desde o início como uma coleção. Depois do sucesso do primeiro título publicado sob sua chancela, a editora decidiu seguir com um novo projeto que publicaria clássicos. O designer estabeleceu, a partir da concepção da primeira obra, um estilo geral a ser seguido em todas as outras, que foi lentamente se adaptando e desenvolvendo conforme outras obras eram publicadas. A identidade da coleção gira em torno, principalmente, de ilustrações vetoriais ou provenientes das edições originais dos clássicos, e as cores costumam ser fortes e vibrantes. O acabamento, considerado de luxo, em capa dura, também é uma constante, e a guarda que une a capa ao miolo sempre possui padrões inspirados em elementos das narrativas, com o uso de cores fortes diferentes, costumeiramente destoantes das usadas na capa.

Figura 37 · Capas de livros publicados pela coleção Clássicos Zahar.



Partindo para a análise do título, uma das primeiras características que chama a atenção é a presença de ornamentos na forma de floreados. Na composição que inicia o título, “Os”, há um floreado muito marcado na letra “s”, que desce e preenche ligeiramente o espaço acima do “M” abaixo; na palavra principal, estão

presentes no primeiro “A” e no “S”. Esses detalhes também surgem no restante do lettering da capa, em especial no nome do autor: no “E” e no “a” de “Eça”, na ascendente do “d” em “de”, e na cauda do “Q” e final do “s” em Queirós.



Não é difícil identificar a origem dos floreados, entretanto. O lettering, como um todo, foi pensado a partir da forma dos elementos que compõem a ilustração no primeiro plano, e o título e nome do autor se adaptam para encaixar nas formas da parte de cima da cartola. A inscrição “Edição comentada e ilustrada”, além de ter sido produzida da mesma maneira que o nome do autor e seguir a mesma estética, acompanha o formato da aba do chapéu. E é na ilustração que vemos a origem dos floreados: estão nas pontas do bigode, que se curva para cima em uma ligeira espiral e justifica toda a ênfase dada a esses detalhes ao longo do título e texto que o acompanha.

Figura 38 · Origem dos ornamentos do lettering no bigode da ilustração.



Figura 39 · Título de Os Maias pela editora Zahar.

Nesse caso, ao contrário do trabalho de Vera Tavares em Habitante Irreal, a construção do título afasta-se da tipografia tradicional. Todas as letras são únicas e possuem características próprias, adaptando-se às que as acompanham e tomando diferentes formas e alturas para encaixar na cartola. O exemplo mais marcante no título é a repetição das letras “A” que, apesar de serem similares, foram evidentemente feitas separadamente. A barra transversal do primeiro “A” ultrapassa o limite da letra e torna-se um ornamento, o que não ocorre no segundo caso. Neste, a letra seguinte invade o espaço do final do “A” e une-se a ele em mais um floreado. O ápice dos “A” são quadrados para manter uma margem uniforme em torno do lettering com relação às bordas do chapéu.

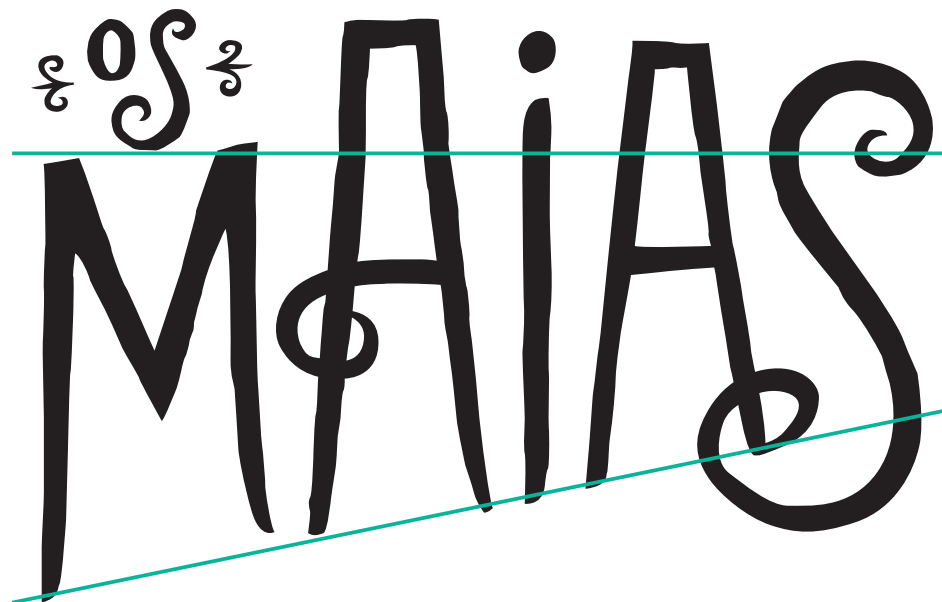


Figura 40 · Detalhe dos ornamentos e topo das letras “a”; letra “i” e “Os” encaixando na letra “M”.

Apesar de não se tratar de tipografia, as letras comportam-se de maneira similar a uma fonte *unicase*, em que alguns dos glifos apresentam-se em caixa alta e, outros, em caixa baixa. Aqui, a letra “i” surge em caixa baixa, provavelmente como forma de torná-la mais interessante do que apenas um traço vertical no meio da palavra. Em “Os”, a estrutura também é confusa, já que não é possível definir se alguma das duas letras é maiúscula ou minúscula, principalmente por conta do “s” estender-se para baixo, fazendo com que o “o” descance sobre seu ornamento, formando uma unidade visual forte. Os ornamentos também aparecem acompanhando a palavra “Os”, dos dois lados, com formas também inspiradas nas curvas do bigode da ilustração.

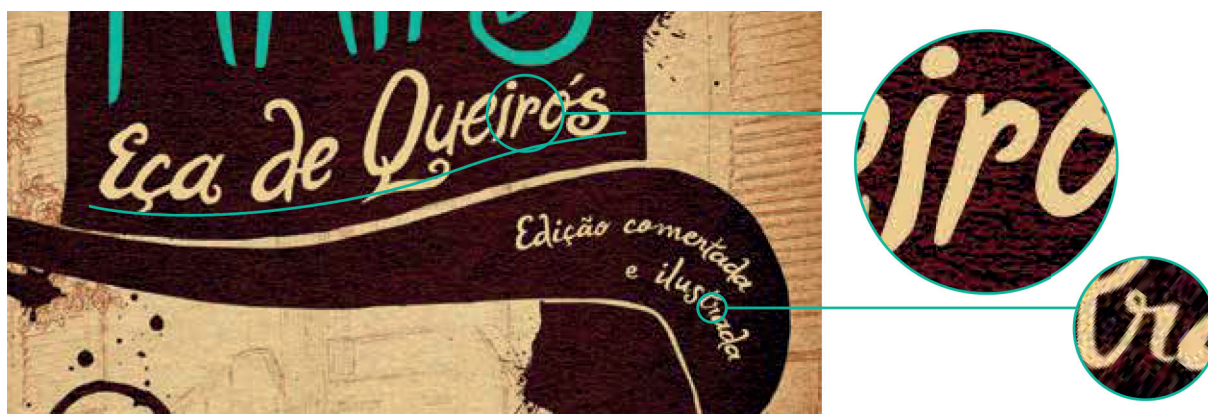
Uma característica que distingue este lettering feito à mão é a adaptação. Além do já mencionado ápice quadrado dos “A”, a letra “M” tem uma altura menor do que se esperaria, levando em conta as outras letras que compõem o título. A altura das maiúsculas é visivelmente variável, o que permite que o artigo que antecede a palavra “Maías” “empurre” o “M” para baixo, apertando-o um pouco e tornando-o mais baixo. É esta adaptação que torna essa arte de título única, pois uma fonte não se adaptaria tão facilmente a um espaço limitado como este, nem permitiria um encaixe tão interessante entre as palavras.

Figura 41 · Altura das letras e linha de base ascendente.



A altura das maiúsculas, devido à transformação do “M”, é completamente variável, acompanhando o topo da cartola. Também não há uma linha de base definida; poderia-se dizer que ela é ascendente a partir do “M” até o final do segundo “A”, e a letra “S” escapa dessa regra e desce bastante abaixo do definido.

O nome do autor é tão ou mais interessante do que o título do livro devido à sua estrutura cursiva, composta com letras conectadas entre si em alguns pontos e, em outros, desconectadas. Em “Eça de”, todas as letras possuem conexões; em “Queirós”, entretanto, isso não ocorre. Não há nenhuma razão clara para que isso aconteça, ainda mais se considerando que, em “Edição comentada e ilustrada” vemos as mesmas letras interagindo de formas diferentes com outras, conectadas. O “r”, em especial, assume uma identidade completamente diferente quando em “ilustrada”. Isso leva a crer que essa poderia ser apenas uma escolha estética, ou que contribuísse para diminuir a largura da palavra, permitindo que o nome do autor ficasse maior no espaço confinado do topo da cartola.



A linha de base utilizada é bastante evidente nesse caso: tem um formato ondulado, começando mais abaixo e subindo em seguida, para acompanhar a aba do chapéu que se situa logo abaixo na ilustração. Também é variável a altura-x das letras, o que pode ser visto com mais ênfase entre a letra “e” e “ó” de “Queirós”. Presume-se que essa diferença seja fruto do espaço vertical diminuído por conta tanto da subida da linha base, quanto da descida do “S” de “Maios”.

O nome do autor e o título possuem falhas perceptíveis, ondulações em seus contornos e imperfeições claras – assim como percebido no lettering de Vera Tavares. São essas falhas, mais uma vez, que deixam clara a construção do título como sendo feita à mão, devido à inconstância dos elementos e possibilitando, novamente, a constatação de um traço humano e mais próximo à capa como um todo, acompanhando as ilustrações.

Figura 42 · Linha de base do nome do autor; detalhe dos diferentes “r”.

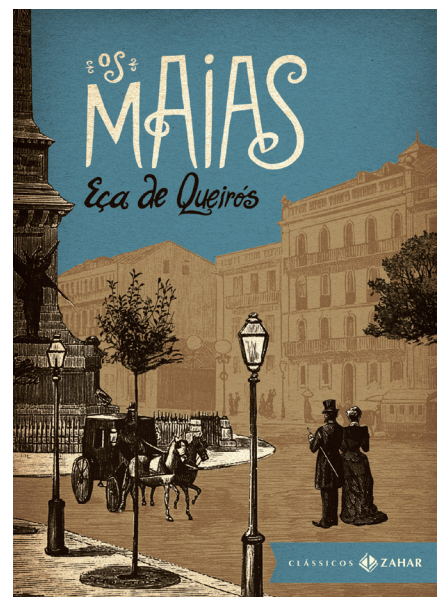


Figura 43 · Imperfeições nas letras do título.

Uma das principais vantagens do uso do título feito à mão, no caso desta edição de *Os Maias*, é a coesão estética dada a todas as letras. Sendo toda a arte produzida por apenas uma pessoa, tanto a ilustração quanto o lettering, foi possível incorporar elementos de um no outro e tornar toda a capa uma unidade bonita e uniforme. Essa coesão é percebida tanto nos ornamentos – como já evidenciado –, quanto nos traços que compõem as palavras, que são similares entre si com relação à textura, espessura geral e composição.

Por se tratar de um título único, produzido apenas para essa publicação, Rafael Nobre também teve a oportunidade de modificar proporções e alterar as letras para que coubessem dentro de seu espaço designado, algo que não seria possível com uma fonte – e, talvez, nem com um lettering como o da coleção de *Ficção em Língua Portuguesa* da Tinta-da-China, devido ao uso recorrente das mesmas letras entre capas. Em *Os Maias* da editora Zahar, o pertencimento a uma coleção ainda deixa espaço para se experimentar formas e composições inusitadas, como a presente nessa capa, e é justamente o lettering personalizado que permite que ela se torne singular e chame a atenção quando colocada lado a lado com outras edições da mesma obra.

Figura 44 · Capa da edição bolso de luxo para a mesma coleção da Zahar.



Três anos depois do lançamento da “Edição comentada e ilustrada” de *Os Maias* pela editora Zahar, a obra foi publicada novamente, desta vez em uma “Edição Bolso de Luxo” – típica em outras obras da coleção da editora. Nesta, percebemos o uso de cores similares em uma ilustração que, certamente, representa a Praça dos Restauradores, em Lisboa, com um casal trajado à maneira da época e uma carruagem passando pela rua. Neste caso, já está presente o selo da coleção na capa, ao contrário da outra edição, que contava apenas com o logo da editora.

O mesmo lettering foi utilizado para compor a capa da edição de 2017, mas há algumas diferenças evidentes. A principal delas é a modificação das linhas de base e altura das letras para que o título se acomode melhor no espaço disponível no desenho. Sem ter a necessidade de se encaixar no topo da cartola, aqui o lettering assume uma linha de base reta, tanto no título, quanto no nome do autor – o que não exclui nenhuma de suas características, mas mostra como a arte do título feito à mão é capaz de se adaptar às circunstâncias e aos contextos diferentes.

Tratando-se de uma obra lançada originalmente no ano de 1888, e um dos grandes clássicos da ficção em língua portuguesa, é natural que existam muitas edições diferentes da narrativa. A obra foi publicada, também, em outros idiomas, e o site Goodreads lista 129 edições de *Os Maias*.<sup>21</sup>

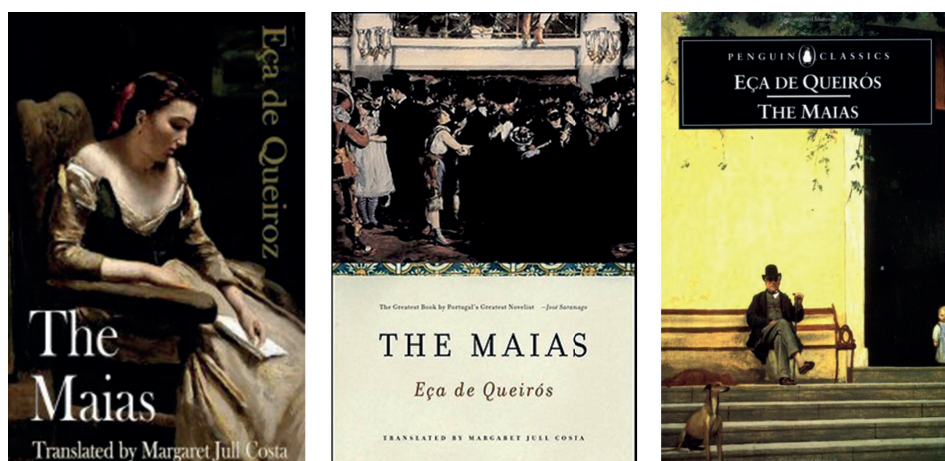
21 · As diferentes edições para a obra foram reunidas a partir da listagem do site Goodreads, que permite ao usuário manter uma espécie de “estante virtual”, onde marca os livros que possui e já leu, além de atribuir notas e escrever resenhas a respeito das obras. Disponível em <<https://www.goodreads.com/work/editions/1238374-os-maias>>. Acesso a 08 de Setembro de 2018.



Figura 45 · Os Maias inserido nas coleções de clássicos da Civilização Editora, Porto Editora e Guerra & Paz.

Muitas das versões publicadas da obra possuem estilos que remetem ao antigo, ou pertencem a coleções de editoras específicas, perdendo características próprias e assumindo a identidade da dita coleção. É o caso dos volumes publicados pela Civilização Editora, de 2013, pela Porto Editora do mesmo ano e pela Guerra & Paz de 2015. Essas três apresentam estruturas simples para serem reproduzidas em outras obras, com ilustrações similares para obras muito diferentes entre si. O lettering, portanto, também não recebe nenhum tipo de tratamento especial: mesmo que funcionem em aspectos como leitura e legibilidade, os títulos dessas obras são claramente compostos com fontes, principalmente para manter a identidade visual de cada uma das coleções.

Figura 46 · Capas de edições estrangeiras.



As edições em língua estrangeira, no geral, utilizam-se de imagens sóbrias para representar a narrativa em sua capa, dispensando à obra um tratamento mais tradicional no estilo clássico – por essa razão, seus letterings também são sóbrios. Normalmente compostos em tipos serifados e bastante racionais, esses títulos também se incluem na estética tradicional, não arriscando interpretar a obra de forma errônea devido à sua importância na ficção em língua portuguesa e, portanto, assumindo uma abordagem mais “respeitosa”.

Figura 47 · Edições da editora Dom Quixote, Oficina do Livro, Clube do Autor e Midgard Editores, respectivamente.



Algumas edições em português utilizam-se de títulos feitos com fontes cursivas ou que imitam o handlettering. Há, por exemplo, a versão da editora Dom

Quixote, de 2001; da Oficina do Livro, de 2007; a edição do Clube do Autor, de 2013; e a de 2018, da Midgard Editores. A edição da Oficina do Livro foi visivelmente criada com o uso de fontes, devido à uniformidade entre traços, as letras repetidas e o apuro gráfico de cada uma delas. Quanto às outras, é mais difícil definir se tratar de uma coisa ou outra.

Começando pela mais antiga, da editora Dom Quixote, uma característica que levanta dúvidas é a diferença entre as mesmas letras. Tanto os “s” quanto os “a” são diferentes entre si, ainda que mantenham as mesmas estruturas e desenhos gerais. As espessuras dos traçados correspondem ao que seria resultado da escrita à mão: pode-se ver a diferença entre os traços verticais finos do “o” e do “s” que o segue em “Os”. Há grande destaque para a letra “M”, com um floreado à sua esquerda. O restante da palavra “Maias” não é conectado com a maiúscula, ainda que as outras letras conectem-se entre si. Nessa mesma capa podemos notar a diferença que um lettering personalizado é capaz de providenciar a um título, comparando seu estilo com o nome do autor no topo, que aparece bastante genérico. Apesar de a capa ser perceptivelmente datada, principalmente pelo uso de cores que não “conversam” entre si, o título mostra-se mais atemporal, e, se utilizado em uma capa mais recente, talvez funcionaria melhor.



Figura 48 · Detalhe do título na edição da Dom Quixote.

A edição do Clube do Autor possui um lettering difícil de classificar como feito à mão ou com uso de alguma outra técnica. Enquanto as letras “a” encontram-se repetidas com a mesma forma e composição, os “s” possuem floreados distintos – sendo o que finaliza “Maias” de forma mais pronunciada do que em “Os”. Mas é a formatação da letra “M” a que mais intriga, devido à sua aparência díspar com relação a outros “M”. Neste caso, a letra possui uma espécie de serifa, que torna-se um ornamento em seu “ombro” esquerdo, o que não acontece do lado direito. Também a espessura dos traços é bastante variada, não seguindo uma lógica tradicional para a construção da letra. Percebemos a ênfase nos ornamentos nessa letra, o que lhe proporciona curvas diferentes das costumeiras, que não chegam a torná-la inadequada, mas são o suficiente para dar-lhe uma aparência não usual. No conjunto com o restante do título, o “M” parece muito estreito e com um peso muito menor, o que torna o lettering ligeiramente desequilibrado. Ainda assim, as

formas estranhas poderiam sugerir – ao mesmo tempo em que também supõe um trabalho feito à mão – a modificação de uma fonte já existente. Inegavelmente, o título chama a atenção e possui características que o distinguem de outros.

Figura 49 · Detalhe do título na edição do Clube do Autor.



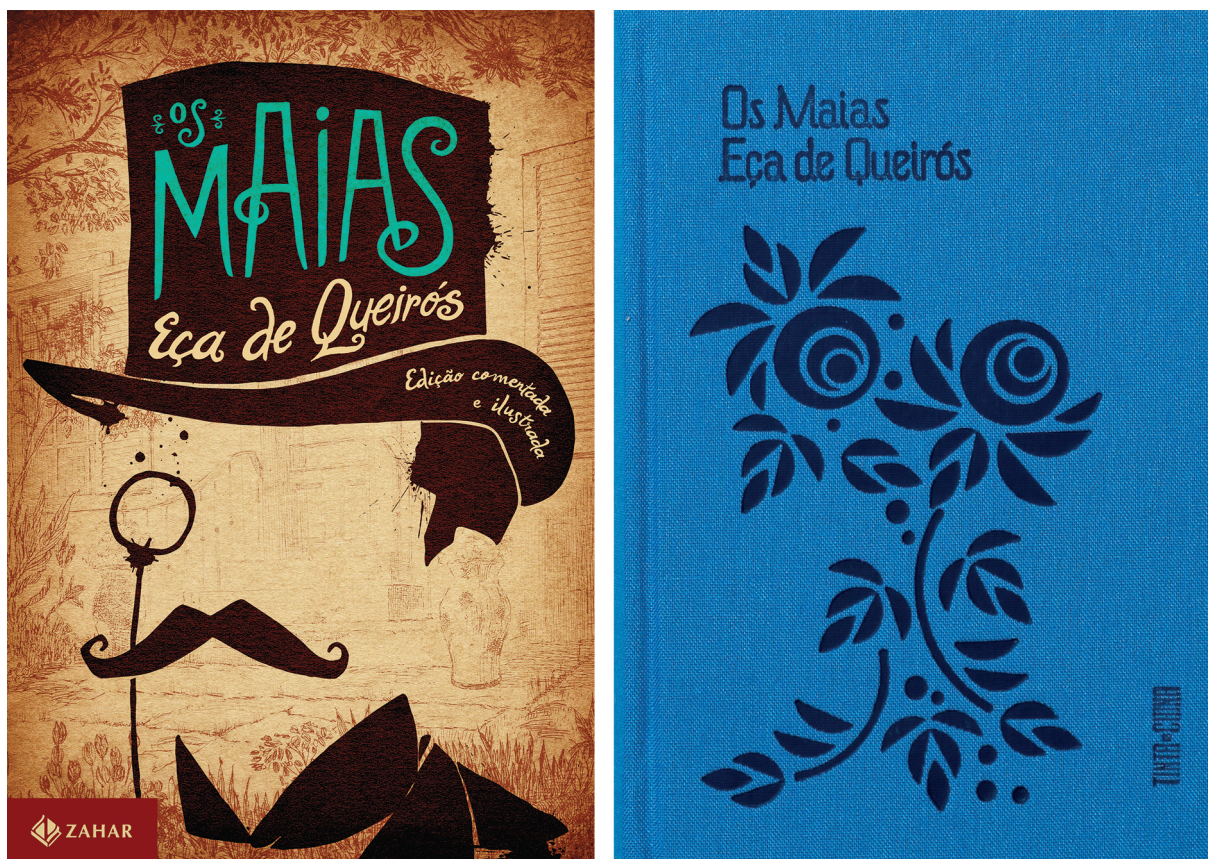
O título presente no volume editado pela Midgard Editores entra no mesmo espectro de arte do livro anterior, já que sua aparência inusitada faz com que imaginemos que foi feito à mão. As duas letras em caixa alta possuem ornamentos significativos. Novamente as espessuras dos traços mostram-se inconstantes e, especificamente nas letras “a”, aparentam estar nas hastes erradas; por esse motivo, e pelo fato de a haste da direita ser curvada para dentro, a aparência resultante dos “a” é diferente do habitual, com um peso mal distribuído. Além disso, as letras repetidas são, de fato, iguais, tanto nesse caso quanto dos “s”. Em um panorama geral, poderia dizer-se que cada letra foi composta separadamente e seu formato inusitado supõe uma construção pouco habilidosa – tanto no caso de tratar-se de um lettering feito à mão, quanto com uma fonte.

Figura 50 · Detalhe do título na edição da Midgard Editores.



Em todos esses casos, quando colocando-os lado a lado com a edição da Zahar, podemos ver como pode ser diferente a construção de um título com o uso de uma prática tão peculiar quanto o lettering feito à mão. Com ela, é possível alcançar todo tipo de resultado, e a qualidade da arte final sempre dependerá da capacidade criativa e habilidade do designer que decidir se aventurar por ela.

Para evidenciar ainda mais o quão diferentes podem ser os resultados de títulos produzidos de maneiras similares, temos a edição de *Os Maias* pela Tinta-da-China, de 2014, com capa produzida mais uma vez pela designer Vera Tavares. O estilo minimalista contrasta com a edição de Rafael Nobre, e os letterings, que sabemos terem sido feitos à mão, são gritantemente diferentes, tanto com relação à sua construção, quanto ao acabamento, estrutura e estilo. Ambos possuem qualidades visíveis e cumprem suas funções de comunicar o título do livro de forma clara e com personalidade.



Os resultados alcançados a partir da análise foram indispensáveis para a conclusão do trabalho como um todo. A partir dos mesmos foi possível compreender questões que não ocorreriam de outra forma, possibilitadas apenas pelo exercício de uma análise detalhada sobre tipografia à mão ou digital.

A partir dessa experiência é que se torna possível concluir que o trabalho conseguiu atingir o objetivo enquanto ferramenta de pesquisa, possibilitando a continuidade do estudo em outros momentos ou por parte de outros estudantes.

*Figura 51 - Capas brasileira e portuguesa de Os Maias, por Rafael Nobre e Vera Tavares, respectivamente.*

A  
Arte  
DO  
Título

# Conclusão

É inegável existirem características inerentes ao título feito à mão que o diferenciam de uma composição produzida com a ferramenta da fonte tipográfica. Analisando a importância do título na capa – dentro do contexto em que ela é vital para atingir e se comunicar com o leitor –, detalhando um breve histórico a respeito da escrita à mão, como influenciou e influencia o lettering, conhecendo designers que trabalham com esta técnica e estudando exemplos em que ela foi bem utilizada, é possível constatar que o título feito à mão é mesmo especial e único.

Os processos de criação deste tipo de arte podem ser muito diferentes entre si, assim como também os estilos que assumem uma vez em que estão prontos e os resultados alcançados. Podem adaptar-se de acordo com os elementos que compõem as capas ou funcionar de maneira mais tradicional, aparecendo no topo da arte. Suas formatações podem ser mais próximas da tipografia, com letras seguindo estilos similares ao da composição por tipos, ou afastar-se ao máximo dela, com glifos cursivos e ornamentos que não seriam possíveis com fontes.

Não se pode dizer que o lettering feito à mão, por si só, é superior em relação à fonte tipográfica. O trabalho envolvido em sua concepção é maior do que o necessário para apenas digitar o título em um espaço designado, fato esse que não é o suficiente para concluir que um é melhor ou pior do que o outro. Por outro lado, é justamente o trabalho e criatividade do designer que será capaz de definir a qualidade de um lettering, tanto em um caso como em outro. Um título em fontes pode ser mais esteticamente coeso, bem escolhido e acabado do que um em lettering, e vice-versa.

Tudo depende da capacidade do designer de avaliar as necessidades de cada arte e definir quando o lettering personalizado é válido e pode complementar ou enriquecer o conteúdo de uma capa ou não. Por vezes, uma abordagem tradicional pode ser a mais adequada. Em outras ocasiões, o trabalho manual pode dar à obra o brilho e característica únicos de que necessita para destacar-se em meio a outras edições, ou meramente apresentar o título de maneira mais elegante e interessante do que o que aconteceria com um método mais simples.

São precisamente todas essas variáveis que podem definir quando um lettering personalizado é válido ou não e, por conseguinte, se será mais especial do que uma fonte. Cabe ao designer descobrir as necessidades de cada obra e, com seu conhecimento gráfico, adotar a melhor alternativa para possibilitar aos livros em que trabalha as melhores capas possíveis.

# Referências

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMADO, Pedro; SILVA, Ana Catarina. **Anatomia Tipográfica**. II Encontro Nacional de Tipografia, Universidade de Aveiro, 2011.

ARAÚJO, Emanuel. **A Construção do Livro**. Rio de Janeiro: Lexicon Editora Digital, 2008.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.

CARNEIRO, J. A. Nunes. **Não julgue o livro pela capa**. Fânzeres : Elefante Editores, 2012. Edição digital disponível em: <[http://www.janunescarneiro.net/J.\\_A.\\_Nunes\\_Carneiro/Downloads\\_files/LivroNaoJulgueoLivropelaCapa.pdf](http://www.janunescarneiro.net/J._A._Nunes_Carneiro/Downloads_files/LivroNaoJulgueoLivropelaCapa.pdf)>.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Editora UNESP, 1998.

FRUTIGER, Adrian. **En torno a la tipografía**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

MEGGS, Philip B.. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac & Naify, 2009.

SAMARA, Timothy. **Guia de tipografia**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SELLTIZ, Claire *et al.* **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais**. São Paulo: E.P.U. – Editora Pedagógica e Universitária Ltda., 1974.

TSCHICHOLD, Jan. **A forma do livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução Ana Thorell. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

## REFERÊNCIAS NA WEB

COMPANHIA DAS LETRAS. **Obras do selo Alfaguara publicadas em 2011**. Disponível em: <<https://www.companhiadasletras.com.br/titulos.php?selo=Alfaguara&lanc=2011>>. Acesso a 06 de Setembro de 2018.

COMPANHIA DAS LETRAS. **Paulo Scott**. Disponível em <<https://www.companhiadasletras.com.br/autor.php?codigo=03415>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

DIÁRIO DE NOTÍCIAS. **Designer gráfica sem constrangimentos**. Disponível em: <<https://www.dn.pt/artes/interior/designer-grafica-sem-constrangimentos-8698249.html>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018.

DUARTE, Marcio A Fernandes. **Capas de Vicente Di Grado na década de 1960: análises e leituras**. FAAC-UNESP - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual de São Paulo – Campus de Bauru. Bauru, 2013. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/304541621\\_Capas\\_de\\_Vicente\\_Di\\_Grado\\_na\\_decada\\_de\\_1960\\_analises\\_e\\_leituras](https://www.researchgate.net/publication/304541621_Capas_de_Vicente_Di_Grado_na_decada_de_1960_analises_e_leituras)>. Acesso em Setembro de 2018.

GOODREADS. **Editions of Nowhere People by Paulo Scott**. Disponível em <<https://www.goodreads.com/work/editions/28143269-nowhere-people>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

GOODREADS. **Editions of Os Maias by Eça de Queirós**. Disponível em <<https://www.goodreads.com/work/editions/1238374-os-maias>>. Acesso a 08 de Setembro de 2018.

GRUPO LEYA. **Prémio LeYa**. Disponível em: <<http://www.leya.com/pt/gca/areas-de-actividade/premio-leya/>>. Acesso a 15 de Agosto de 2018.

GRUPO LEYA. **Sobre a LeYa :: About us**. Disponível em: <<http://leya.com/pt/gca/leya-quem-somos/sobre-a-leya-about-us/>>. Acesso a 19 de Abril de 2018.

JORNAL I. **Que diferença faz a capa de um livro?** Disponível em: <<https://ionline.sapo.pt/501503>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018.

RAFAEL NOBRE. **Info**. Disponível em <<https://www.rafaelnobre.com/home/info/>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018.

SOBRECAPAS. **Coleção Clássicos Zahar**. Disponível em: <<http://sobrecapas.blogspot.com/2016/06/colecao-classicos-zahar.html>>. Acesso a 29 de Agosto de 2018.

TINTA-DA-CHINA. **Ficção de Língua Portuguesa**. Disponível em <<http://www.tintadachina.pt/booksC.php?code=e657e5600160385cfac9db19b1f78b57>>. Acesso a 06 de Setembro de 2018.

TINTA-DA-CHINA. **Habitante Irreal**. Disponível em <<http://www.tintadachina.pt/book.php?code=1956ecc9855585516e29b3787396fcb>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

TINTA-DA-CHINA. **Prévia de Habitante Irreal**. Disponível em <<http://www.tintadachina.pt/pdfs/1956ecc9855585516e29b3787396fcb-inside.pdf>>. Acesso a 06 de Setembro de 2018.

ZAHAR. **Eça de Queirós**. Disponível em <<https://zahar.com.br/autor/eca-de-queiros>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

ZAHAR. **Os Maias: edição comentada e ilustrada**. Disponível em <<https://zahar.com.br/livro/os-maias-edicao-comentada-e-ilustrada>>. Acesso a 03 de Setembro de 2018.

# Apêndices

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO RESPONDIDO POR VERA TAVARES

### 1. Qual é a sua formação e de que modo ela contribuiu para que o seu trabalho se tornasse o que é hoje?

Sou formada em História, com uma vertente de História da Arte, e frequentei aulas de desenho e ilustração durante 3 ou 4 anos.

A minha formação em design gráfico não foi académica. Começou numa agência de marketing directo no início dos anos 2000, a colaborar em campanhas para vários tipos de marcas (bancos, supermercados, automóveis, comida para gatos, etc.). Comecei a trabalhar já na era dos computadores mas sobretudo para um suporte de papel (o online ainda era só um mini-departamento dentro da agência). Trabalhava materiais promocionais com bastante texto, como folhetos e brochuras, o que me deu um treino bastante pragmático de organizar várias hierarquias de texto num plano. Também fazia anúncios para revistas ou mesmo mupis, com uma estrutura mais simples de título e imagem. Em termos gráficos, as possibilidades criativas eram limitadas, uma vez que o trabalho era sobretudo dentro de marcas com regras já definidas, e também porque o volume de trabalho era bastante e o tempo escasso. Por isso as soluções visuais eram em geral automáticas e repetitivas, com alguma busca em catálogos de fontes (embora em grande parte dos casos cada marca tivesse já o seu leque de fontes definido) e com muito recurso a bancos digitais de imagens.

A Tinta-da-china foi uma oportunidade de experimentar fazer as coisas de outra maneira. Isto não significa que desvalorize a aprendizagem do trabalho de agência. Mas havia um tipo de receita gráfica que se aplicava com pouca variação. Quer nos tipos de letra, sempre redondos, quer no tipo de foto, sempre de bancos de imagem digitais (o marketing directo era uma espécie de parente pobre na publicidade), e mesmo no código de cores (por exemplo, os pretos e douradas para produtos que se queriam afirmar como «exclusivos»). Quando comecei a trabalhar na Tinta-da-china tive uma oportunidade de reagir a estas receitas. A começar pelo logotipo, que eu achava que se podia tornar reconhecível com letras magrinhas e discretas. Mas também pelo abandono dos bancos de imagem e o recurso à ilustração. Por outro lado, olhava muito para materiais gráficos mais antigos, anúncios de jornais e revistas com letterings variados e inventivos como se fossem eles próprios ilustrações.

2. Na sua opinião, qual é a importância visual do título na capa de um livro?

Para mim o mais importante é que o título se articule visualmente com qualquer outro elemento da capa e como qualquer outro elemento da capa, que não seja um bocado de texto colocado sobre uma imagem como se não fizesse parte dela.

3. Porque é que enveredou por criar títulos com lettering, em vez de utilizar fontes? Poderá dissertar um pouco sobre as suas escolhas e motivações nesta área?

A verdade é que comecei a desenhar letterings por necessidade de solucionar o que a mim se apresentava como problema gráfico. Aconteceu logo na primeira capa que fiz para a Tinta-da-china, «O Pequeno Livro do Grande Terremoto». Foi também a primeira capa de livro que fiz e passou por várias tentativas falhadas. Acabei por desenhá-la em torno de um pormenor que recortei de uma gravura setecentista do terremoto de Lisboa, com uma casa em chamas. Um dos problemas era precisamente não conseguir encontrar uma fonte tipográfica que se articulasse com os outros elementos gráficos. Foi por isso que comecei a modificar fontes e a desenhar letterings. Se faço uma ilustração para uma capa, as letras do título têm de fazer parte da ilustração, e para isso o automatismo de aplicar uma fonte já desenhada, por muito bem escolhida que seja, não funciona, é como se não fizesse parte da coisa. Preciso de me apropriar das letras e preciso do tempo de as moldar e mesclar no todo.

4. Considera que o título feito à mão tem alguma característica que o torne mais especial ou único do que o produzido a partir de fontes? Por outro lado, em que tipo de trabalho o título pode se beneficiar do facto de se usar fontes e não lettering desenhado?

O facto de fazer o título à mão implica um tempo e uma reflexão menos necessária à reprodução de uma fonte. Para mim isso é muito importante, mas isto é uma coisa um pouco subjectiva. Digamos que é a minha maneira de pensar graficamente e de me apropriar das coisas através de uma reflexão. Creio que tem muito que ver com a forma como comecei a trabalhar em design gráfico, sem uma aprendizagem teórica, mergulhando logo no mundo empresarial. Comecei a desenhar letras para as capas também por necessidade de escapar aos automatismos repetitivos que me eram impostos de fora. Creio que é um método criativo válido como qualquer outro em que haja um trabalho que é pensado, mas que pode ser pensado a partir de outros conhecimentos, de outros métodos, usando ou não usando fontes e outros contributos.

5. Como é, geralmente, o seu processo de criação de um título?

Começa sempre pela leitura e interpretação do texto. Pode implicar maior ou menor pesquisa, de letterings, de contextos visuais (históricos, geográficos, culturais) que se possam relacionar com os aspectos centrais no texto. Se se tratar de uma colecção de livros é um pouco diferente, pois a letra escolhida tem de ser suficientemente neutra para acolher ideias que podem ser muito díspares umas das outras.

# Apêndices

## APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO RESPONDIDO POR RAFAEL NOBRE

1. *Qual é a sua formação e de que modo ela contribuiu para que o seu trabalho se tornasse o que é hoje?*

Sou formado em design gráfico pela EBA/UFRJ. Desenho desde pequeno e na faculdade, essa habilidade foi incentivada em diversas disciplinas. Ao mesmo tempo, gosto bastante de tecnologia e aprendi desde cedo a trabalhar nos softwares de imagem. Me interessa mesclar técnicas tradicionais e digitais. Assim, um acaba influenciando o outro. Acredito ser uma troca bem rica. E como o trabalho de capa de livro passa por muitas revisões e ajustes o digital ajuda com que essas alterações sejam feitas mais rápidas. Por isso, é importante que capa seja o máximo possível editável. O que as vezes complica o uso do lettering que caso não seja aprovado deve ser totalmente refeito.

2. *Na sua opinião, qual é a importância visual do título na capa de um livro?*

Depende de cada caso. Em algumas capas o desenho do título tem o maior destaque. Já em outros casos a imagem é mais importante e a tipografia do título fica em segundo plano. Nas capas em que o título é o foco, o seu desenho é importante para contribuir com a identidade do livro. Funcionando quase que como um logotipo.

3. *Porque é que enveredou por criar títulos com lettering, em vez de utilizar fontes? Poderá dissertar um pouco sobre as suas escolhas e motivações nesta área?*

Em alguns casos sinto a necessidade de criar o lettering por simplesmente não achar uma fonte que se adeque a composição. Em outros casos o lettering me ajuda a tornar a interação entre texto e imagem mais fluida e interessante. Como o lettering é desenvolvido exclusivamente para o projeto, torna a capa mais particular dando um aspecto de exclusividade e originalidade. Algumas vezes, eu parto do zero para criação de um lettering outras começo a partir de uma fonte já existente e vou modificando. Esse processo pode ser feito a mão ou diretamente no computador.

4. *Considera que o título feito à mão tem alguma característica que o torne mais especial ou único do que o produzido a partir de fontes? Por outro lado, em que tipo de trabalho o título pode se beneficiar do facto de se usar fontes e não lettering desenhado?*

Sim, como disse, por ele ser exclusivo para o projeto ele contribui para a originalidade da capa como um todo. Num lettering por exemplo você pode ter dois “A” com desenhos diferentes e a interação das letras é única. Hoje tem muitas fontes digitais com inúmeras ligaturas que tentam simular essa característica que é própria do lettering.

Quando a imagem é mais importante. Se você tem uma imagem (foto ou ilustração) muito forte e característica, se o título também tiver muita personalidade os dois vão acabar brigando. Claro que em alguns casos, essa é a intenção. Mas no geral é bom ter um contraste e que um ou outro tenha mais voz na capa.

5. *Como é, geralmente, o seu processo de criação de um título?*

Primeiro, faço uma leitura e pesquisa do livro. O briefing também é muito importante, pois ali podem conter já algumas diretrizes sobre qual estilo a capa deve ter. Depois penso nas características do livro e como elas podem ser interpretadas e traduzidas para a capa. Nesse ponto algumas características da obra podem influenciar tanto o estilo da imagem como da tipografia, se ela deve ser mais clássica, moderna, script ou sem serifa. Na composição com a imagem vou verificando quais fontes compõem melhor e se é necessário fazer um lettering. Caso seja necessário, faço os primeiros esboços a mão e depois vou refinando. Após ter um esboço mais detalhado, passo para computador para vetorizar. Em seguida faço novos ajustes até considerar estar finalizado. Caso seja um lettering no estilo handwritten, por exemplo, apenas scaneio o desenho que fiz a mão (depois de vários estudos) e trato a imagem no photoshop para utiliza-lo na capa. Muitas vezes acabo ajustando alguns detalhes diretamente no computador também.