

DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA DE CONSCIENTIZAÇÃO POLÍTICA:

Análise dos Estereótipos
Visuais nas Capas dos Livros
de Chimamanda Ngozi Adichie

Ana Paula Hentges

DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA DE CONSCIENTIZAÇÃO POLÍTICA:

Análise dos Estereótipos
Visuais nas Capas dos Livros
de Chimamanda Ngozi Adichie

Ana Paula Hentges

Dissertação para obtenção do grau de
Mestre em Design Gráfico e Projetos
Editoriais, apresentada à Faculdade de
Belas Artes da Universidade do Porto.

Orientação: Professora Doutora Cristina
Maria da Silva Pinto Ferreira Fonseca

Porto, Setembro de 2024

AGRADECIMENTOS

A jornada de desenvolver um projeto editorial de livro, assim como a de escrever uma dissertação, é um processo coletivo, construído por muitas mãos. É com profunda gratidão que escrevo este agradecimento, refletindo sobre minha trajetória acadêmica como imigrante e designer brasileira.

Primeiramente, agradeço à professora doutora Cristiana Ferreira, cujo apoio e orientação foram fundamentais neste processo. Sua ajuda na materialização das minhas ideias e a liberdade que me concedeu para seguir minha própria trajetória foram essenciais.

Agradeço à minha família, que, mesmo à distância, sempre esteve presente. Seja por meio de palavras de incentivo, seja pelo carinho que atravessa fronteiras, eles sempre me apoiaram incondicionalmente.

Sou grata aos meus colegas de mestrado, que tornaram esses anos de estudo mais enriquecedores, proporcionando trocas de conhecimento e experiências que levarei comigo.

Por fim, agradeço a todos que contribuíram para esta dissertação, seja através da leitura, de entrevistas ou ao responder o formulário de pesquisa. Concluo esta etapa com muito orgulho, comprometida a olhar para minha profissão com um olhar crítico e justo. Espero, de alguma forma, ter contribuído para um debate mais consciente e significativo dentro do Design Editorial.

RESUMO

A criação de uma capa envolve a colaboração de diversas pessoas, muitas vezes ultrapassando as escolhas editoriais do designer. Dada a natureza comercial do livro, o *marketing* desempenha um papel crucial na sua promoção, sendo fundamental não apenas para a comercialização, mas também para impulsionar financeiramente toda a cadeia do livro e mantê-lo em circulação.

Estereótipos visuais referem-se a representações gráficas, imagens ou elementos visuais que incorporam ou reforçam preconceitos e generalizações sobre grupos específicos, suas características ou conceitos. O propósito deste trabalho é investigar e analisar a utilização de estereótipos visuais nas capas dos livros da autora Chimamanda Adichie. A pesquisa envolve a análise gráfica e semiótica das capas, buscando identificar padrões e convenções que reforcem tais preconceitos. Este estudo procurou compreender de que maneira os elementos gráficos presentes nas capas dos sete livros publicados da autora podem contribuir para a perpetuação de estereótipos relacionados a gênero, raça e localidade.

Os resultados desta análise visam conduzir a uma reflexão mais profunda sobre como o Design de capas pode transmitir aos leitores simbologias que reforçam preconceitos sobre um determinado tema. Além disso, buscou-se identificar alternativas que apresentem propostas gráficas inovadoras e não convencionais.

Palavras-chave:

Design Editorial. Capas de livro. Chimamanda Adichie. Estereótipos visuais.

ABSTRACT

The Design of a cover involves the collaboration of many individuals, often going beyond editorial choices of the designer. Given the commercial nature of books, marketing plays a key role in its promotion, being essential not only for its commercialization but also to boost financially the entire book chain to keep it in circulation.

Visual stereotypes refer to graphic representations, images, or visual elements that incorporate or reinforce prejudices and generalizations about specific groups, their characteristics, or concepts. The purpose of this study was to investigate and analyze the use of visual stereotypes on the covers of Chimamanda Adichie's books. The aim was to understand how the graphic elements on the covers of her seven published books may contribute to the perpetuation of stereotypes related to gender, race, and locality.

The research involved graphic and semiotic analyses of the covers, seeking to identify patterns and conventions that may reinforce such prejudices. The results of this analysis aim to lead to a deeper reflection on how cover Design can convey to readers symbolisms that reinforce preconceptions about a particular theme. Furthermore, the aim was to identify alternative innovative graphic proposals, leaving conventional places.

Keywords:

Editorial Design. Book covers. Chimamanda Adichie. Visual stereotypes.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	7
1 Contexto	8
2 Objetivos e Estrutura	10
3 Motivação	11
4 Revisão da Literatura	12
5 Metodologia	14
1. O MERCADO DO LIVRO	17
1.1 O livro e seu panorama histórico	18
1.2 A importância da capa de um livro	20
1.3 Como um autor é publicado e a cadeia financeira de um livro	23
1.4 O futuro do livro e as novas tecnologias	25
2. DESIGN COMO FERRAMENTA POLÍTICA	27
2.1 O Design de Livros como profissão	28
2.2 O papel do Designer	31
2.3 Decolonizar o Design	33
2.4 O lugar de fala	36
3. ESTEREÓTIPOS VISUAIS NAS CAPAS DE LIVROS	38
3.1 O que são estereótipos, estudos culturais e semiótica visual	39
3.2 A tipografia de uma capa e a sua representação	41
3.3 A percepção cultural das cores	45
3.4 As imagens e seus significados	49
4. ESTUDO DE CASO: AS CAPAS DE CHIMAMAMANDA	52
4.1 Sobre a autora	53
4.2 Etapas do processo de análise visual	55
4.3 Análises das edições	58
4.4 Considerações finais	100
CONCLUSÃO	103
REFERÊNCIAS	105
ÍNDICE DE IMAGENS	110
ENTREVISTAS	114
ANEXOS	125

INTRODUÇÃO

1 CONTEXTO

Ao longo de mais de 4 mil anos, o livro tem mantido uma intrínseca conexão com a evolução cultural da sociedade, emergindo como uma força transformadora. A leitura tem o poder transformador de preservar a história, desempenhando também um papel fundamental na democratização da cultura e do conhecimento. Haslam (2006) afirma que o livro é a forma mais antiga de documentação, registrando o conhecimento, as ideias e as crenças dos povos, tendo a sua história intimamente conectada à história da humanidade.

Embora o livro como objeto tenha mantido sua materialidade física praticamente intacta, quando se pensa no seu suporte, ele sempre acompanhou as solicitações e demandas do mercado vigente. Na Idade Média, apenas a alta sociedade tinha acesso a livros, e suas principais funções tinham caráter religioso. Atualmente, a literatura possui um mercado muito lucrativo, e livros são desenvolvidos para serem vendidos a consumidores. Segundo o relatório da GfK Entertainment e da Nielsen BookData (2023), que engloba 16 países, no ano de 2023, Portugal foi o terceiro país que vendeu mais livros no mundo e o quarto país a registrar o maior crescimento na sua receita. Assim, para fomentar e estimular o mercado do livro, a capa exerce uma função importante de captar a atenção do leitor. De acordo com Hallewell (2005), “a salvação da nova indústria iria depender, porém, de encontrar pessoas que não tivessem o hábito de comprar livros e persuadi-las a começar a fazê-lo, oferecendo-lhe um produto totalmente diferente tanto em aparência como em conteúdo” (p. 56).

O leitor hoje possui acesso a uma vasta gama de livros. Seja em lojas físicas ou digitais, o processo de compra de um livro é muito facilitado pela experiência do usuário. Além disso, com a democratização da Internet, autores passaram a publicar as suas obras com mais facilidade. Hoje, temos acesso a obras de autores do mundo inteiro, e, quando antigamente recorriamos a bibliotecas para conhecer novas obras, atualmente podemos entrar em sites de venda *on-line* e encontrar toda as obras de um autor em segundos.

Ao pesquisar uma obra, a capa do livro exerce um papel crucial por ser o primeiro contato entre o leitor e a sua forma, contendo informações textuais e visuais acerca do livro. Ela possui uma natureza dual, ou seja, por um lado, é informativa, fornecendo ao leitor informações textuais sobre a obra que está prestes a explorar, e, por outro, exibe um caráter estético, despertando o interesse e desempenhando um papel essencial na promoção e comercialização da obra. De forma semelhante a uma obra de arte, tendo em vista que são percebidas e categorizadas a partir do gosto pessoal de cada um, uma capa não requer um profundo conhecimento técnico ou teórico para ser apreciada. Para o designer Oscar Maia (Victionary Publisher, 2020),

Pode-se dizer que muitas pessoas compram livros primeiramente como itens colecionáveis para depois buscar o conteúdo. Isso mostra que os designers têm o poder de influenciar o desejo pelos livros por sua aparência, e não pelo conhecimento contido no seu interior. (2020, p. 108, tradução própria)¹.

Uma obra pode ter diversas capas diferentes, dependendo da sua edição e de seu país de publicação, sendo, portanto, um campo de trabalho com muitas possibilidades de exploração criativa. As informações textuais presentes em uma capa, como o título da obra, o nome do autor e a descrição sobre a editora responsável pela publicação, geralmente permanecem inalteradas. Assim, o Design de capas ganha espaço como

¹ “I think it is safe to say that many people actually purchase books as collectable items first, and then go for their contents later. It shows that designers have the power to influence individuals to desire books for their looks and not for the knowledge printed inside them.” (Victionary Publisher, 2020, p. 108)

profissão e abrange uma área importante do Design Editorial. Sendo o designer responsável pela criação e desenvolvimento da parte visual, ele também tem grande importância no processo de construção e venda de um livro, seja físico ou digital. É de responsabilidade do designer e da equipe envolvida na concepção de um livro transcrever visualmente a narrativa de um livro para criar a capa. Entretanto, muitas vezes, são encontradas capas de livros com clichês visuais para representar uma narrativa específica. Por exemplo, quando se vai em uma livraria e pesquisam-se livros de autores do continente africano, muitos ganham o mesmo tratamento estético e encontram-se soluções visuais parecidas, mesmo que as histórias se passem em épocas, cidades e contextos diferentes.

Para Pater (2016), reconhecer que a comunicação não é neutra proporciona uma nova visão. Ao perceber que todos carregamos vieses culturais, torna-se possível compreender por que a comunicação frequentemente não atinge seus objetivos. Portanto, é fundamental que o profissional de Design questione como o seu trabalho pode oferecer uma perspectiva mais inclusiva e política, considerando que a comunicação visual e a ideologia estão interligadas.

Neste enfoque, esta dissertação buscou compreender e analisar os principais elementos de Design Gráfico utilizados na representação de estereótipos visuais em projetos editoriais e como isso impacta a percepção dos leitores em termos políticos e sociais. Utilizando como estudo de caso as sete obras da autora Chimamanda Ngozi Adichie, buscou-se compreender os clichês visuais encontrados nas capas de seus livros e o papel do Design Gráfico na construção e desconstrução desses estereótipos.

2 OBJETIVOS E ESTRUTURA

Esta dissertação teve como propósito analisar edições das sete obras da autora Chimamanda Adichie, com o objetivo de identificar possíveis estereótipos visuais presentes nas seguintes capas: *Hibisco Roxo* (2003), *Meio Sol Amarelo* (2006), *No seu Pescoço* (2009), *Americanah* (2013), *Sejamos todos feministas* (2014), *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo* (2017) e *Notas sobre o Luto* (2021). Considerando que Adichie é uma mulher negra nascida na Nigéria, buscou-se compreender se esses aspectos de sua identidade influenciaram nas escolhas gráficas de suas obras. A pergunta norteadora deste estudo é se há presença de clichês visuais nas capas de seus livros e se esses elementos se repetem em diferentes edições ao redor do mundo.

Para atingir esses objetivos, em um primeiro momento, buscou-se um enquadramento teórico que será dividido em três capítulos de contextualização:

O Capítulo 1: *O Mercado do Livro* oferece uma exploração detalhada da evolução histórica, da dinâmica comercial e de perspectivas futuras da indústria do livro, abrangendo tópicos como a importância das capas de livros, o processo de publicação para autores e as tecnologias emergentes que estão moldando o futuro da leitura.

O Capítulo 2: *Design como Ferramenta Política* explora o papel dos designers na formação de novas narrativas sociais, abordando questões como a decolonização das práticas de Design, as dinâmicas de poder e as visões de futuros inclusivos.

O Capítulo 3: *Estereótipos Visuais nas Capas de Livros* investiga a presença e as implicações de estereótipos visuais, analisando elementos de design como tipografia, percepções de cores e arranjo de elementos visuais.

Posteriormente, o **Capítulo 4:** *Estudo de casos: Capas de Livros de Chimamanda* engloba a visão geral sobre a autora e suas obras, os estágios do processo analítico, a análise de imagens visuais a partir de parâmetros predefinidos e a apresentação de resultados, que serão convertidos em gráficos.

Além disso, para aprofundar e oferecer novas perspectivas sobre este tema de pesquisa, foram feitas entrevistas com designers e pesquisas com leitores, utilizando ferramentas como questionários para entender as suas percepções sobre as capas dos livros. Essa etapa forneceu mais embasamento para responder à questão de investigação desta dissertação, de como os estereótipos visuais são representados e abordados nos projetos editoriais das obras de Chimamanda Ngozi Adichie e qual o impacto dessas representações na percepção dos leitores. Além disso, buscou-se entender o papel do designer na construção e desconstrução desses estereótipos e quais estratégias os profissionais podem adotar para promover a diversidade e inclusão nos projetos editoriais.

3 MOTIVAÇÃO

Este tema de dissertação surgiu a partir de reflexões individuais durante os 8 anos de experiência na área do Design Editorial, combinadas com o percurso acadêmico enquanto estudante de mestrado. Ao longo da minha trajetória profissional, tenho colaborado no desenvolvimento de capas de livros para uma ampla gama de autores, muitos dos quais desconhecidos para mim até então, tanto contemporâneos quanto clássicos. Nesses projetos, frequentemente me vi enfrentando o desafio de conceber capas para autores cujas origens culturais divergiam significativamente da minha própria, levantando questões pertinentes sobre como abordar de forma sensível e autêntica a representação visual de suas obras.

A oportunidade de engajar-me em projetos que demandam conhecimento de outras culturas tem sido enriquecedora em muitos aspectos; no entanto, também me confrontei com a necessidade de evitar soluções simplistas que possam derivar de preconceitos ou estereótipos. Por exemplo, raramente vejo o Coliseu ou a Torre de Pisa representada nas capas dos livros de autores italianos, mas frequentemente vejo um pôr do sol ou um safari nas capas de autores do continente africano. Como designer branca oriunda de um país ocidental, é importante que eu esteja consciente da minha bagagem cultural e também das minhas limitações ao criar projetos editoriais para autores originários de contextos culturais distintos do meu. Essa consciência é essencial para garantir uma abordagem atenta, respeitosa e política no processo de criação.

Tais questionamentos oferecem uma oportunidade valiosa para investigar de forma aprofundada este tema e promover uma compreensão mais abrangente sobre como desenvolver capas mais sensíveis. Além disso, visam estimular um diálogo crítico dentro da comunidade profissional, abordando questões fundamentais sobre as práticas do Design Editorial e suas implicações. De acordo com Vos (Victionary Publisher, 2020, p. 107, tradução própria), “o futuro dos livros está nas mãos dos artistas e criativos, onde infinitas possibilidades nos aguardam se sairmos de nossas formas limitadas de pensar²”. Espero contribuir e fomentar a discussão sobre como o nosso trabalho pode impactar as pessoas.

Em nível pessoal, este tema não apenas se relaciona intimamente com minha profissão, mas também reflete meu apreço e interesse pelo universo da literatura. Os livros têm desempenhado um papel significativo em minha vida, sendo fonte de conforto e inspiração em diversos momentos. Reconheço o poder transformador da literatura como uma ferramenta para promover empatia, compreensão e conhecimento acerca das diferentes realidades do mundo.

² “The future of the books is in the hands of artists and creatives, where infinite possibilities await us if we step out of our limited ways of thinking”. (Victionary Publisher, 2020, p. 107)

4 REVISÃO DA LITERATURA

Esta dissertação empregará três tipos de revisão da literatura: sistemática, de natureza teórica e de natureza temática. A revisão sistemática adota uma abordagem metodológica rigorosa para identificar, avaliar e sintetizar todas as evidências disponíveis sobre um tópico específico – neste caso, a análise visual das capas dos livros de Chimamanda. Por sua vez, a revisão de literatura de natureza teórica é centrada na análise e síntese das teorias existentes relacionadas ao campo dos estereótipos nos projetos editoriais, proporcionando uma base teórica abrangente. Já a revisão de literatura de natureza temática consiste na análise e síntese de estudos relacionados a esse tema dentro do campo do Design Editorial.

O primeiro capítulo é focado em uma contextualização sobre o mercado do livro, seja físico ou digital. Para compreender melhor a sua importância, é necessário oferecer um panorama histórico. Os teóricos presentes nesse capítulo são autores que estudam a história do livro. Em *O Livro e o Designer II: como criar e produzir livros* (2010), o autor Andrew Haslam escreve sobre o passado, o presente e o futuro do livro, o seu valor comercial e questões como os elementos gráficos e a produção gráfica em um projeto editorial. Para Haslam (2010, p. 12), “a simples amplitude do conhecimento preservado nas bibliotecas somada ao número de publicações produzidas anualmente impossibilita-nos imaginar um mundo sem livros”.

Emanuel Araújo, em sua obra *A construção do livro, princípios da técnica de editoração* (2008), oferece um panorama histórico sobre a editoração e normalizações de um texto. No capítulo *Editoração – um conceito na história*, Araújo explica como os monges desenvolveram com maestria o processo de compilação de manuscritos, ajudando na ampla divulgação das cópias de obras dentro do contexto religioso. Na Idade Média, já haviam surgido profissões ligadas à produção de livros, sendo os monges responsáveis por atuar como os editores da época.

Para explicar as mudanças do livro físico, desde o pergaminho até como o conhecemos hoje, Roger Chartier, em *As Utilizações do Objecto Impresso* (1998), explica como o livro físico, sendo um novo meio de comunicação, modificou as práticas de devoção, lazer, informação e conhecimento e redefiniu as relações que a sociedade mantém com a sua comunidade.

Em *Não contem com o fim dos livros* (Eco & Carrière, 2009) e *What we talk about when we talk about books* (Price, 2019), Umberto Eco, Jean-Claude Carrière e Leah Price discutem o futuro do livro impresso e como o livro físico não vai acabar, apesar das previsões e suposições sobre o futuro com o surgimento dos livros digitais. Price defende que “uma constante na história dos livros é o poder deles em assumir novas formas e provocar novas maneiras de leitura como resultado” (2019, p. 14, tradução própria)³. Em suma, o livro será ressignificado de acordo com as demandas atuais, mas não é necessário preocupar-se com a perda de relevância do livro físico, pois ambos podem coexistir na nossa sociedade.

No Capítulo 2: *Design como Ferramenta Política*, os teóricos utilizados como base são profissionais que repensam a profissão a partir de um ponto de vista político e conscientizador, abordando questões em suas obras como a decolonização das práticas de Design e do lugar de fala. Ruben Pater escreveu em seu livro *A política do Design*:

O Design não pode ser dissociado dos valores e pressupostos nos quais foi criado, das ideologias por trás dele. Pode ser difícil perceber como a comunicação visual e a

³ “One constant in the history of books is their power to take new forms, and to prompt new ways of reading as a result”. (Price, 2019, p. 14)

4 A design cannot be disconnected from the values and assumptions in which it was created, from the ideologies behind it. It can be difficult to see how visual communication and ideology are related because ideology is in everything around us, we perceive it as natural". (Pater, 2016, p.2)

ideologia estão relacionadas, pois a ideologia está em tudo ao nosso redor, percebemo-la como algo natural. (Pater, 2016, p. 2, tradução própria)⁴.

Em *What Design Can't Do: Essays on Design and Disillusion* (2023), Sílvia Lorusso analisa o futuro do Design enquanto campo de atuação. Para o autor, a cultura do Design atualmente reforça que a profissão é vendida como uma ferramenta para tornar o mundo melhor, entretanto é utilizada para a manutenção do capitalismo. Portanto, nosso papel enquanto profissionais é encaixado predominantemente dentro de uma lógica de mercado que visa somente ao lucro. Lorusso analisa que a profissão de Design, que antes era um campo promissor enraizado na resolução de problemas, tornou-se um problema em si mesmo.

Quando se pensa em lugar de fala, a teórica Djamila Ribeiro, em seu livro *Pequeno Manual Antirracista* (2019), oferece um guia prático para combater o racismo no dia a dia, abordando aspectos como privilégio branco, estereótipos raciais e ações concretas para construir uma sociedade mais igualitária. Ela defende que é necessário reconhecer o racismo para combatê-lo efetivamente. A sua obra oferece ferramentas que podem ser aplicadas na profissão do designer para compreender como a ideologia está presente no nosso trabalho e como as atitudes antirracistas podem guiar o nosso processo criativo, principalmente no desenvolvimento de capas de autores negros. "Trata-se de refutar a ideia de um sujeito universal – a branquitude também é um traço identitário, porém marcado por privilégios construídos a partir da opressão de outros grupos" (Ribeiro, 2019, p. 33).

No Capítulo 3: *Estereótipos Visuais nas Capas de Livros*, os teóricos Ruben Pater (2016), bell hooks (2019) e Stuart Hall (2016) foram mencionados na revisão da literatura. A obra *Cultura e representação* (2016), de Stuart Hall, explica como a cultura é produzida, consumida e interpretada, destacando a importância dos processos de representação na construção de significados culturais e identidades sociais na sociedade contemporânea.

Na obra *Olhares Negros, Raça e Representação* (2019), bell hooks explora diversas questões relacionadas a raça, representação e identidade negra na sociedade contemporânea. De acordo com a autora, "a cultura popular oferece exemplos incontáveis de mulheres negras se apropriando de e explorando 'estereótipos negativos' para garantir o controle sobre a representação ou, no mínimo, colher os seus lucros" (hooks, 2019, p. 136). O livro aborda temas como a representação dos negros na mídia, a importância da autorrepresentação, os estereótipos raciais e o impacto do racismo na autoestima e na autoimagem dos indivíduos negros.

5 METODOLOGIA

O intuito deste trabalho, conforme explicado anteriormente, foi estudar e analisar os estereótipos visuais encontrados nas sete obras da autora Chimamanda Adichie. Assim, para realizar uma análise aprofundada, torna-se importante entender o mercado do livro, o papel do Design Gráfico e o significado dos estereótipos visuais aplicados em outros projetos.

No presente trabalho, a abordagem utilizada é de natureza qualitativa, por seu foco na compreensão e interpretação de fenômenos culturais, simbólicos e visuais, alinhados ao objetivo da pesquisa de explorar os estereótipos visuais presentes nas capas de livros. A presente pesquisa utiliza métodos qualitativos para explorar e interpretar os elementos gráficos e semióticos das capas e as percepções obtidas por entrevistas e questionários. O trabalho está dividido em quatro capítulos principais, sendo os três primeiros de enquadramento teórico e o quarto mais prático, voltado às análises imagéticas.

A metodologia empregada no Capítulo 4, que investiga as capas de Chimamanda, é o Estudo de Caso. Essa metodologia foi escolhida por poder utilizar múltiplos métodos de coleta e análise, buscando entender o objeto de estudo em seu contexto e considerando fatores ambientais, sociais, culturais e históricos. Para Gil (2002), o estudo de caso é mais flexível do que outras metodologias e possui diferentes propósitos, como:

- a) explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos;
- b) preservar o caráter unitário do objeto estudado;
- c) descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação;
- d) formular hipóteses ou desenvolver teorias; e
- e) explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos.” (Gil, 2002, p. 54)

O processo de coleta e análise do presente trabalho foi dividido em cinco etapas:

1. Coleta de Conteúdo: Compilação de todas as sete edições dos livros de Chimamanda. A pesquisa das capas foi feita através da Internet, e suas informações foram coletadas em sites de editoras, lojas e estantes virtuais.

2. Análise de Conteúdo Visual: A análise foi realizada em etapas distintas. Inicialmente, a análise concentrou-se em examinar elementos como a linguagem visual empregada (fotográfica, ilustrada, colagem), o tipo de tipografia utilizado (serif, sans-serif, *script*, *display* e não latinas), o grid (texto, alinhamento e hierarquia) e a paleta de cores. Por fim, utilizou-se a escala de diferencial semântico com escalas bipolares para compreender os conceitos aplicados nas capas. A Figura 1 ilustra todas as etapas do processo.

Figura 1
Gráfico de análise visual.



3. Entrevistas com Designers Gráficos: Foram exploradas as decisões de design, as intenções por trás das escolhas visuais e a consciência política durante o processo criativo por meio de entrevistas com designers relevantes do mercado do livro.

4. Análise da Percepção dos Leitores: Foram realizadas pesquisas com leitores usando como ferramenta questionários para entender como percebem visualmente e interpretam os projetos editoriais em relação aos estereótipos visuais.

5. Resultados Finais: Com base em uma fundamentação teórica sólida, os resultados finais da investigação têm como objetivo primordial identificar edições que não utilizam estereótipos visuais e que sejam mais inclusivas e diversificadas. Utilizando os dados obtidos nas análises como referência, buscou-se não apenas destacar as lacunas existentes, mas também oferecer soluções concretas e pertinentes para promover uma representação mais autêntica e representativa nas capas examinadas. Essas soluções podem servir como um guia para a criação de projetos editoriais mais inclusivos.

O resumo da Metodologia é apresentado na Tabela 1.

Fases	Participantes	Métodos e instrumentos	Indicadores a recolher
Definição do tema	–	Revisão da literatura, etapa de pesquisa	Identificação de temas de interesse e definição das questões de investigação
Investigação	–	Revisão da literatura	Identificação do estado da arte e desenvolvimento da base teórica
Análises visuais	–	Estudo de caso, análise visual e aplicação da escala de diferencial semântico	Padrões, temas, relações e outras informações relevantes para responder às questões de investigação
Entrevistas	Designers editoriais	Entrevistas realizadas por e-mail	Exploração de decisões de Design, intenções por trás das escolhas visuais e consciência política durante o processo criativo
Formulário de pesquisa	Pessoas que se interessem por literatura	Formulário de pesquisa <i>on-line</i>	Percepções e interpretações dos projetos editoriais com relação a estereótipos visuais
Reflexão e conclusão	–	–	–

Tabela 1
Resumo da Metodologia.

Durante o segundo semestre de 2023, foram feitas pesquisas e leituras, resultando na formulação do tema de pesquisa. O primeiro semestre de 2024 reuniu as etapas de investigação de revisão da literatura, estado da arte, análises visuais, entrevistas, pesquisas, reflexão e conclusão da dissertação.

1. O MERCADO DO LIVRO

O primeiro capítulo começa com uma contextualização sobre o mercado do livro. Inicialmente, traça-se um panorama histórico sobre o surgimento do livro físico, desde as antigas civilizações até o advento dos livros digitais na era contemporânea. Em seguida, discute-se a importância da capa de um livro, abrangendo desde a sua evolução histórica até aspectos mais técnicos e comerciais relacionados ao seu desenvolvimento. Posteriormente, explora-se o processo de publicação de um autor e a criação de um livro. O capítulo conclui com uma análise do futuro do livro e de novas tecnologias envolvidas.

1.1 O LIVRO E SEU PANORAMA HISTÓRICO

Há diversas maneiras de descrever o que é um livro, e o autor Andrew Haslam (2010) classifica-os como “um suporte portátil que consiste de uma série de páginas impressas e encadernadas que preserva, anuncia, expõe e transmite conhecimento ao público, ao longo do tempo e do espaço” (p. 9). Também pode ser descrito, de acordo com a Encyclopédia Britannica (Haslam, 2010, p. 8), como um “instrumento de comunicação”. No entanto, para além de sua função enquanto objeto de documentação, um livro possui caráter emocional: ao longo de mais de 4 mil anos, as histórias que os livros carregam mudaram e ainda mudam a vida dos seus leitores. O livro é um objeto indissociável à cultura e ao progresso intelectual, econômico e cultural da humanidade (Haslam, 2010).

O livro impresso tem suas raízes nas antigas civilizações, e os escribas egípcios podem ser considerados os primeiros designers de livros por já redigirem seus textos com o uso de colunas e por fazerem uso de ilustrações em suas páginas. Entretanto, o formato do livro impresso não era o mesmo que se conhece atualmente – com a lógica de uma capa com folhas dobradas e coladas –, mas sim em rolos, conhecidos como papiros, que eram o principal suporte de leitura do mundo antigo. As folhas de papiro, de origem vegetal, eram coladas umas às outras e enroladas em forma de cilindro, chegando a medir até 20 m de comprimento (Haslam, 2010).

Posteriormente ao uso do papiro, foi descoberta, na Ásia Menor, a possibilidade de usar pele animal em vez de vegetal na reprodução dos textos, pois o material era considerado superior. Apesar de ambos os suportes ainda serem manuseados como um rolo, e não em um formato como o qual estamos familiarizados na atualidade, sua principal diferença reside no material. Para Kane (2012), o papiro apresentava vários pontos negativos: não era possível usá-lo para escrever dos dois lados e ele não podia ser dobrado devido à sua fragilidade.

Os sábios do reino de Pérgamo produziram uma pele de animal (carneiro) com dois lados, que, após ser esticada em um caixilho, era secada, branqueada com giz e, então, polida e alisada com pedra-pomes. Daí a origem do pergaminho, de membrana pergamená, *pergamenum*. (Kane, 2012, p. 6).

Chartier explica as diferenças da relação do leitor com o seu suporte de leitura na antiguidade:

A leitura antiga é leitura de uma forma de livro que não tem nada de semelhante com o livro tal qual o conhecemos, tal como conhecia Gutenberg e tal como conheciam os homens da Idade Média. Este livro é um rolo, uma longa faixa de papiro ou de pergaminho que o leitor deve segurar com as duas mãos para poder desenrolá-la. Ele faz aparecer trechos distribuídos em colunas. Assim, um autor não pode escrever ao mesmo tempo em que lê. (Chartier, 1998, p. 24).

Haslam explica que, com as particularidades do material de pergaminho, por poder ser dobrado sem ser danificado, esse papel passou a ser encadernado com a lógica do códice. Assim, com o uso de folhas extraídas a partir da pele de animais, “as folhas podiam ser ligadas borda com borda, dobradas, empilhadas e depois atadas ao longo de suas margens” (2010, p. 6). Essa modificação foi significativa para a origem do formato do livro impresso e do códice, pois houve uma revolução no manuseio e na experiência de leitura. Além disso, o códice possibilita pensar na estrutura do livro de acordo com

as suas componentes de numeração e paginação. Diferente de um rolo, com essa lógica, o formato começou a ser estruturado de maneira mais organizada e sistemática. Para Meggs & Purvis (2009), “A invenção do pergaminho, muito mais durável que o papiro, e o formato códice, que aceitava tinta mais espessa porque não precisava ser enrolado, abriam novas possibilidades para o Design e a Ilustração” (p. 65). Chartier afirma que

É graças ao códice que o leitor conquista a liberdade: colocado numa mesa ou púlpito, o livro reunido em cadernos já não exige uma total mobilização do corpo, proporciona maior independência ao leitor que pode ler e escrever ao mesmo tempo, passar, a seu bel prazer, de uma página a outra, de um livro a outro. (Chartier, 1998, p. 191).

Entretanto, esse panorama histórico diz respeito à cultura do livro manuscrito, ou seja, um processo lento, inacessível para a população e de exclusividade apenas de um pequeno nicho. Na Idade Média, os livros manuscritos foram apropriados e utilizados dentro da comunidade religiosa. Araújo (2008) explica o papel fundamental dos monges no processo de compilação de manuscritos. Eles foram responsáveis por transcrever, ilustrar e reunir os melhores exemplares, com o objetivo de ampliar a divulgação desse material dentro da comunidade religiosa. Independentemente da sua finalidade, esse processo redefiniu o acesso à informação e modificou a cultura de acesso ao conhecimento. No que se refere ao Design, “a produção de manuscritos durante o curso de mil anos da era medieval criou um vasto repertório de formas gráficas, leiautes de página, estilos de ilustração, letras e técnicas” (Meggs & Purvis, 2009, p. 64).

Quando se pensa na impressão de livros, associa-se muito à invenção dos tipos móveis por Gutenberg. Porém, no início do século XV, a xilogravura, de origem chinesa, foi introduzida na Europa. Sua impressão utilizava o recurso do relevo, e essa técnica consistia em esculpir um desenho em relevo em um suporte de madeira, destacando o fragmento que se pretendia reproduzir. Araújo (2008) afirma que essa técnica seria utilizada para ilustrar cartas de baralhos, manuscritos e imprimir textos de pequenas obras devocionais. Meggs & Purvis (2009) descrevem que:

A revolução silenciosa que a impressão operou na vida intelectual chinesa provocou um renascimento do aprendizado e da cultura tal como o que certamente provocou no Ocidente a invenção do tipo móvel por Johann Gutenberg mais de 400 anos depois. (Meggs & Purvis, 2009, p. 60).

A China contribuiu imensamente para a evolução da comunicação, não apenas com a invenção da xilogravura, mas também com a invenção do papel. Essas novas tecnologias foram lentamente disseminadas para o Ocidente (Meggs & Purvis, 2009). Essa lógica de impressão foi um facilitador para a invenção dos tipos móveis, criados posteriormente por Johann Gutenberg. Diferentemente da xilogravura, na tipografia as letras são soltas, o que facilitava o seu manuseio por poderem ser trocadas e reutilizadas diversas vezes. “A difusão da tipografia foi vital para incrementar o processo de multiplicação dos textos, e justamente sua velocidade de reprodução terminou por destruir a tradicional indústria dos manuscritos” (Araújo, 2008, p. 46).

A padronização do formato do livro foi um processo ágil, impulsionado pelas inovações da época, que moldou o livro tal como o conhecemos hoje, séculos mais tarde. O surgimento dos tipos móveis marcou o início do processo de padronização, que perdura até os dias atuais. Novas profissões emergiram para facilitar a leitura, organizar os textos e substituir a elaboração manual dos manuscritos pela qualidade da composição tipográfica. Com o desenvolvimento da cultura escrita, ocorreu uma especialização das tarefas e das profissões, delineando claramente os papéis do autor, do impressor, do editor, do tipógrafo, do distribuidor e do livreiro. Assim, as soluções gráfico-estéticas adotadas para padronizar os textos desempenharam um papel fundamental na criação do livro moderno (Araújo, 2008; Chartier, 1998). A revolução na leitura desencadeada pela invenção de Gutenberg foi marcada pela mecanização em série na produção de livros, o que contribuiu significativamente para a disseminação da alfabetização na sociedade europeia com impacto no mundo inteiro.

1.2 A IMPORTÂNCIA DA CAPA DE UM LIVRO

O primeiro contato que se estabelece com um livro físico ocorre através de sua capa. Seja em bibliotecas, livrarias ou lojas *on-line*, a capa de um livro fornece informações cruciais sobre a obra: seu título e autoria. Em termos de materialidade, a capa pode se limitar à parte frontal, mas também engloba elementos importantes como a lombada e o verso. Embora alguns considerem apenas a imagem frontal como a capa propriamente dita, conhecida como primeira capa, ela também pode abranger toda a estrutura do livro, incluindo a lombada e o verso.

Assim como em um produto, a capa pode ser entendida como uma embalagem, no sentido de proteger o seu interior e também pelo seu caráter informativo. Também podemos compreendê-la como um pôster, devido ao seu caráter estético. Para Araújo,

O estilo de apresentação da primeira capa, como o de qualquer embalagem, varia bastante, sob construções simétricas ou assimétricas, mas buscando-se amiúde tirar partido dos efeitos visuais provocados por contrastes de tom e cor, por combinações de figuras geométricas, por fotos, gravuras ou outras formas de ilustração, tudo disposto de modo que se processe harmoniosamente a interação entre imagem e palavra. (Araújo, 2008, p. 435).

Uma capa de um livro desempenha duas funções essenciais: quando se refere à sua forma, ela é responsável por proteger as páginas, pois garante que as folhas do livro serão mantidas unidas e protegidas, ao mesmo tempo que podem ser facilmente abertas. Quando se refere ao seu caráter informativo, ela é responsável por indicar ao leitor o conteúdo. Para o designer editorial Ricardo Báez, “as capas refletem o que o leitor pode esperar de um livro – mesmo que decidam não abri-lo” (Victionary Publisher, 2020, p. 107, tradução própria)⁵. A capa, ao despertar o interesse do leitor, exerce um papel estético e comercial, motivando-o a adquirir o livro.

⁵ "Covers reflect what readers can expect within - even if they decide not to open the books." (Victionary Publisher, 2020, p. 107)

Até o final do século XIX, as capas de livros não serviam como meio de anunciar seu conteúdo. Em vez disso, ilustradores e artistas eram contratados para ornamentar o interior das obras. A produção de um livro era um processo custoso e demorado devido à utilização de técnicas artesanais como a pintura à mão. Contudo, com o surgimento de novos métodos de impressão, a produção de livros se tornou mais barata e rápida. Com o surgimento dos movimentos artísticos, artistas passaram a desenvolver pôsteres ilustrados, embalagens e posteriormente capas de revistas e livros. Um exemplo desses movimentos é o Art Nouveau, inicialmente originado na França com foco em Design de Produtos e Arquitetura. Eventualmente, expandiu sua influência para a Inglaterra, onde passou a ser associado também ao Design Gráfico e à Ilustração (Meggs & Purvis, 2009). Com o tempo, a ilustração de capas de livros se tornou uma prática comum.

Além da capa, com a industrialização do livro, por volta do século XIX, surgiram as sobrecapas. Com uma função similar à da capa, no sentido de conter informações conceituais de uma obra, sua finalidade era de proteger a encadernação (Tschichold, 2007). A decisão de incluir uma sobrecapa em um livro é feita pela editora e é comum no mercado editorial. Todos os livros, independentemente de sua estrutura — seja capa dura, brochura ou maleável —, têm uma capa. A escolha dos materiais de um livro varia conforme a editora, levando em conta fatores como tipo de impressão, custo, tiragem e conceito gráfico.

Em *A Book on Books: New Aesthetics in Book Design* (2020), livro que celebra a contribuição de diversos designers de capa que mantêm viva a cultura do livro

impresso, os profissionais são questionados se eles próprios julgam um livro pela capa. Essa é uma discussão interessante e, mesmo sendo trivial na sociedade do consumo que vivemos, é um debate que reflete muito sobre a importância da profissão de designer editorial, pois, muitas vezes, os leitores compram os livros por conta de sua capa, e não pelo seu conteúdo. Até entre a comunidade dos designers há contradições com relação a esse tópico. Para os designers do estúdio XYZ (Victionary Publisher, 2020), “os leitores não deveriam comprar um livro por conta da capa, pois os livros têm uma vida própria e isso não tem relação alguma com o seu design” (2020, p. 109, tradução própria)⁶. Entretanto, há designers que discordam da “irrelevância” das capas. Sagmeister (Victionary Publisher, 2020) afirma que “faz parte da natureza humana fazer suposições sobre o livro através de sua capa, pois é através dela que o leitor tem pistas se vai gostar da obra ou não. Um livro terrível com uma ótima capa pode enganar apenas algumas pessoas; para um livro ser um sucesso, seus conteúdos também precisam ser tão bons quanto a capa” (p. 108, tradução própria)⁷.

Com o avanço da Internet, o acesso a uma vasta variedade de livros tornou-se mais fácil. Hoje em dia, pode-se comprar um livro pelo celular a qualquer hora do dia. Anteriormente, era necessário visitar uma livraria física ou uma biblioteca para ter acesso às obras. Agora, com apenas um clique no aplicativo da Amazon, podemos adquirir um livro e recebê-lo em nossa casa no mesmo dia. O advento da Internet democratizou e facilitou significativamente o acesso à leitura e aos livros, proporcionando rapidez e conveniência.

Essa rapidez também teve impacto no desenvolvimento de capas. Em suma, tornou-se parte do processo criativo do designer desenvolver capas que capturem rapidamente a atenção do leitor. Como afirma Agrafka Art Studio, “a capa de um livro como é semelhante a um pôster, pois tem um tempo muito limitado – apenas alguns segundos – para chamar a atenção. A capa perfeita deve incluir simbolismo ousado e profundo e tem que ser uma poesia visual” (Victionary Publisher, 2020, p. 109, tradução própria)⁸.

Há uma diferença considerável quando se compra um livro em uma livraria digital ou física. Na livraria digital, vemos os livros em um tamanho muito reduzido, no formato de *thumbnail*. Dessa forma, não temos dimensão do seu tamanho real. No processo criativo do desenvolvimento de uma capa, essa informação já deve ser considerada no *briefing* para desenhar uma capa de um livro. O tamanho da fonte deve preferencialmente ser adequado para ser visualizado em tamanho pequeno, já que as vendas *on-line* representam um valor muito expressivo. Apenas em Portugal, conforme um novo estudo promovido pela Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (APEL) (Cunha, 2023), em 2023, a venda *on-line* de livros – seja físico ou digital – representou 39% do total. Assim, se o contraste do tamanho do título for ruim, isso pode influenciar negativamente a sua leitura e impactar nas vendas. Segundo Araújo (2008), “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. 276).

6 “People should not rely on cover designs to buy books. Books have a life of their own, and have nothing to do with design.” (Victionary Publisher, 2020, p. 109)

7 “It is human nature to make an assumption about a book by seeing its cover. The beauty, craft, and idea in the cover is our first clue as to whether we will like a book or not. With that said, a terrible book with a great cover will only fool so many people. For a book to be a true hit, its contents need to be great as well.” (Victionary Publisher, 2020, p. 108)

8 “We perceive a book cover to be similar to a poster, in that it has very limited time – just a few seconds – to catch your attention. For us, the perfect book cover must include bold and deep symbolism, and has to be visual poetry.” (Victionary Publisher, 2020, p. 109)

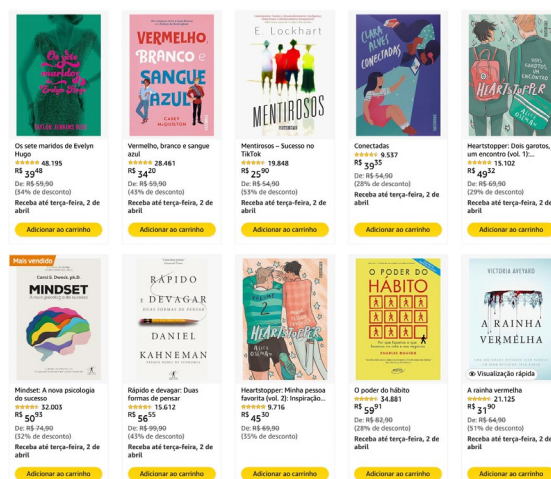


Figura 2
Captura de tela do site Amazon Brasil.

⁹ “People can easily access so many images these days, so covers need to be outstanding for books to be discoverable.” (Victionary Publisher, 2020, p. 109)

A designer Yeji Yun afirma que “as pessoas podem acessar facilmente tantas imagens nos dias de hoje, então as capas precisam ser excepcionais para que os livros sejam descobertos” (Victionary Publisher, 2020, p. 109, tradução própria)⁹. Uma capa bem concebida não apenas transforma o livro em um objeto de desejo, mas também evoca sentimentos de nostalgia e carinho no coração dos leitores, elevando sua importância no mercado editorial.

1.3 COMO UM AUTOR É PUBLICADO E A CADEIA FINANCEIRA DE UM LIVRO

A produção de um livro impresso é um esforço colaborativo que engloba diversas etapas essenciais para a sua publicação. Além do autor, cuja responsabilidade é escrever a obra, há uma variedade de profissionais na cadeia editorial envolvidos na sua realização. Segundo Haslam (2010), o processo concreto de criação de um livro pode variar de editora para editora, assim como de um país para o outro, mas, para entender os caminhos básicos para a criação de um livro, é necessário entender as funções de cada profissional dentro do mercado editorial.

O papel do autor na elaboração e escrita de uma obra literária é multifacetado, podendo variar desde o desenvolvimento de uma ideia própria até a produção de um texto encomendado pela editora. Atualmente, existem diversas formas de um autor criar uma obra, incluindo encomendas específicas. Isso ressignifica a figura do autor, tornando-a mais subjetiva. Um exemplo notável é a autora Chimamanda Adichie, que transformou a escrita em sua profissão, desde seus primeiros contos, escritos aos 7 anos, até o reconhecimento internacional e a produção de diversos livros. Adichie é um exemplo de autoria autônoma, sendo totalmente responsável por suas narrativas, sem interferência de terceiros em suas histórias ou ideias para futuros livros.

Na entrevista para Jiménez (2017), Adichie, ao falar de seu processo criativo, enfatizou que:

Vivemos num mundo repleto de histórias. Dão forma a nossa existência. A literatura são histórias. São o que somos, e penso que as pessoas que aprovam e organizam certas políticas deveriam ter aulas de narrativa. Devem aprender a maneira como as pessoas contam e criam histórias e como suas políticas vão afetar essas pessoas. É uma forma prática de ver como as histórias afetam a vida das pessoas. (Jiménez, 2017, para. 22).

Haslam (2010) afirma que o trabalho da equipe de desenvolvimento de um livro também envolve os agentes literários, o editor, os escritórios de produção editorial, o editor de aquisições, o editor de textos, o revisor de provas, o consultor técnico, o revisor técnico, o diretor de arte, o designer, o pesquisador de imagens, o gerente de licenciamento, os ilustradores, os fotógrafos, os cartógrafos, o gerente de direitos autorais, o gerente de *marketing*, o gerente de produção editorial, o impressor (ou gráfica), as empresas de acabamento gráfico, a encadernadora, o gerente de distribuição, as divulgadores e os varejistas. Entende-se que o desenvolvimento de um livro é um processo que envolve muitas pessoas de diversas áreas de conhecimento. Frequentemente o designer não trabalha sozinho na criação de um projeto de capa, e entender as pessoas envolvidas no processo também fornece uma dimensão de que, por se tratar de um processo multifacetado e colaborativo, muitas vezes o designer não tem grande poder de decisão. Todos os profissionais trabalham juntos para garantir que um livro seja um sucesso.

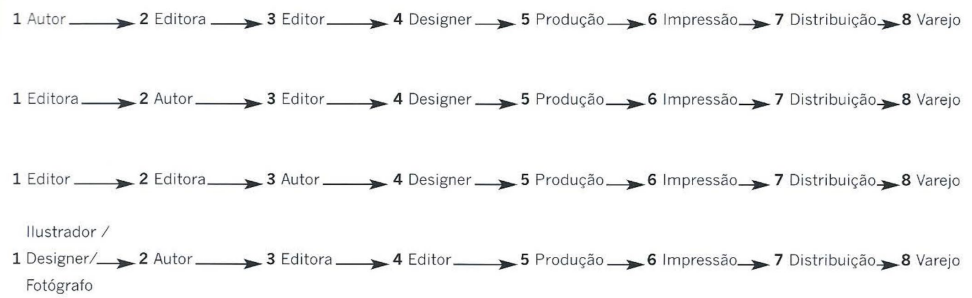


Figura 3
Quatro modelos simples de desenvolvimento de um livro.

O desenvolvimento de um livro pode seguir diversas etapas, algumas das quais desafiam o modelo tradicional que coloca o autor no início da cadeia de produção. No mercado editorial contemporâneo, surgem novas possibilidades, como iniciar o processo com os profissionais criativos desenvolvendo o conceito, e só depois consultar o autor para escrever a narrativa. Também é possível colocar o editor ou a editora no início do processo, alterando assim a abordagem editorial na concepção de um livro.

Existem diversas abordagens para a publicação de um autor, que vão desde a independência total, sem envolvimento de uma editora, até a colaboração com uma delas. Segundo Reis (2021), existem seis principais formas de um autor ser publicado atualmente: através de uma editora tradicional, utilizando os serviços de uma editora de autopublicação, optando pela autopublicação independente, utilizando plataformas digitais, participando de concursos literários ou contribuindo com revistas literárias.

No mercado do livro contemporâneo, observamos uma notável versatilidade, com modelos tradicionais sendo ressignificados. Isso amplia as oportunidades de publicação de novas obras e simplifica o processo do ponto de vista mercadológico, tornando-o mais ágil e acessível. Essa evolução reflete uma adaptação às demandas e possibilidades do mercado editorial, promovendo maior diversidade e democratização literária e mudando o futuro do livro.

1.4 O FUTURO DO LIVRO E AS NOVAS TECNOLOGIAS

No universo literário, há uma discussão persistente sobre a possível extinção do livro físico. Esse tema tem sido debatido por teóricos do livro ao longo dos anos e ressurgiu a cada inovação no mercado editorial. Umberto Eco (2009) defende que o livro físico provou os seus méritos e não há como inventarem um objeto melhor para esse uso. Talvez o livro evolua nas suas componentes, talvez suas páginas deixem de ser feitas de papel, mas, para o autor, o livro físico continuará sendo o que sempre foi. O autor defende a imbatibilidade do livro impresso e diz que as variações em torno do objeto livro não lhe modificaram a função em mais de 500 anos. Para Eco (2009), “o livro é como a colher, o martelo, a roda ou a tesoura. Uma vez inventados, não se pode fazer melhor” (p. 16).

O autor Bringhurst (2011) afirma que

Um livro é um espelho flexível da mente e do corpo. Seu tamanho e proporções gerais, a cor e a textura do papel, o som que produz quando as páginas são viradas, o cheiro do papel, da cola e da tinta, tudo se mistura ao tamanho, à forma e ao posicionamento dos tipos para revelar um pouco do mundo em que foi feito. (Bringhurst, 2011, p. 159).

Com a invenção dos *e-books* – suportes de leitura digitais que simulam um livro físico –, esse debate voltou à tona na Internet. Um suporte digital tem um enorme diferencial com relação a livros físicos no que diz respeito à capacidade de armazenamento: um pequeno suporte digital tem capacidade de armazenar milhares de livros. Outro ponto positivo é sua praticidade e peso, pois é um objeto leve e pode ser transportado para diversos lugares. Mesmo que a tecnologia digital tenha revolucionado a escrita e a leitura, pois hoje podemos ler notícias e livros através do computador, a venda de livros continua aumentando a cada ano e se estabelece como um mercado muito lucrativo. Segundo um levantamento realizado pelo Ibope¹⁰, a geração Z, de até 25 anos, lidera uma nova onda de interesse por livros físicos e bibliotecas. As novas tecnologias de leitura estão ampliando o acesso à informação, e não substituindo a leitura e a compra de livros físicos. Para Haslam (2010, p. 12), “o livro impresso tem sido um dos meios mais poderosos para a disseminação de ideias e mudou o curso do desenvolvimento intelectual, cultural e econômico da humanidade”.

Embora a inovação dos *e-books* tenha impactado as vendas de obras impressas, ela não foi suficiente para eliminar o formato tradicional. “Mesmo um defensor da mídia digital como Steven Johnson pode chamar os livros impressos de ‘uma espécie de reserva para os leitores em extinção da leitura linear e focada’” (Price, 2019, p. 73, tradução própria)¹¹. Vemos os dois suportes de leitura coexistindo, e percebemos que o mercado do livro tem espaço para as mais diversas inovações. O livro físico possui um caráter emocional de nostalgia e é visto como um objeto de desejo. As novas tecnologias têm apenas ressignificado a forma como o consumimos. Price (2019) argumenta que o livro físico na era digital não deve ser considerado um meio antigo e ultrapassado; pelo contrário, ele tem sido reinventado e valorizado por entusiastas, pois nosso afeto por eles pode atuar como uma forma de resistência às novas formas de digitalização. As novas tecnologias podem ser vistas como aliadas na promoção da leitura. Embora a Internet ocupe o tempo das pessoas, hoje em dia encontramos diversas redes sociais dedicadas à literatura e ao compartilhamento de novas obras.

As editoras já entenderam o poder que a rede social tem na divulgação de novas obras. O Instagram e o TikTok são atualmente ferramentas importantes para a

¹⁰ A sigla Ibope representa Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

¹¹ “Even a defender of digital media like Steven Johnson can call print books ‘a kind of game preserve for the endangered species of linear, deep-focused reading.’” (Price, 2019, p. 73)

divulgação de obras. Não precisamos mais ir em uma livraria física para saber das novidades e dos futuros lançamentos – podemos acessar as redes sociais das editoras e já teremos conhecimento rápido sobre isso. A democratização da Internet facilitou o nosso acesso à literatura de diversas formas. Há diversas redes sociais voltadas para a literatura, como aplicativos de leitura que servem como uma biblioteca *on-line*. Podemos compartilhar dicas com amigos e escrever resenhas sobre obras.

O mercado editorial tem cada vez aberto mais espaço para novos autores surgirem e terem as suas histórias contadas e lidas. Há cada vez mais a inclusão de novos gêneros literários, como a literatura *queer*, indígena e periférica. O mercado se move de acordo com a demanda, e cada vez mais os leitores procuram ler autores diversos. Na contemporaneidade, a escritora Chimamanda foi uma das mais jovens a fazer sucesso em nível global, atraindo novos leitores para lerem e se interessarem sobre literatura africana. Ela é uma das autoras responsáveis por apresentar a literatura africana contemporânea para o mundo.

Escritores africanos já estavam ganhando reconhecimento e sucesso nos últimos anos; porém, quando se pensa no mercado atual, o processo anda em passos lentos. O prêmio Nobel de literatura é uma das premiações mais prestigiadas e importantes no universo literário. Em toda a sua história, apenas cinco autores africanos ganharam o prêmio Nobel de literatura: Wole Soyinka (da Nigéria), em 1986; Naguib Mahfuz (do Egito), em 1988; Nadine Gordimer (da África do Sul), em 1991; John Maxwell Coetzee (da África do Sul), em 2003; e Abdulrazak Gurnah (da Tanzânia), em 2021 (Alves, 2021). O prêmio já prestigiou mais de 120 escritores. Considerando que apenas cinco eram oriundos de países africanos, a disparidade ainda é grande.

Certamente, o avanço rumo à inclusão no universo literário é notável, embora ainda haja muito a ser feito. Contudo, é lamentável constatar que, no que tange à diversidade, observamos um ciclo de avanços seguidos por retrocessos significativos. É inegável que temos testemunhado progressos consideráveis, como a ampliação do espaço para vozes minoritárias e a valorização de narrativas diversas. No entanto, esses avanços são frequentemente interrompidos por atos de censura e boicotes promovidos por autoridades e alguns setores conservadores da sociedade. A censura de obras literárias, a sabotagem de feiras e eventos literários e a marginalização de nichos como a literatura negra e LGBTQIAP+¹² são alguns exemplos desses retrocessos no contexto brasileiro. Tais ações não apenas limitam a liberdade de expressão, mas também restringem o acesso a perspectivas e experiências essenciais para uma compreensão mais ampla e inclusiva dos novos saberes.

12 A sigla LGBTQIAP+ representa uma variedade de identidades de gênero e orientações sexuais: Lésbicas (L), Gays (G), Bissexuais (B), Transgêneros (T), Queer (Q), Intersexuais (I), Assexuais ou Aliados (A) e Pansexuais (P), além de outras identidades e orientações não especificadas (+).

2.

DESIGN COMO FERRAMENTA POLÍTICA

O Capítulo 2, “Design como Ferramenta Política”, começa com um panorama histórico da profissão de Design de Livros, seguido por uma análise de sua relevância nos dias atuais, destacando especialmente as mudanças ocorridas na profissão após a popularização da Internet e o surgimento de ferramentas digitais. Em seguida, o capítulo aborda o “Papel do Designer” de um ponto de vista político e social, explorando questões relacionadas à importância da representatividade e diversidade na área. Complementando essa discussão, a seção “Decolonizar o Design” trata da necessidade de desafiar e dismantelar as estruturas de poder, hierarquias culturais e padrões estéticos dominantes que perpetuam sistemas de opressão. O capítulo conclui com o conceito de “Lugar de fala” dentro do campo do Design de Livros, examinando como as identidades e experiências individuais dos designers podem influenciar suas práticas e perspectivas.

2.1 O DESIGN DE LIVROS COMO PROFISSÃO

Assim como outras profissões contemporâneas, o Design de Livros evoluiu e se transformou ao longo do tempo, adaptando-se às tecnologias e às demandas de cada época, até se tornar a disciplina que conhecemos hoje. A tecnologia eletrônica revolucionou diversos aspectos do trabalho humano e teve um impacto significativo na área criativa, mudando profundamente a forma como os designers gráficos interagem com seu trabalho.

A partir de 1990, os profissionais passaram a contar com novas ferramentas de trabalho, como *softwares* para edição de fotografia, texto e ilustração. Anteriormente, todo o processo de criação era manual e mais custoso no sentido de tempo, mão de obra e limitações técnicas. Antes da popularização dos computadores, os designers recebiam os textos impressos, chamados de *laudas*, e colavam manualmente os elementos, que depois eram fotografados analogicamente para criar as matrizes de impressão. Esse processo envolvia vários profissionais, cada um responsável por uma etapa do desenvolvimento. Ao considerar a complexidade na criação de uma revista ou livro com extensas páginas, tornou-se evidente a importância de ferramentas digitais que simplificassem esses processos. O avanço da Internet possibilitou que apenas um profissional pudesse ter o controle da maioria ou até mesmo da totalidade dessas etapas (Meggs & Purvis, 2009). Essa mudança otimizou muitos processos de trabalho e mudou significativamente a maneira de fazer e pensar o Design Editorial.



Figura 4
Processo de montagem
de laudas.

Da mesma forma que ocorre um estranhamento ao desconhecido com a inserção de uma nova tecnologia, houve uma resistência inicial à aceitação por parte dos profissionais criativos. Entretanto, rapidamente ela foi incorporada e aceita, considerando o quanto isso facilitou e otimizou a prática de trabalho. “Os usuários de computadores conquistaram maior controle sobre o processo de Design e produção. A tecnologia digital e *software* de ponta também expandiram o potencial criativo ao possibilitar a manipulação inédita de cor, forma, espaço e imagens.” (Meggs & Purvis, 2009, p. 627). Em uma entrevista para Hurs, a designer Paula Scher, ao ser questionada sobre as mudanças que observa na profissão de designer, afirmou que “a maior diferença que

13 “The biggest difference I’ve seen is what happened when the computer became prevalent in terms of how people communicated.” (Langedijk, n.d., para. 4)

percebi foi o que aconteceu quando o computador se tornou prevalente na maneira como as pessoas se comunicavam” (Langedijk, n.d., para. 4, tradução própria)¹³.

Para além das mudanças da prática do Design no cotidiano, uma das consequências a nível social da inserção de novos programas e *softwares* de edição de imagem, texto e ilustração foi a democratização do seu acesso a um público mais abrangente. Dessa forma, não apenas profissionais que estudaram a área poderia aproveitar esses recursos, mas qualquer pessoa que demonstrasse interesse pelo tema. De acordo com Meggs & Purvis (2009),

Uma expansão sem precedentes da formação em Design e da atividade profissional gerou um campo mais amplo com vastos contingentes de praticantes treinados. O número de designers autônomos e escritórios produzindo trabalho de qualidade cresceu exponencialmente. Por outro lado, a tecnologia digital também possibilitou que pessoas sem nenhum treinamento ou com formação mínima entrassem no campo. (2009, p. 629).

Do ponto de vista criativo, isso impulsionou novas ideias e experimentações. Os profissionais viram o potencial que o computador tinha em seus trabalhos e passaram a experimentar e testar os seus artifícios e elasticidades gráficas. Isso também redefiniu academicamente os estudos de Design Gráfico, com a criação e adaptação de novas disciplinas, mudando a grade curricular dos cursos. “Muitos programas de formação em Design nas escolas de arte e universidades se tornaram centros importantes para a redefinição da disciplina por meio do discurso teórico e da experimentação com a nova tecnologia” (Meggs & Purvis, 2009, p. 632). Todas essas mudanças demonstram como as novas tecnologias influenciaram a profissão, mudando também as atividades práticas e o dia a dia de trabalho dos designers.

Ao adquirirmos um livro, muitas vezes temos acesso ao nome do designer responsável pela edição. O desenvolvimento de um livro abarca diversas partes e componentes: o desenvolvimento da capa, a paginação, o projeto gráfico do miolo e a criação da sobrecapa, quando necessário. Atualmente, os designers têm à disposição uma variedade de programas e ferramentas para auxiliar na criação de livros, demonstrando como a profissão tem se adaptado às inovações tecnológicas proporcionadas pelos computadores.

No processo de criação de um livro, cada designer segue um método próprio. Não há uma abordagem única e correta para desenvolver uma capa de livro; esta pode ser desenhada, pintada ou fotografada. Algumas são feitas à mão e posteriormente fotografadas para impressão. Não há um padrão fixo de procedimento, e é justamente essa diversidade que torna as capas tão singulares. Cada profissional imprime sua marca pessoal e estilo único no trabalho, resultando em uma variedade de soluções criativas. Além da capa de livro, o designer também pode participar da diagramação e do desenvolvimento do projeto gráfico do miolo. Ao falar sobre o seu processo de criação, a designer Elaine Ramos (Victionary Publisher, 2020) afirma que

Normalmente, a capa é a última coisa que eu projeto em um livro. Eu a faço de dentro para fora. A capa ideal sintetiza o conteúdo e funciona como uma continuação lógica do design interno. Ao mesmo tempo, ela deve ser capaz de atrair a atenção de potenciais clientes na Internet e dentro do contexto superestimulante de uma livraria. Ao criar uma capa, o designer precisa ter um olho no livro físico e outro na miniatura digital, garantindo que ambos sejam cativantes e capazes de comunicar a essência do livro. É por isso que é tão difícil projetar uma boa capa de livro. (A Book on Books: New Aesthetics in Book Design, 2020, p. 108, tradução própria)¹⁴.

14 “Usually, the cover is the last thing I design in a book. I do it from the inside out. The ideal cover synthesises the content, and works as a logical continuation of the internal design. At the same time, it must be able to draw the attention of potential buyers on the Internet and within the overstimulating context of a book shop. While creating a cover, the designer needs to have an eye on the physical book and another on its digital thumbnail, ensuring that they are both at-tention-grabbing and able to communicate the essence of the book. That is why it is so, so difficult to design a good book cover.” (Victionary Publisher, 2020, p. 108)

15 “The future of the books is in the hands of artists and creatives, where infinite possibilities awaits us if we step out of our limited ways of thinking.” (Victionary Publisher, 2020, p. 107)

16 “No doubt, covers will continue visualizing information in the future. But like all media, they are not simply passive conduits—they play an active role in shaping how information and meaning will be received.” (Mendelsund & Alworth, 2020, p. 251)

Para a designer Birgitta de Vos (Victionary Publisher, 2020), “o futuro dos livros está nas mãos de artistas e criativos, onde infinitas possibilidades nos aguardam se sairmos das nossas formas limitadas de pensar.” (p. 107, tradução própria)¹⁵. Mendelsund & Alworth (2020) defendem que “as capas continuarão a mostrar informações no futuro, mas, como em todos os meios de comunicação, elas não são apenas conduítes passivos, elas desempenham um papel ativo na forma como a informação e o significado serão recebidos” (p. 251, tradução própria)¹⁶. Entendendo a importância do designer

para o mercado do livro e como ele faz essa interlocução com os autores, torna-se essencial questionar o seu papel e pensar ativamente em como ele pode contribuir não apenas para produzir capas bonitas, mas também projetos com significado e que instiguem o pensamento reflexivo para além de algo meramente estético. Além disso, para que a profissão de designer de livros continue crescendo, é fundamental incentivar cada vez mais a literatura e garantir que os autores tenham espaço para escrever e contar as suas histórias.

2.2 O PAPEL DO DESIGNER

17 “The disillusion of Design is the disillusion of the world.” (Lorusso, 2023, p. 5)

18 “Because chaos is inevitable. Because we live in a world of political unrest, health crises, and questionable ethical tech (sic), and design plays a critical role in addressing these global challenges.” (Lorusso, 2023, p. 28)

19 “Designers are torn between having to believe, for professional and vocational reasons, in the modern promise of a harmonic, fluid orderliness and being caught in an absurd, glitchy reality.” (Lorusso, 2023, p. 18)

20 “We have created a lot more problems with what we have made. Design does not need to solve problems, it should present possibilities, and imaginative ideas.” (Tejada, 2021, p. 9)

Do ponto de vista ético, durante muitos anos, acreditou-se que o Design Gráfico tinha o potencial de resolver uma variedade de problemas sociais. Contudo, agora observamos essa concepção desvanecer frente a um pessimismo generalizado diante dos desafios que enfrentamos como sociedade. A profissão de Design, como muitas outras, atua em um sistema que frequentemente falha em promover equidade e sustentabilidade. Esse pessimismo pode ser explicado como uma desilusão, e, de acordo com o autor Emmanuele Quinz (2023 como citado em Lorusso, 2023), “a desilusão com o Design é uma desilusão com o mundo” (p. 5, tradução própria)¹⁷. Para Lorusso (2023), “o caos é inevitável, porque vivemos em um mundo de instabilidade política, crises de saúde e questionável tecnologia ética, e o Design desempenha um papel crítico em abordar esses desafios globais” (p. 28, tradução própria)¹⁸. Porém, mesmo com a desilusão institucionalizada, é fundamental que o papel do designer seja caracterizado por um pensamento reflexivo e questionador em relação ao seu trabalho e à sua produção.

Há uma busca por um propósito maior no desenvolvimento de projetos que ultrapassem meramente o estético. Paul Rand (2019) defendia que “uma vez que a arte publicitária se dirige, no fim, ao espectador, e uma vez que a função da publicidade é influenciar esse espectador, conclui-se que o problema do designer tem dois aspectos: prever as reações do espectador e atender às suas necessidades estéticas” (p. 13). Ainda que compreensível do ponto de vista mercadológico, atender apenas a necessidades estéticas em um mundo que superabusa dos recursos do planeta, criar necessidades e induzir o consumo excessivo parece desmotivador e incompreensível atualmente. Para Lorusso (2023), “os designers estão divididos entre ter que acreditar, por razões profissionais e vocacionais, na promessa moderna de uma ordem harmoniosa e fluida, e se depararem com uma realidade absurda e cheia de falhas” (p. 18, tradução própria)¹⁹.

Assim como as tecnologias evoluíram e se refinaram, os debates em torno da profissão de designer também estão sofrendo transformações. O papel do designer na sociedade é de grande importância, e discutir e questionar acesso, gênero, raça, inclusão e outras temáticas sociais é agora mais crucial do que nunca, superando em relevância as antigas discussões sobre aspectos puramente visuais (Muller-Brockmann, 2007). Entretanto, essas mudanças não buscam desmerecer e diminuir a importância dos elementos visuais no Design; pelo contrário, reconhece-se que a construção e a organização da forma estão intrinsecamente ligadas à comunicação visual da informação. No entanto, é essencial trazer as questões sociais para o âmbito do Design como uma profissão multidisciplinar, enriquecendo o diálogo e tornando-o mais complexo e inclusivo, o que resultará em projetos com mais impacto social.

O Design foi vendido como uma profissão que soluciona problemas. Ramon Tejada defende que precisamos mudar essa lógica de pensamento, tendo em vista que “criamos muitos mais problemas com o que fizemos. Design não precisa resolver problemas, deve apresentar possibilidades e ideias imaginativas” (Tejada, 2021, p. 9, tradução própria)²⁰. Há ainda uma desilusão com o sistema educacional do Design quando pensamos na grade acadêmica e no tipo de ensino. Os estudantes e profissionais estão questionando o *statu quo*, e isso inclui questionar o tipo de ensino que lhes foi dado, a história do Design Gráfico a partir de outros pontos de vista, a falta de diversidade na disciplina e o papel deles mesmos no processo e na criação de novos projetos. Ramon Tejada, um designer educador de ascendência dominicano-americana, afro-caribenha e latina, indagou sobre o seu próprio trabalho ao se confrontar com a ascensão do

21 “I found an urgent need to start asking pointed questions. To use MY voice and begin to puncture through the sanitized veneer of Design, its Traditions and its preference for privilege, homogeneity, exclusivity, wealth and elitism.” (Tejada, 2021, p. 4)

conservadorismo nos Estados Unidos a partir de 2016. “Encontrei uma necessidade urgente de começar a fazer perguntas diretas. De usar a minha voz e começar a perfurar a superfície higienizada do Design, suas tradições e sua preferência pelo privilégio, homogeneidade, exclusividade, riqueza e elitismo” (Tejada, 2021, p. 4)²¹. Esses questionamentos podem ser o primeiro passo para pensar a Decolonização do Design, que será aprofundada na seção seguinte.

2.3 DECOLONIZAR O DESIGN

Anoushka Khandwala (2019) defende que decolonizar é mudar a maneira como pensamos. Para a autora, perceber que os padrões que nos foram ensinados não são universais é fundamental para a decolonização. Quando os estudantes aprendem sobre a história do Design, por exemplo, muitas vezes o foco do ensino é apenas em países específicos, como a Inglaterra, Alemanha, Estados Unidos e Suíça. Ainda que não se possa negar a importância do Design europeu e norte-americano para a construção e institucionalização da profissão, por muitas vezes outros teóricos e outras escolas do Design são esquecidos. Djamila Ribeiro, filósofa, feminista negra, escritora e acadêmica, traz um questionamento que pode ser aplicado à disciplina de Design, como em diversas outras: “Quantas autoras e autores negros o leitor e a leitora, que cursaram a faculdade, leram ou tiveram acesso durante o período da graduação? Quantas professoras ou professores negros tiveram? Quantos jornalistas negros, de ambos os sexos, existem nas principais redações do país ou até mesmo nas mídias ditas alternativas?” (Ribeiro, 2017, p. 66).

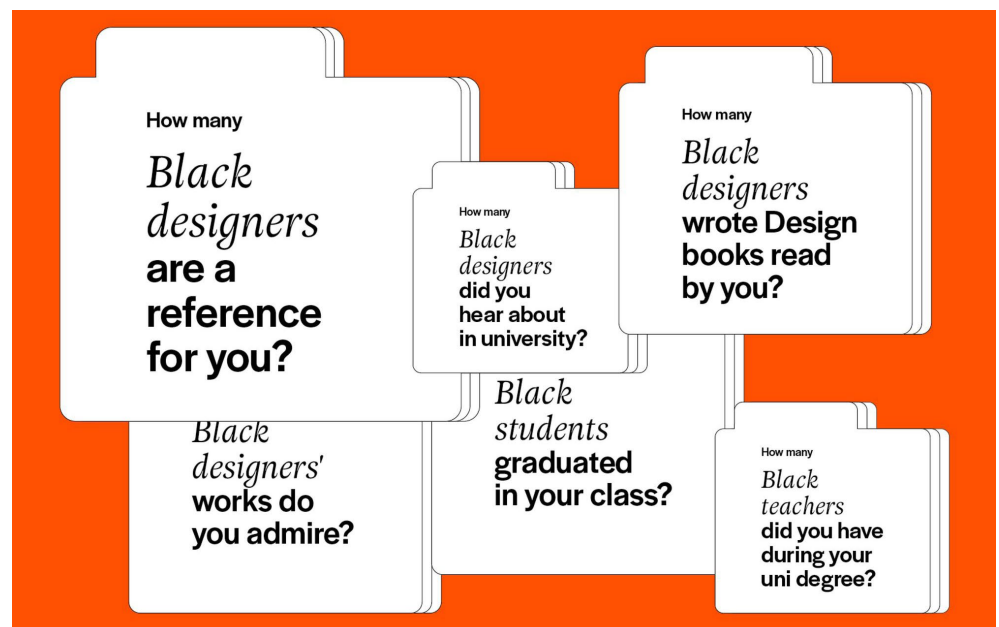


Figura 5
Projeto *Judging by the cover*
de Leonardo de Vasconcelos
Santana.

Hoje há muitas iniciativas para recuperar e abranger o Design de maneira plural de forma a contemplar outras narrativas. Por exemplo, hoje encontramos mais publicações de livros com teóricos de outras nacionalidades e iniciativas que visam celebrar e mostrar outras perspectivas do Design. A *BIPOC Design History*, plataforma educacional que oferece uma série de aulas ao vivo e gravadas sobre história do Design, foi fundada devido à falta de representação de designers negros, indígenas e pessoas de cor. Essa é apenas uma das diversas iniciativas contemporâneas digitais que visam decolonizar o ensino do Design.

Além dessas ações educacionais, também deve-se questionar a maneira como trabalhamos e produzimos. O designer Paul Rand (2019), quando se refere ao processo mental visando à solução eficaz de um problema, diz que, para chegar a uma solução eficaz, o designer deve empregar um processo mental que envolve análise,

interpretação e formulação. Consciente dos avanços científicos e tecnológicos em sua área, ele improvisa, inventa e descobre novas técnicas, coordenando e integrando seu material para reformular problemas em termos de ideias, sinais e símbolos. Rand recorre ao instinto e à intuição, considerando os sentimentos e predileções do espectador (2019). Entretanto, quando nos colocamos no lugar do espectador, estamos considerando questões de inclusividade? Quem está sendo impactado pelo nosso trabalho e de que forma?

Pensar no Design como algo universal e neutro é apagar diversas narrativas. Para Pater (2016), “as suposições de objetividade e universalidade na área estão intimamente ligadas aos princípios do Design modernista, conforme são ensinados na educação ocidental” (p. 3, tradução própria)²². Entender que a comunicação não deveria ser neutra coloca em perspectiva a nossa maneira de se relacionar, entender e fazer Design.

Há vários teóricos contemporâneos que vêm debatendo e buscando formas de decolonizar o ensino. Anoushka Khandwala (2019), em seu artigo *What does it mean to decolonize Design?*, sugere que, para evitar assumir o controle da narrativa alheia ou apropriar-se do que não lhe pertence, é crucial reconhecer quando um projeto não é de sua responsabilidade. Nesses casos, é fundamental promover a participação de alguém mais adequado para assumir a tarefa. Essa abordagem da decolonização se entrelaça com os princípios de diversidade e inclusão, destacando a importância não apenas de convidar pessoas para a mesa, mas também de oferecer assentos que genuinamente as incluam e respeitem.

Há outras formas de ter ativamente um pensamento mais inclusivo durante as etapas projetuais. Para evitar erros e falhas culturais ao desenhar uma tipografia de outra língua, por exemplo, a autora Missla Libsekal compartilha alguns conselhos:

Ter um falante nativo participando é absolutamente necessário para abordar questões como legibilidade, gramática, etc. Libsekal reconhece que a falta de conhecimento do designer pode permitir uma visão fresca sobre o Design tipográfico, mas os designers devem ter cuidado para que as escolhas estéticas não resultem em má comunicação. (Libsekal, 2016 como citado em Pater, 2016, p. 27).

Empresas e estúdios de Design devem pensar em como tornar suas equipes mais diversas e inclusivas. De acordo com Johansson & Hastwell (2023), uma pesquisa desenvolvida pela *Great Place to Work* (GPTW) demonstrou que diversidade no trabalho é fundamental para a inovação. Um estudo da consultoria McKinsey indicou que empresas cujas equipes prezam pela diversidade têm desempenho 57% melhor do que a indústria em geral (Carvalho, 2021, p. 66). Adotar modelos mais abertos, inclusivos e colaborativos implica considerar todos os seres humanos como provenientes de uma variedade de lugares, experiências, culturas, referências, gêneros, capacidades e formas de pensamento divergentes (Tejera, 2021). No entanto, é responsabilidade institucional dessas empresas garantir que a diversidade não seja apenas uma retórica, mas, sim, assegurar que grupos minoritários não sofram microagressões no ambiente de trabalho e recebam uma remuneração justa. As empresas precisam reformular suas culturas, e ainda há um longo caminho a percorrer para alcançar uma verdadeira inclusão.

As empresas têm a responsabilidade não apenas de abordar o tema da desigualdade, mas também de implementar medidas concretas para combatê-la. É fundamental que essas ações se traduzam em políticas tangíveis, como a garantia de igualdade salarial com base no gênero e na raça, a implementação de códigos de conduta inclusivos, a promoção da diversidade entre os profissionais e maior oferta de oportunidades de emprego.

Os questionamentos extremamente pertinentes que a intelectual Djamila Ribeiro (2017) faz em seu livro *O que é lugar de fala* também podem ser aplicados ao universo do Design Editorial. Quantos designers negros capistas estão assinando projetos e por que o Design ainda é uma profissão excludente? Para a autora,

Essas experiências comuns resultantes do lugar social que ocupam impedem que a população negra acesse a certos espaços. É aí que entendemos que é possível falar de lugar de fala a partir do *feminist standpoint*: não poder acessar certos espaços, acarreta em não se ter produções e epistemologias desses grupos nesses espaços;

²² “Assumptions of objectivity and universality in design are closely tied to the modernist Design principles as they are taught in Western Design education.” (Pater, 2016, p. 3)

não poder estar de forma justa nas universidades, meios de comunicação, política institucional, por exemplo, impossibilita que as vozes dos indivíduos desses grupos sejam catalogadas, ouvidas, inclusive, até de quem tem mais acesso à Internet. (Ribeiro, 2017, p. 64).

O designer Leonardo de Vasconcelos Santana também levanta essa discussão com a plataforma *Judging by the cover*, que coleta dados e destaca desigualdades raciais dentro do mercado editorial. Para ele, “*Judging by the Cover* é uma resposta ao conservador mercado de publicações em Design e torna visível o grande abismo entre profissionais negros/de cor e brancos no mercado editorial” (Vasconcelos, 2022, p. 57). De acordo com a sua análise de dados das maiores editoras de publicações e livros de Design, podemos ver a discrepância entre livros publicados por teóricos brancos com relação a livros de teóricos negros e de outras etnicidades (Fig. 6). A ideia desse projeto é usar visualização de dados como uma ferramenta para combater o racismo estrutural, usando como referência o trabalho do autor, historiador e ativista W. E. B. Du Bois (1900).

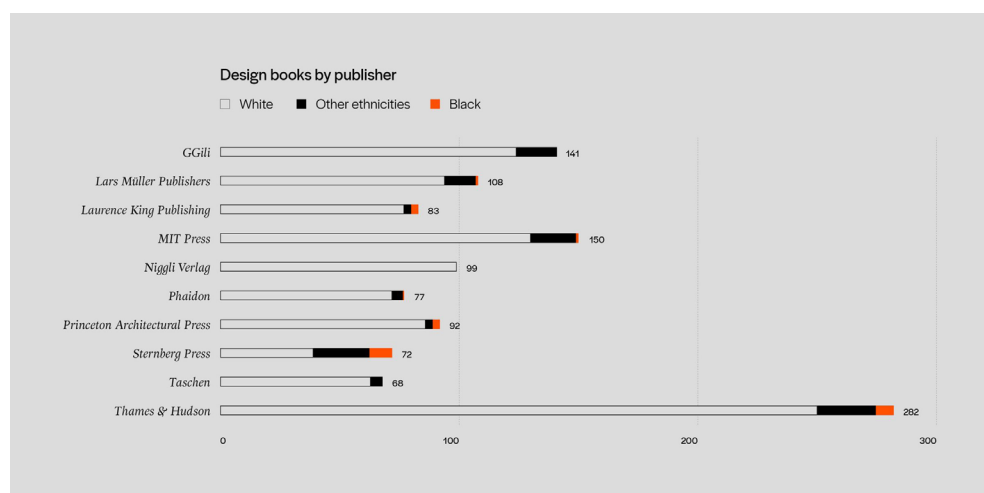


Figura 6
Diagrama criado para o projeto *Judging by the Cover* de Leonardo de Vasconcelos Santana.

Para Danah Adbulla, como citado em Khandwala, (2019), a cada escolha de Design que fazemos, existe o potencial não apenas de excluir, mas de oprimir. Cada projeto persuade sutilmente a audiência de uma forma ou de outra, e todo vocabulário possui história e contexto. De acordo com Khandwala (2019), aprender sobre a história do colonialismo abrirá nossos olhos para como as estruturas de poder formaram a sociedade de hoje e como elas dominam a nossa compreensão do campo. Para desafiar o *status quo* e avançar em direção a uma sociedade mais inclusiva e equitativa, é fundamental reconhecer e explorar outros conhecimentos e novos saberes. Assim como é essencial que as pessoas brancas se dediquem constantemente ao antirracismo para combater um sistema profundamente enraizado na discriminação racial, a decolonização requer um compromisso contínuo com a escuta, a reflexão e, acima de tudo, a ação. Esse processo envolve a exploração de novas perspectivas e a contestação do conhecimento convencional, buscando constantemente aprender, ouvir, se educar e praticar.

Em seu TED Talk *O Perigo de Uma História Única* (2009), Chimamanda Adichie adverte sobre os riscos de reduzir a complexidade de uma identidade a uma única narrativa, destacando como perspectivas dominantes podem distorcer a realidade. Esse fenômeno pode ser observado também na produção de imagens e suas simbologias. Quando uma única representação visual é usada para retratar a diversidade de um continente inteiro, reforçam-se estereótipos. Todas as capas da Figura 7, por exemplo, têm uma aparência similar, embora os livros pertençam a autores distintos e contenham narrativas variadas. O livro *Half of a Yellow Sun*, de Chimamanda, foca nas relações familiares e se passa na Nigéria, enquanto *The Tuner of Silences*, de Mia Couto, é ambientado em Moçambique. Embora ambos os países estejam localizados no continente africano, há grandes diferenças em termos de história, cultura, geografia e economia.

Se usarmos um tipo de imagem em diversas capas para simplificar uma identidade, confirme a Figura 7, faremos uma associação direta que um autor africano terá em uma capa de livro a representação de um pôr do sol e uma árvore acácia. O designer Peter Mendelsund (2014), ao ser questionado sobre o motivo de a indústria editorial publicar esses projetos que perpetuam estereótipos visuais sobre um determinado lugar, explica que o mercado frequentemente recorre a clichês visuais e estereótipos em vez de buscar representações autênticas de culturas não ocidentais. Isso ocorre devido à falta de conhecimento geográfico e à pressão para seguir o que já foi feito para evitar riscos comerciais. Ele destaca a necessidade de designers e editores se envolverem em conversas sobre a singularidade de cada livro e resistirem à tentação de usar imagens simplistas e ofensivas. Para o designer, “existem os problemas profundamente enraizados de atitudes pós-coloniais e orientalistas. Estamos confortáveis com essa imagem visual da África porque é segura. Ela representa o “outro” de uma maneira fácil de entender e há uma forte tentação de seguir um caminho que já foi trilhado”, diz ele. “Se alguém se arrisca e tenta algo diferente, e o livro não vende, você sabe a quem culpar: a pessoa que não colocou a árvore de acácia na capa” (Silverberg, 2014, para. 6). Mendelsund aconselha os designers a iniciarem esse diálogo com os responsáveis pelo projeto do livro. Iniciar essa conversa e desafiar o *statu quo* com relação as imagens que são publicadas é uma maneira de decolonizar o Design.

Quando trabalhamos em um projeto relacionado a uma cultura desconhecida, é essencial realizar uma pesquisa aprofundada, conversar com pessoas locais e compreender o contexto histórico. Essa fase de investigação é uma etapa importante no desenvolvimento de um livro e pode, muitas vezes, ser auxiliada pelo *briefing* fornecido pela editora. O objetivo da capa do livro é traduzir visualmente a narrativa, e para isso, é essencial que os designers tenham ao menos uma compreensão básica do tema antes de iniciar o processo criativo.

Djamila Ribeiro (2017), ao falar sobre representatividade e sobre dar espaço para grupos minoritários se expressarem para além do que é esperado deles, questiona se, quando existe um espaço para uma mulher travesti negra falar, é permitido que ela possa dialogar sobre economia, astrofísica ou outros assuntos de interesse, ou se esse espaço só permita que ela fale sobre temas referentes ao fato de ser uma travesti negra (Ribeiro, 2017). Essa mesma discussão é muito relevante no âmbito da literatura e principalmente do Design. Autores negros não precisam escrever apenas sobre racismo, do mesmo modo que capistas negros não precisam desenvolver capas apenas para autores negros ou sobre temáticas raciais.

Pessoas brancas geralmente não são racializadas, pois a branquitude é vista como a “norma”. Elas podem refletir sobre o racismo, enquanto pessoas negras o vivenciam diariamente. De qualquer forma, pessoas brancas são beneficiadas pelo racismo estrutural, enquanto pessoas negras enxergam o mundo através desse prisma desde o nascimento. Como disse Rosane Borges, para a matéria *O que é lugar de fala e como ele é aplicado no debate público*, pensar no lugar de fala é uma postura ética, pois “saber o lugar de onde falamos é fundamental para pensarmos as hierarquias, as questões de desigualdade, pobreza, racismo e sexismo” (Borges, 2017 como citada em Ribeiro, 2017, p. 83). Não temos controle sobre a sociedade racista e o sistema dominante que existem há séculos, mas podemos mudar a forma como pensamos, produzimos e agimos. Essas mudanças refletem em nossa vida acadêmica, nas relações interpessoais e em nossa profissão.

3.

ESTEREÓTIPOS VISUAIS NAS CAPAS DE LIVROS

O terceiro capítulo: “Estereótipos Visuais nas Capas de Livros” analisa como elementos visuais influenciam na percepção e recepção de capas. Inicialmente, explora-se o conceito de estereótipos através de estudos culturais e da semiótica visual, demonstrando como as imagens nas capas podem evocar associações específicas. Em seguida, a tipografia é analisada, mostrando como diferentes fontes podem transmitir mensagens e reforçar simbologias. A percepção cultural das cores é investigada para entender como diferentes culturas interpretam cores de maneiras distintas, influenciando o Design das capas. Por fim, examina-se a seleção e o uso de imagens, destacando como elas comunicam significados complexos e podem desafiar estereótipos.

3.1 O QUE SÃO ESTEREÓTIPOS, ESTUDOS CULTURAIS E SEMIÓTICA VISUAL

O termo “estereótipo” tem origem em uma imagem preconcebida e repetidamente reproduzida. A etimologia da palavra “estereótipo” vem do grego. “Stereós” significa sólido, rígido, e “typos”, tipo, remonta à impressão. Para Hall (2016), estereotipado significa “reduzido a alguns fundamentos fixados pela natureza, a umas poucas características simplificadas” (p. 173). Em seu TED Talk intitulado *O Perigo de Uma História Única* (2009), Chimamanda Ngozi Adichie explica que, ao se perpetuar repetidamente apenas uma versão de uma história, ela se torna a representação dominante. Para a autora, uma única história dá origem a estereótipos, e o problema reside no fato de esses estereótipos não necessariamente serem falsos, mas incompletos. Eles reduzem várias narrativas a apenas uma. Ao abordar os perigos de uma narrativa única em relação ao continente africano, Chimamanda destaca que

A África é um continente repleto de catástrofes. Há as enormes, como as terríveis violações no Congo. E há as depressivas, como o fato de 5.000 pessoas candidatarem-se a uma vaga de emprego na Nigéria. Mas há outras histórias que não são sobre catástrofes. E é muito importante, é igualmente importante, falar sobre elas. (2009, 13:16 minuto, tradução própria)²³.

23 “Africa is a continent full of catastrophes: There are immense ones, such as the horrific rapes in Congo and depressing ones, such as the fact that 5,000 people apply for one job vacancy in Nigeria. But there are other stories that are not about catastrophe, and it is very important, it is just as important, to talk about them.” (Adichie, 2009, 13:16 minuto)

A linguagem atua como um sistema de representação essencial na construção do sentido. Palavras, sons e imagens, que são signos, carregam significado e representam conceitos e relações em nossas mentes. Esses signos formam os sistemas de significado de nossa cultura. A organização desses signos em linguagens permite traduzir nossos pensamentos, facilitando a expressão de sentido e a comunicação de ideias com outras pessoas (Hall, 2016).

Além disso, podemos expressar sentimentos por meio de símbolos e outros elementos visuais. As imagens visuais, que podem ser criadas por diversos meios, também são uma forma de linguagem quando empregadas para transmitir significado. Assim, tanto a linguagem verbal quanto a visual são ferramentas poderosas na comunicação e na construção de sentidos dentro de uma cultura. Quando criamos uma capa de um livro, estamos transcrevendo conceitos para algo tangível. Queremos criar uma capa que tenha relação com a narrativa e que os leitores possam identificar através de representações. A representação, segundo o dicionário Oxford, diz respeito à produção do sentido pela linguagem. “Representar algo é descrevê-lo ou retratá-lo; trazê-lo à tona na mente por meio da descrição, modelo ou imaginação” (Hall, 2016, p. 32). O problema com as representações da nossa imaginação é que elas podem estar enviesadas por nossos conhecimentos prévios e conceitos preconcebidos. Isso pode influenciar as escolhas criativas de maneira não intencional.

Enrique Dussel, em seu texto *Europa, Modernidade e Eurocentrismo* (2005), aborda o eurocentrismo como uma visão regional que se concentra nos fenômenos intraeuropeus, considerando a Europa como o centro da história mundial. Ele critica essa perspectiva eurocêntrica, argumentando que a modernidade deve ser entendida de forma mais ampla e mundial, destacando a necessidade de considerar a diversidade de culturas e a complexidade das relações históricas para uma compreensão mais abrangente da modernidade e da história global. Isso nos ajuda a compreender como os estereótipos podem ser representados em produtos culturais, tendo em vista que, ao colocar a Europa como centro da história e da civilização, existe uma distorção e hierarquização entre culturas. Devemos reconhecer a diversidade cultural e superar estereótipos que

desumanizam e marginalizam outras culturas. Fazendo uma correlação com a marginalização, podemos citar as práticas de *Blackface* retratadas na mídia, em que personagens negros eram representados por meio de técnicas racistas e desumanizadoras.

Com relação a estereótipos produzidos pela mídia, em 2017, de acordo com o jornal O Globo (2017), a marca de roupas brasileira Farm produziu uma estampa para uma de suas coleções, nomeada “Rua do Mar”, que foi acusada pelos clientes de ser racista por representar mulheres negras como escravas na época do Brasil Colonial (Fig. 8). Após as críticas, a marca resolveu tirar a coleção de circulação. José Carlos Angelo da Conceição, ao fazer a denúncia virtual da coleção, explica que “a escravidão aconteceu e ninguém vai conseguir apagar, mas não queremos ver esse período histórico sendo comercializado pela marca. Não queremos nossa imagem reduzida a um estereótipo” (O Globo, 2017, para. 2).



Figura 8
Estampa “Rua do mar”.

André Carvalhal, em seu livro *Como Salvar o Futuro: Ações para o Presente* (2021), relata que trabalhava na empresa Farm quando essa denúncia ocorreu. Ele menciona que, para resolver o problema, a empresa convidou um grupo de mulheres negras para discutir o ocorrido, buscando uma solução que ultrapassasse um simples pedido de desculpas da marca. Após ouvir diversos relatos dessas mulheres, Carvalhal destaca o poder da produção cultural: ela pode ser incrível ou causar danos significativos na vida de alguém. Para ele, essa é a essência das imagens que criamos ou compartilhamos, pois podem tanto reforçar padrões opressores, profundamente enraizados em culturas colonizadoras, quanto libertar-nos (Carvalhal, 2021).

Para corrigir esse problema, é essencial implementar uma etapa de pesquisa antes do lançamento de um produto, permitindo a colaboração de mais pessoas para evitar a repetição de erros semelhantes. Pater (2016) descreve que o estúdio de Design Butterfly Works realiza projetos em muitas culturas diferentes e que o estúdio aprendeu a não projetar sem a etapa de pesquisa e testes. Segundo o autor, eles preferem trabalhar com estúdios de Design locais enquanto organizam o processo. “Para criar os materiais, são feitas muitas iterações, cada uma testada por região e adaptada até que funcionem” (Pater, 2016, p. 103)²⁴. Esse tipo de abordagem poderia ter evitado o prejuízo tanto moral quanto financeiro que a Farm teve ao produzir uma coleção sem, evidentemente, uma etapa tão relevante como uma pesquisa com o público-alvo da marca. Do ponto de vista estrutural, a empresa deveria contar com colaboradores mais diversos no time de criação.

Além das imagens veiculadas pela mídia, os componentes do Design também podem contribuir para a perpetuação de simbologias negativas. Elementos como a escolha tipográfica, a paleta de cores e a composição visual, que serão abordados nas próximas seções, podem influenciar a percepção e a interpretação do público.

24 “To create the designs, many iterations are made, each tested per region and adapted until they work.” (Pater, 2016, p. 103)

3.2 A TIPOGRAFIA DE UMA CAPA E A SUA REPRESENTAÇÃO

A escolha tipográfica de um livro é uma decisão muito relevante para o projeto. Haslam (2010) defende que o “Design de Livros é uma das únicas áreas das artes gráficas que compartilha, juntamente com a Arquitetura, de alguma longevidade: ao escolher uma fonte, o designer estabelece um contato direto com todos os futuros leitores daquela obra” (2010, p. 94). Isso demonstra a importância da escolha tipográfica, tendo em vista que a utilizamos para transmitir ao leitor as informações textuais de um livro.

Há quem defenda a clareza tipográfica em uma capa, como o famoso texto chamado *A taça de cristal ou a impressão deve ser invisível*, escrito em 1930 por Beatrice Warde. Ao defender a naturalidade de uma tipografia, a designer diz que a “tarefa do tipógrafo de livro é erguer uma janela entre o leitor que está dentro da sala e a paisagem, que é composta pelas palavras do autor” (Warde, 2022, p. 52). Em outras palavras, uma fonte deve transmitir uma mensagem, e ela deve estar em primeiro plano. Assim, a fonte deve ser funcional, legível e neutra. Warde (2022) defende que toda tipografia de qualidade é modernista, e Haslam sustenta que o modernismo foi um movimento que buscou uma neutralidade visual, justificando essa perspectiva (Haslam, 2010).

A neutralidade tipográfica é um conceito que pode ser debatido e questionado quanto ao seu verdadeiro significado. Mesmo os defensores da neutralidade visual de um elemento gráfico devem reconhecer que cada escolha carrega um significado subjacente. A neutralidade no Design pode, mesmo sem intenção, apagar ou silenciar outros saberes. Para Ramon Tejada (2021), o que chamamos de Design é uma construção do século XX, codificada a partir de uma perspectiva da Europa Ocidental. Ela representa ideias tradicionais e conservadoras, como hierarquia, autoridade, especialização, habilidades fundamentais e universalidade. O autor defende que Design é muito singular, e devemos nos questionar o que é considerado “bom Design” e a quem ele privilegia (Tejada, 2021).

Seja neutra ou não, a tipografia passará uma mensagem ao leitor. Haslam (2010) defende que várias questões podem ser consideradas ao escolher um tipo de letra para um livro: seu conteúdo, sua origem, o período em que foi escrito, seus antecedentes históricos, seu público-alvo, a possibilidade de publicação em outras línguas, a legibilidade prática, a variedade de pesos, versaletes ou frações disponíveis na fonte, além dos custos de produção estimados.

Com relação à importância da tipografia de uma capa, ela pode ter um papel principal em uma capa de livro, como as chamadas capas tipográficas (Fig. 9). Esse estilo usa as informações textuais como elementos principais, ocupando mais espaço na composição. Entretanto, ela também pode ser usada de maneira secundária, dando mais destaque à imagem de capa. São estilos de capas diferentes, e essa escolha criativa pode vir em um *briefing* ou pode partir do designer no desenvolvimento projetual.



Figura 9
Capas criadas por David Pearson para o volume 1 da série 'Great Ideas' da Penguin Classic.

As letras podem ser utilizadas como uma textura na capa de um livro, criando estampas ou ilustrando imagens. Um exemplo é a capa de *O Homem Nu*, do autor Fernando Sabino, desenvolvida pela designer brasileira Bea Feitler (Fig. 10). Nessa capa, as letras são habilmente aplicadas para dar forma a uma figura humana, demonstrando a criatividade e o impacto visual que a figura das letras proporcionam. A tipografia em capas de livros não só cumpre uma função informativa, como também enriquece a estética e a identidade visual da obra.



Figura 10
Capa do livro *O homem nu*, criada pela designer Bea Feitler.

Existem diversos estilos de fontes com diferentes classificações para escolher ao projetar uma capa, como as fontes com serifa, sem serifa, *slab*, *display*, *script*, entre outras classificações mais generalistas. No entanto, em alguns catálogos disponíveis on-line, há a opção de selecionar uma fonte mais customizada, como as chamadas fontes "étnicas". A função de uma fonte étnica é representar certas etnias através de suas características visuais e contextuais, incorporando elementos culturais específicos, como formas, ornamentos e estilos caligráficos que remetem a tradições gráficas de determinadas culturas. A tipografia étnica pode ser usada para evocar uma sensação de autenticidade cultural e identidade, contribuindo para a comunicação visual de uma mensagem que se alinha com as tradições e valores da etnia representada. Por exemplo, fontes inspiradas na caligrafia árabe, nos caracteres chineses ou nos padrões africanos

podem imediatamente sugerir uma conexão com essas culturas, mesmo para aqueles que não são familiarizados com as nuances específicas da linguagem escrita.

Entretanto, é importante ressaltar que o uso de fontes étnicas pode ser desrespeitoso e estereotipado. Quando uma tipografia é utilizada fora de seu contexto cultural original de maneira superficial ou caricatural, pode reforçar estereótipos negativos e simplificar indevidamente a complexidade de uma cultura. A apropriação indevida de elementos culturais na tipografia pode resultar em representações carregadas de preconceito, subestimando o significado profundo que essas formas tipográficas podem ter (Carvalho, 2023).

De acordo com Pater (2016), “às vezes, uma tipografia não é explicitamente étnica, mas passou a significar certas etnias devido ao seu uso histórico” (p. 42, tradução própria)²⁵. Isso ocorre quando determinados estilos tipográficos são repetidamente associados a uma cultura ou grupo étnico em particular ao longo do tempo, criando uma ligação perceptual forte entre a forma da letra e a identidade cultural, como na Figura 11. Pater (2016), ao explicar sobre fontes étnicas “africanas”, defende que

25 “Sometimes typography is not explicitly ethnic, but has grown to signify certain ethnicities through its historic use.” (Pater, 2016, p. 42)

26 “It is clear that the Design is not based on what actual African culture or African typography has to offer, but reflects merely the designer’s imagination of what ‘African’ looks like. This reduces the historic and contemporary art of an entire continent to a colonial stereotype.” (Pater, 2016, pp. 44-45, tradução da autora)

O Design não se baseia no que a cultura africana real ou a tipografia africana têm a oferecer, mas reflete apenas a imaginação do designer sobre como o ‘africano’ deveria parecer. Isso reduz a arte histórica e contemporânea de um continente inteiro a um estereótipo colonial. (Pater, 2016, pp. 44-45)²⁶.

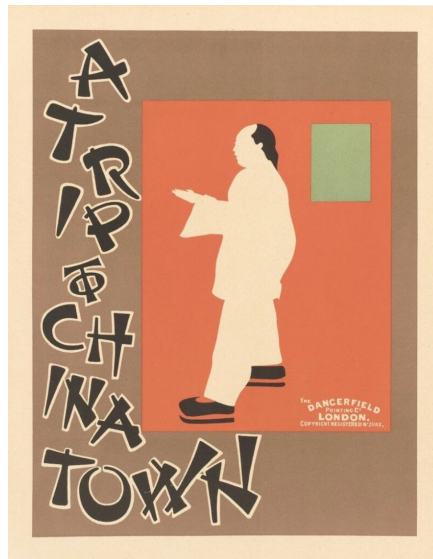


Figura 11
Pôster criado por William Nicholson e James Pryde (Beggarstaffs, 1899) para a peça de teatro *A Trip to Chinatown*.

As fontes chamadas Neuland e Lithos (Figs. 12 e 13) tornaram-se clichês tipográficos para textos e publicações afro-americanas, bem como para a antropologia africana e *marketing* de filmes considerados “exóticos ou aventureiros”, como *Jurassic Park* e *O Rei Leão*. A fonte Neuland, desenhada por Rudolf Koch em 1923, foi inicialmente usada na Alemanha para a composição de bíblias e outros livros, mas, nos Estados Unidos, foi associada a produtos da “classe baixa”, como a sua utilização em embalagens da indústria do tabaco. Dessa forma, “neuland se tornou um estereótipo no Design de Produtos para o mercado afro-americano e representações da cultura afro-americana até os anos 1990” (Pater, 2016, pp. 43-44).

Figura 12
“Neuland” poster, criado por Rudolf Koch’s.

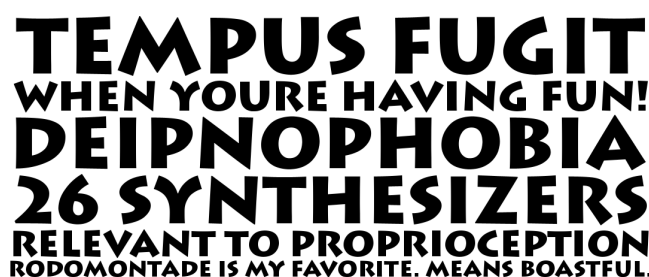


Figura 13
Fonte Lithus, da empresa Monotype Imaging.

Há também, erroneamente, a atribuição de gênero a uma fonte, como se ela pudesse ser classificada como feminina ou masculina. Além de trazer uma binariedade que não se encaixa mais no cenário atual, tendo em vista que muitas culturas e sociedades reconhecem uma variedade de identidades de gênero além do masculino e feminino, essa ideia atribui certas características equivocadas a um determinado gênero. A designer e pesquisadora Marie Boulanger (Englefield, 2021), em sua tese chamada *XX, XY: Sex, Letters and Stereotypes*, explica que tipografia pode ser usada como uma ferramenta perigosa para consolidar camadas de estereótipos transmitidos através de todos os componentes do Design, como tipo, cor e layout, quando não deveria ser. Boulanger ressalta que letras “ousadas e confiantes” são frequentemente associadas à masculinidade, enquanto a tipografia “delicada e ornamental” costuma ser vista como algo feminino.

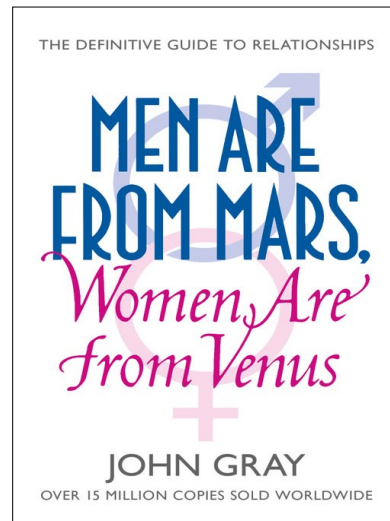


Figura 14
Capa do livro *Men are from mars, Women are from Venus*, publicada pela editora HarperCollins em 2002.

Suw Charman-Anderson (2017), em seu artigo chamado *Is your website accidentally sexist?*, defende que a tipografia conta uma história:

Os estudos mostram que fazemos julgamentos consistentes sobre se uma tipografia é masculina ou feminina: A tipografia masculina tem uma forma quadrada ou geométrica com cantos e bordas rígidos. Fontes com serifa também são consideradas masculinas, assim como o tipo negrito e as letras em caixa alta. A tipografia feminina favorece linhas finas, formas curvas ou fluídas com muita ornamentação e enfeites, e letras inclinadas. Fontes sem serifa, cursivas e manuscritas são vistas como femininas, assim como as letras em caixa baixa. (Charman-Anderson, 2017, para. 3, tradução própria)²⁷.

27 “Studies show that we make consistent judgements about whether a typeface is masculine or feminine: Masculine typography has a square or geometric form with hard corners and edges. Serif fonts are also considered masculine, as is bold type and capitals. Feminine typography favours slim lines, curling or flowing shapes with a lot of ornamentation and embellishment, and slanted letters. Sans-serif, cursive and script fonts are seen as feminine, as are lower case letters.” (Charman-Anderson, 2017, para. 3)

Boulanger (Englefield, 2021) defende que a tipografia é uma ferramenta muito poderosa e que depende dos designers e especialistas compreender o seu uso e estar atentos ao impacto de suas escolhas. Cada decisão tipográfica carrega consigo a capacidade de evocar emoções, transmitir mensagens e moldar percepções. Afinal, uma tipografia bem selecionada e aplicada pode transformar uma mensagem comum em uma experiência visual memorável, enquanto um uso inadequado pode distorcer a intenção e a clareza do conteúdo. A tipografia não é apenas uma questão estética, mas uma ferramenta estratégica de comunicação que deve ser escolhida com consciência. Assim como a tipografia, as cores, que serão abordadas na seção seguinte, desempenham um papel fundamental na comunicação visual e na percepção cultural.

3.3 A PERCEPÇÃO CULTURAL DAS CORES

Por necessidade, os livros sobre cor sempre estiveram na vanguarda da tecnologia de impressão. Quanto mais realista fosse a reprodução de imagens coloridas na página, melhor a teoria da cor poderia ser ilustrada com exemplos ricos e persuasivos. No entanto, levaram séculos para alcançar essa precisão. Após Johannes Gutenberg (c. 1400-68) adaptar a tecnologia de impressão chinesa e inventar uma prensa que utilizava tipos móveis de metal em vez de blocos de madeira, as cores desapareceram das páginas à medida que os livros começaram a ser reproduzidos de forma automatizada. “Enquanto os manuscritos iluminados deslumbravam os leitores com o uso abundante de cores como carmesim, ultramarino e açafrão em suas ilustrações feitas à mão, os livros impressos não conseguiam reproduzir essas cores complexas em grande escala” (Parkinson, 2023, p. 192).

A cor impressa era inicialmente aplicada apenas nas iniciais dos textos. Nos primeiros livros impressos, eram usadas cores sólidas para áreas discretas e contínuas, com letras capitais em chumbo impressas em uma cor diferente, imitando os manuscritos que estavam sendo substituídos. Por exemplo, o Saltério de Mainz de 1457, segundo livro a ser impresso após a Bíblia de Gutenberg, usava tinta preta, azul e vermelha. Letras capitais vermelhas e azuis no início de cada página eram impressas com blocos de madeira separadamente entintados, distintos do tipo móvel usado para o texto principal.



Figura 15
O Saltério de Mainz de 1457.

A litografia, método inventado em 1796 por Alois Senefelder (1771-1834), permitia que marcas desenhadas em uma laje de pedra calcária fossem transferidas para a página. Muitas ilustrações monocromáticas de livros do século seguinte adotaram essa técnica. A cor no papel começou a prosperar após 1837, quando Godefroy Engelmann (1788-1839), um impressor franco-alemão, combinou o processo de quatro cores de Le Blon com a litografia de Senefelder e patenteou a técnica como “cromolitografia”. Nesse método, diferentes cores eram sobrepostas em sequência, mas uma pedra separada era necessária para cada uma. Foram necessários mais cem anos de desenvolvimento para aprimorar a invenção de Le Blon (Parkinson, 2023).

A escolha da paleta cromática em um projeto editorial pode evocar sentimentos e sensações distintas nos leitores. As cores exercem uma influência direta sobre as

28 “It is more likely that the culture context or upbringing and personal preferences influence are interpretation of color more than anything else.” (Pater, 2016, p. 74)

emoções, despertando diferentes respostas que são, em parte, moldadas pela cultura. “É mais provável que o contexto cultural, a criação e as preferências pessoais influenciem nossa interpretação da cor mais do que qualquer outra coisa” (Pater, 2016, p. 74, tradução própria)²⁸. Dessa forma, a interpretação das cores é subjetiva e varia de acordo com o contexto e cultura de cada pessoa. Heller (2014) ressalta que a relação entre cores e sentimentos não é aleatória nem apenas uma questão de gosto pessoal; ao contrário, é uma experiência compartilhada que se desenvolve desde a infância e se integra profundamente em nossa linguagem e pensamento.

Nossas percepções sobre as cores são culturalmente construídas e reforçadas. Tradicionalmente, associamos rosa ao gênero feminino e azul ao masculino, uma prática que começou a ser estabelecida após a Primeira Guerra Mundial. Na época, lojas de departamentos nos EUA notaram que associar cores específicas aos produtos para bebês poderia aumentar as vendas. Inicialmente, rosa era associado aos meninos e azul às meninas. Contudo, pesquisas de *marketing* na década de 1940 sugeriram uma inversão dessas associações, estabelecendo o rosa como cor feminina e o azul como cor masculina. Como as crianças só desenvolvem consciência de gênero por volta dos 6 ou 7 anos, Pater (2016) argumenta que expor as crianças a essas associações desde cedo cria uma visão artificial de gênero. Isso ilustra como essas associações, embora não intrínsecas às cores, se tornaram parte de nossa linguagem cultural devido às estratégias de *marketing*.

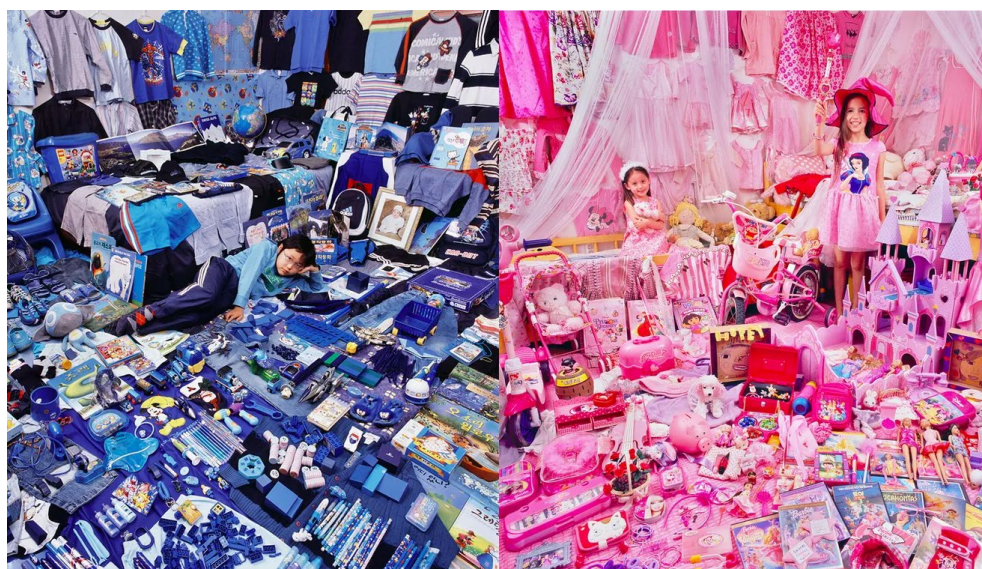


Figura 16
Projeto desenvolvido pela artista JeongMee.

Dependendo de sua aplicação, as cores podem carregar preconceitos. Na teoria das cores baseada na luz, o branco é visto como a inclusão de todas as cores, enquanto o preto sugere a ausência de luz. Essa dicotomia é historicamente observada no simbolismo das cores e tem conotações religiosas: o branco é associado à pureza, luz e bondade, enquanto o preto é frequentemente relacionado à escuridão, maldade e sombra.

Para Pater (2016), esses significados estão intrinsecamente ligados ao racismo, uma vez que não existe uma pessoa literalmente da cor branca ou preta. O uso da designação “branco” pelos europeus coincidiu com o período em que africanos eram escravizados. A categorização dos africanos como negros e dos europeus como brancos estabeleceu uma hierarquia racial que serviu para legitimar a exploração e a escravidão. Embora essa dicotomia entre o bem e o mal, representada pela oposição entre branco e preto, possa ocorrer de maneira inconsciente, ela ainda permeia nossa linguagem visual. Reforçar esses estereótipos na comunicação visual seria, portanto, uma continuação das ideias coloniais sobre as relações raciais.

Com relação ao Design de capas, algumas cores já estão intrinsecamente associadas com o seu gênero literário. As cores desempenham papéis distintos em uma capa de livro, podendo ser o componente principal ou secundário. Heller (2014) afirma que o

“contexto é o critério que irá revelar se uma cor será percebida como agradável ou não” (2014, p. 18). Em uma coleção em que as capas compartilham uma arte semelhante, as cores assumem o papel de diferenciar os livros entre si, promovendo coesão visual. Isso é evidente na coleção de livros da autora Angela Davis, publicados pela editora Boitempo (Fig. 17), em que as cores são habilmente empregadas para distinguir cada obra dentro de uma série de livros.

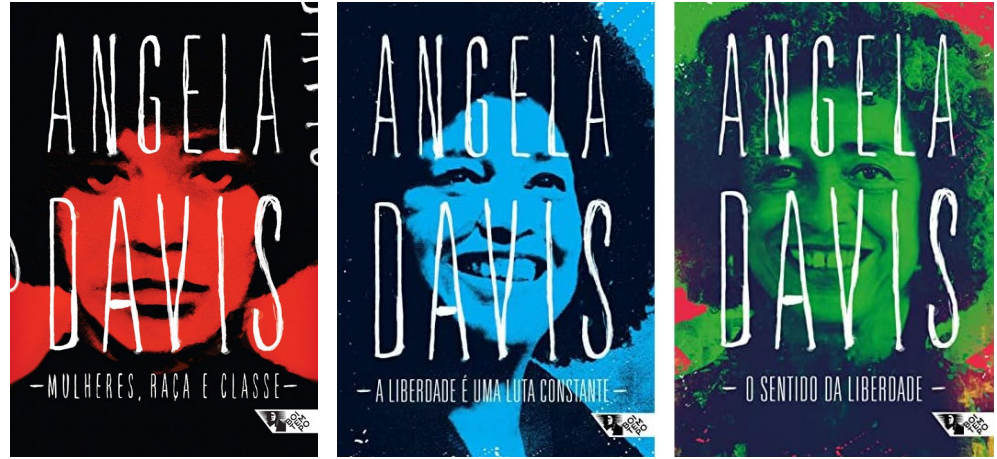


Figura 17
Capas dos livros *Mulheres, Raça e Classe* (2016), *A Liberdade é uma Luta Constante* (2018) e *O Sentido da Liberdade* (2022), publicadas pela editora Boitempo.

As cores podem ter uma simbologia muito forte nas capas, cuja escolha é subjetiva. Elas representam uma variedade de emoções, e, por vezes, a justificativa para seu uso pode ser mais aleatória. No entanto, em certos projetos, as cores fazem referências literais aos títulos das obras, reforçando-os. Nesse caso, elas são empregadas para sustentar a simbologia do título da obra. Por exemplo, no livro *The Color Purple*, de Alice Walker, muitas edições utilizam o roxo para criar uma associação direta com o título, potencializando sua mensagem (Fig. 18).



Figura 18
Capas do livro *The color purple*, de Alice Walker.

As cores também podem ser escolhidas de acordo com outros elementos de caracterização de um lugar, como a simbologia das bandeiras. A bandeira tem sido o símbolo mais proeminente de identidade nacional, e uma nova bandeira frequentemente marca uma revolução ou uma mudança política. As bandeiras têm origem militar e eram usadas para identificar unidades militares nas legiões romanas. Cores semelhantes, como o vermelho (sangue derramado pela independência), são comuns em muitas bandeiras. A combinação vermelho, branco e azul é frequentemente usada, simbolizando o domínio sobre o céu ou mar. Bandeiras de países africanos geralmente apresentam vermelho, preto e verde, seguindo a bandeira Pan-Africana de 1920, representando respectivamente o sangue pela libertação, o povo africano e a riqueza natural do continente. (Pater, 2016). Podemos observar essas cores sendo utilizadas

na primeira versão da capa do livro *Things fall apart*, publicado em 1958 pelo autor nigeriano Chinua Achebe (Fig. 19).



Figura 19
Primeira versão da capa de *Things fall apart*, publicada em 1928.

Diferentemente da bandeira de um país, existem também as bandeiras utilizadas para representar uma identidade, como a bandeira LGBTQIAP+. Enquanto a bandeira de um país é um símbolo de identidade e soberania nacional, regulamentada por leis e usada em contextos oficiais, a bandeira LGBTQIAP+ representa um símbolo de orgulho e luta por direitos, celebrando a diversidade e a inclusão dentro da comunidade. Após uma pesquisa de capas de livros com temática *queer*, percebe-se como essa paleta cromática pode ser aplicada na identidade visual, como na coleção de livros da autora Juno Dawson, que utiliza as cores oficiais da bandeira LGBTQIAP+ e as cores da bandeira Transexual (Fig. 20).

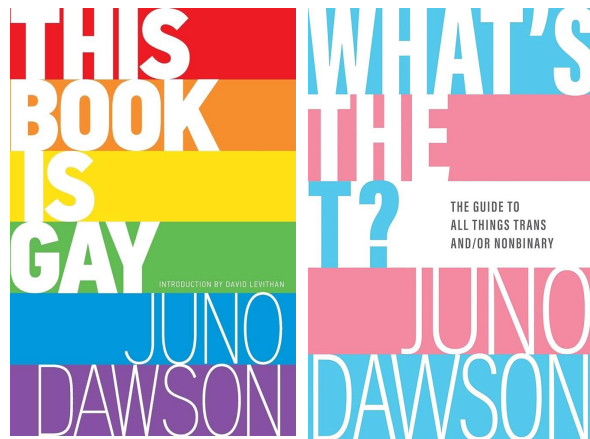


Figura 20
Capas dos livros *This book is gay* (2014) e *What's the t?* (2021), publicadas pela Editora Hot Key Books.

Em suma, é evidente que as cores podem ter várias associações culturais e que seu contexto influencia significativamente o significado atribuído a elas. As cores podem ser escolhidas para uma capa de livro por diversos motivos, algumas vezes de forma direta e outras vezes de maneira mais subjetiva. Elas podem estabelecer uma conexão com o título, o gênero literário, a diferenciação de outros livros em uma coleção, ou até mesmo com uma bandeira, entre outras escolhas cromáticas definidas durante o processo de criação e desenvolvimento da capa. Assim como as cores e a tipografia, as imagens, que serão abordadas na próxima seção, também geram significados subjetivos ou sugestivos, dependendo do contexto e da mensagem que desejam transmitir.

3.4 AS IMAGENS E SEUS SIGNIFICADOS

Para Stuart Hall, “a mídia produz amplos efeitos na sociedade, relacionados a um determinado tipo de poder que se exerce no processo de administração da visibilidade pública midiático-imagética” (Hall, 2016, p. 11). Com relação ao poder da produção cultural, a mídia sempre foi uma ferramenta muito poderosa na perpetuação de estereótipos. O uso de estereótipos de pessoas negras na representação popular era tão comum que os cartunistas, ilustradoras e caricaturistas conseguiram reunir toda uma gama de “tipos negros” com apenas alguns traços simples e essencializados (Hall, 2016). Na representação popular do século XX, pessoas negras foram representadas de maneira degradante e caricaturada. As capas da revista brasileira *Para Todos*, comercializada entre 1918 e 1926, apesar de serem referências do estilo Art Déco e ainda muito admiradas artisticamente, revelam como as caricaturas eram aplicadas para representar pessoas negras, com feições exageradas e traços marcantes.

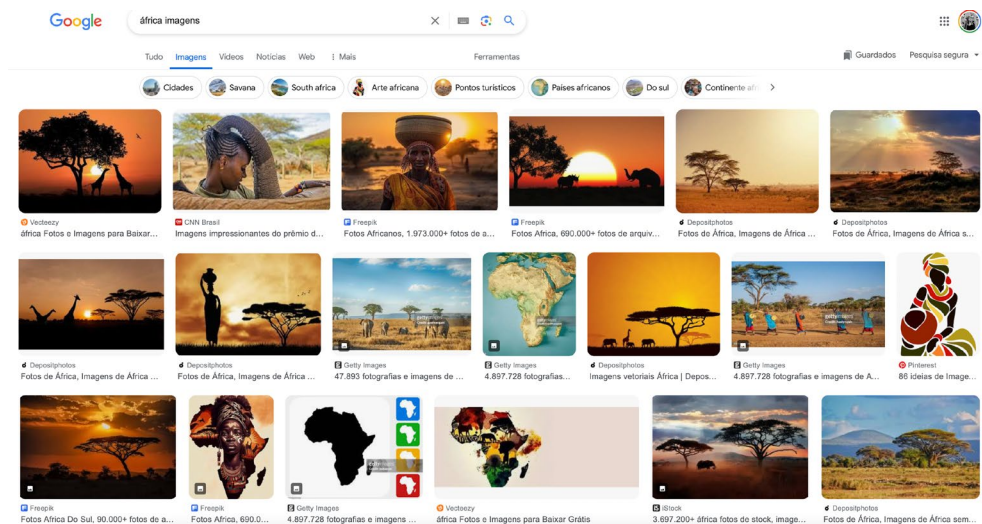


Figura 21
Capas das revistas *Para todos*,
ilustradas por José Carlos.

Embora compreendamos que essas ilustrações eram produtos de sua época, quando o racismo ainda era amplamente institucionalizado, não podemos negar que a produção de imagens e a criação de capas frequentemente utilizavam atributos degradantes em suas representações. Um século depois, mesmo com uma maior conscientização, imagens com teor racista e discriminatório ainda são produzidas. Isso demonstra o quanto o Design Gráfico, quando não consciente, pode ser usado como uma ferramenta para propagar e fortalecer preconceitos.

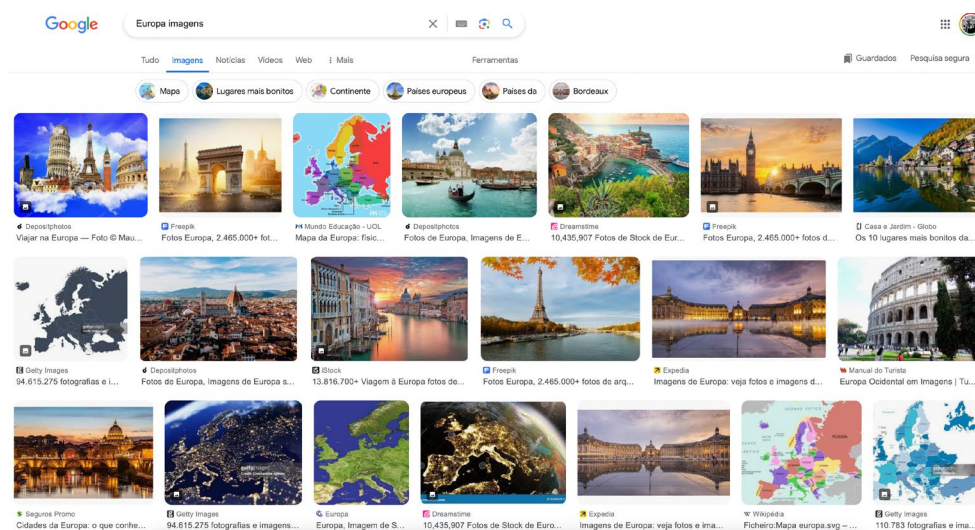
Em relação às percepções errôneas sobre o continente africano, a mídia desempenha um papel crucial na disseminação de, como diz Chimamanda Ngozi Adichie, uma “história única”. Ao pesquisar no Google pelo termo “África imagens”, podemos perceber o compilado imagético que nos é apresentado, conforme a Figura 22. Pensando do ponto de vista da criação de uma capa de livro, não é surpreendente que muitas utilizem esse tipo de imagem para representar visualmente autores oriundos do continente africano. Isso revela como estereótipos visuais são frequentemente perpetuados, moldando e, muitas vezes, limitando a percepção do vasto e diversificado continente africano.

Figura 22
Captura de tela do site de pesquisa www.google.com, fazendo a busca pelos termos "África imagens".



Ao realizar uma pesquisa de imagens sobre diferentes continentes, como o europeu, percebemos uma diferença simbólica no tipo de imagens apresentadas. Embora o continente africano seja frequentemente associado a safáris e vegetação nativa, muitos países africanos são modernos e possuem monumentos famosos. Observamos também que, na pesquisa sobre a África, há uma representação significativa de pessoas africanas com vestimentas tradicionais. Por outro lado, na pesquisa imagética sobre o continente europeu, as primeiras imagens não representam pessoas com vestimentas específicas ou tradicionais.

Figura 23
Captura de tela do site de pesquisa www.google.com, fazendo a busca pelos termos "Europa imagens".



Há uma discussão recorrente no Design de Livros sobre a necessidade de uma capa ser visualmente atraente para ser bem-sucedida. O designer Rodrigo Corral (2020), ao ser questionado se julga um livro pela aparência, afirma que, embora não seja justo julgar algo à primeira vista, pois um livro merece ser descoberto além de sua estética, ele entende que vivemos em um mundo onde não temos o luxo do tempo para examinar tudo. Portanto, é papel do designer continuar reimaginando o que atrairá visualmente o leitor (Victionary Publisher, 2020, p. 109, tradução própria)²⁹. No entanto, um livro bonito é algo subjetivo, já que nossos gostos e preferências são únicos e podem ser determinados por diversas razões que vão além do racional. É importante questionarmos, ao tentar criar uma capa "visualmente atraente", qual o conceito de beleza que estamos considerando e o que o belo significa para o leitor.

Dado o caráter comercial do livro, é importante que ele seja vendido, pois o mercado editorial visa ao lucro. Quando o livro *1984*, de George Orwell, entrou em domínio público, muitas editoras brasileiras publicaram novas edições gráficas (Fig. 24).

²⁹ "I am not sure that it is fair to judge anything at the first sight. Everything deserves the right to be discovered beyond its aesthetics. That said, in today's world, we do not have the luxury of time to examine everything. It is our job (as designers) to keep reimagining what will visually attract." (Victionary Publisher, 2020, p. 109)

Além das questões textuais, como tradução e escolha do prefácio, a decisão de compra passou a ser visual, ou seja, a escolha pela edição mais “bonita”. Felizmente, os leitores puderam encontrar capas para todos os estilos e gostos. Contudo, do ponto de vista do leitor, algumas edições certamente se destacaram mais do que outras, embora isso não seja uma regra fixa, dado o caráter subjetivo do nosso gosto e preferência. Hall explica que, de acordo com James Carey, nem toda comunicação deve ser vista como forma de opressão ou dominação. (...) “Há comunicação para todos os gostos, e, por isso mesmo, a empírica se torna tão importante para os pragmáticos, de modo que a partir dela se possa refletir sobre o contexto no qual cada objeto de análise específico se insere” (Hall, 2016, p. 12).

Figura 24
Novas edições brasileiras
do livro 1984.



Pater (2016) explica que comunicar entre culturas e evitar mal-entendidos é um desafio complexo enfrentado por psicólogos, cientistas da comunicação e antropólogos. As sociedades são diversas e categorizá-las em regiões, países, raças ou religiões pode reforçar certos estereótipos. Para Hall, em toda cultura há sempre uma grande diversidade de significados a respeito de qualquer tema e mais de uma maneira de representá-lo ou interpretá-lo. Além disso, a cultura se relaciona a sentimentos, a emoções, a um senso de pertencimento, bem como a conceitos e a ideias. “Em parte, damos significados a objetos, pessoas e eventos por meio de paradigmas de interpretação que levamos a eles” (Hall, 2016, p. 21).

A alfabetização visual, assim como a verbal, é crucial para compreender as imagens. Por exemplo, enquanto retratos individuais podem ser valorizados de maneira heroica na arte ocidental, em culturas menos individualistas, eles podem ser associados à solidão. Para Hall (2016, p. 144), “são necessários dois discursos - da linguagem escrita e da fotografia - para produzir e ‘fixar’ um significado”. Entretanto, Pater (2016) contrapõe essa ideia explicando que a convenção de que imagem e texto devem trabalhar juntos para criar uma mensagem pode não ser compreendido em todos os contextos culturais. A alfabetização visual, assim como a alfabetização verbal, precisa ser aprendida. Ela é influenciada por nossa experiência, por quantas imagens vimos, mas, acima de tudo, por nosso contexto social-cultural.

4.

ESTUDO DE CASO: AS CAPAS DE CHIMAMANDA

O Capítulo 4 aborda a análise visual das capas dos livros de Chimamanda Ngozi Adichie, investigando como os elementos gráficos são interpretados nas obras da autora. O capítulo inicia com uma apresentação sobre a autora, fornecendo o contexto necessário para a compreensão da sua trajetória profissional e criativa. Em seguida, são descritas as etapas do processo de análise visual, que incluem a sinopse das obras, a paleta cromática, a análise das imagens e a tipografia utilizada. Por fim, são apresentadas as considerações finais, sintetizando as principais descobertas e reflexões deste estudo.

4.1 SOBRE A AUTORA

Chimamanda Ngozi Adichie nasceu em 15 de setembro de 1977 em Enugu, Nigéria. Ela é a quinta de seis filhos de pais igbo. A cidade natal da família é Abba, no Estado de Anambra, mas Chimamanda cresceu em Nsukka, na casa que antes pertencia ao renomado escritor nigeriano Chinua Achebe. Seu pai, James Nwoye Adichie, trabalhou na Universidade da Nigéria em Nsukka, sendo o primeiro professor de estatística da Nigéria e, posteriormente, Vice-Reitor Adjunto da Universidade. Sua mãe, Grace Ifeoma, foi a primeira mulher a ocupar o cargo de registradora na mesma instituição.

Aos dezenove anos, Chimamanda mudou-se para os Estados Unidos para estudar comunicação na Universidade Drexel, na Filadélfia, por dois anos. Em seguida, transferiu-se para a Eastern Connecticut State University, onde se formou em comunicação e ciência política, enquanto escrevia artigos para o jornal universitário, *Campus Lantern*.

Chimamanda graduou-se na Eastern Connecticut State University em 2001. Depois, completou um mestrado em escrita criativa na Universidade Johns Hopkins, em Baltimore. Durante seu último ano na Eastern, Adichie começou a trabalhar em seu romance de estreia, *Hibisco Roxo*, publicado em outubro de 2003. O livro foi bem recebido pela crítica, sendo indicado ao Prêmio Orange de Ficção em 2004 e conquistando o Prêmio dos Escritores da Commonwealth para Melhor Primeiro Livro em 2005. Seu segundo romance, *Meio Sol Amarelo*, ambientado no período da Guerra de Biafra, foi lançado no Reino Unido em agosto de 2006 e nos Estados Unidos em setembro do mesmo ano, e, assim como *Hibisco Roxo*, também foi publicado na Nigéria.

Chimamanda foi bolsista Hodder na Universidade de Princeton durante o ano acadêmico de 2005-2006 e obteve um mestrado em Estudos Africanos na Universidade de Yale em 2008, com a tese intitulada "O Mito da 'Cultura': Esboçando a História das Mulheres Igbo na Nigéria Pré-colonial e Colonial". Em 2011-2012, recebeu uma bolsa do Instituto Radcliffe para Estudos Avançados da Universidade de Harvard, o que lhe permitiu concluir seu terceiro romance, *Americanah*, lançado em 2013 e aclamado pela crítica.



Figura 25

A autora Chimamanda no TED Talk: *O Perigo de Uma História Única* (2009).

Seu trabalho foi traduzido para mais de trinta idiomas. *Hibisco Roxo* conquistou o Prêmio dos Escritores da Commonwealth, e *Meio Sol Amarelo* ganhou o Prêmio Orange em 2006. Seu romance de 2013, *Americanah*, foi laureado com o *National Book Critics Circle Award* e escolhido como um dos Dez Melhores Livros de 2013 pelo *The New York Times*.

Chimamanda foi oradora em duas palestras TED marcantes: *O Perigo de Uma História Única* (2009) e *Sejamos todos feministas* (2012). Esta última gerou uma conversa mundial sobre feminismo e foi publicada como livro em 2014. *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo* foi publicado em março de 2017.

Sua obra mais recente, *Notas Sobre o Luto*, um ensaio sobre a perda de seu pai, foi publicada em 2021. Ela foi nomeada uma das 100 Pessoas Mais Influentes do Mundo pela Revista *TIME* em 2015 e, em 2017, uma das 50 Maiores Líderes do Mundo pela Revista *Fortune*. Chimamanda é membro da Academia Americana de Artes e Letras e da Academia Americana de Artes e Ciências.

4.2 ETAPAS DO PROCESSO DE ANÁLISE VISUAL

Durante o processo de análise das edições dos livros, foram empregadas diversas abordagens analíticas. O processo de coleta e análise de dados constituiu-se em 5 etapas que podem ser revistas na seção sobre Metodologias. Após a coleta do conteúdo, iniciou-se a etapa **2: análise do conteúdo visual**.

Daniela Bracchi (2021) descreve que uma análise é “uma organização verbal escrita que se refere a conceitos, histórias e sensações que nos vêm pelos sentidos, especialmente o visual”. Dessa maneira, escrever e pesquisar sobre a imagem envolve mais do que simplesmente analisar; é um exercício que também requer a formulação de pensamentos, a elaboração de argumentos e a aplicação de técnicas retóricas.

Para começar a organizar as edições compiladas, utilizou-se a plataforma *on-line* Miro, que disponibiliza de forma gratuita um quadro interativo digital, e assim foi possível começar a separar as capas de acordo com as suas edições. Após a organização, utilizou-se a escala de diferencial semântico (DS) com escalas bipolares para compreender os conceitos aplicados nas capas.

A escala DS é amplamente utilizada em pesquisas de mercado e estudos psicológicos, pois fornece dados detalhados sobre percepções subjetivas. Desenvolvida por Charles E. Osgood, George J. Suci e Percy H. Tannenbaum em 1957, é uma técnica de mensuração feita para avaliar percepções e opiniões sobre conceitos, objetos ou eventos, utilizando uma série de adjetivos bipolares, como “bom-mau” e “forte-fraco”. Os adjetivos foram escolhidos por mim, pensando no que seria relevante para o tema da pesquisa, focando em identificar padrões que pudessem, assim, identificar o uso de estereótipos visuais. Os conceitos escolhidos para análise podem ser visualizados na Figura 26. Os adjetivos foram selecionados com o objetivo de validar as análises subsequentes, a fim de compreender como os estereótipos visuais foram utilizados nas edições.

ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÂNTICO		Econômico	Exorbitante
		○3 ○2 ○1 ○2 ○3	
Elegante	Arrojada		
○3 ○2 ○1 ○2 ○3		Minimalista	Excessivo
		○3 ○2 ○1 ○2 ○3	
Lúdico	Sóbrio	Leve	Pesado
○3 ○2 ○1 ○2 ○3		○3 ○2 ○1 ○2 ○3	
Conservador	Moderno	Clássico	Contemporâneo
○3 ○2 ○1 ○2 ○3		○3 ○2 ○1 ○2 ○3	
Descontraído	Profissional	Delicado	Duro
○3 ○2 ○1 ○2 ○3		○3 ○2 ○1 ○2 ○3	
Colorido	Monocromático	Abstrato	Figurativo
○3 ○2 ○1 ○2 ○3		○3 ○2 ○1 ○2 ○3	

Figura 26
Gráfico da Escala de Diferencial Semântico.

A escala DS auxiliou no processo de análise das imagens. A linguagem escrita e a imagem visual se combinam para criar a capa de um livro, e é importante que a imagem reforce a mensagem transmitida. No processo de criação de uma capa, há diversos estilos que podem ser escolhidos, como uma capa tipográfica, em que a tipografia é o elemento principal; uma capa fotográfica, que utiliza fotografias e possui um ar

mais realista; e capas ilustradas, que podem ser pintadas ou desenhadas, entre outras diversas técnicas. Existem inúmeras possibilidades para criar uma capa. Nas capas fotográficas, as imagens podem ter tratamentos de cor diferentes, como capas em preto e branco ou coloridas artificialmente, ou podem ser a própria fotografia sem modificações. As capas também podem trazer diferentes técnicas para seu resultado final, como capas com colagem, que mistura ilustração e fotografia.

Capas de livros biográficos geralmente utilizam imagens fotográficas porque representam fielmente a pessoa a quem o livro se refere. Quando um livro de romance ficcional utiliza uma fotografia realista para representar um personagem (e não o autor), o resultado da capa em si facilita que o leitor imagine o personagem em sua mente. No entanto, é importante não revelar demais, trazendo um certo mistério para a capa e permitindo que o leitor faça o seu próprio exercício de imaginação. Muitas vezes, quando o livro utiliza uma fotografia de um personagem, buscando certas características físicas, perde-se de certa forma a autenticidade e customização que, por exemplo, uma capa ilustrada possui, pois ela foi ilustrada pensando em elementos narrativos da história. A foto de uma pessoa, por exemplo, quando não fotografada especialmente para a capa, acaba sendo mais genérica, o que justifica a vasta quantidade de capas similares no mercado editorial.

A segunda etapa do processo de análise buscou analisar com detalhes as fontes empregadas em cada capa. Os parâmetros de análise foram definidos em: estilo da fonte (serifada, não serifada, *display*, *handwritten/script*, não latina), caixa (alta, baixa, mista), alinhamento (centrado, esquerda, direita, misto), hierarquia (autora destacada, título destacado, igual), tamanho (grande, médio, pequeno), letra estilizada e se a capa pode ser classificada como uma capa tipográfica, onde o estilo da capa é formado predominantemente pelo uso da tipografia.

Fonte:	Caixa:	Alinhamento:	Hierarquia:
■ Serifada	■ Alta	■ Centrado	■ Autor destacado
■ Não serifada	■ Baixa	■ esquerda	■ Título destacado
■ <i>Display</i>	■ Misto	■ Direita	■ Igual
■ <i>Handwritten/Script</i>		■ Misto	
■ Não latina			
Tamanho:	Letra estilizada:	Capa tipográfica:	
■ Grande	■ Sim	■ Sim	
■ Média	■ Não	■ Não	
■ Pequena			

Figura 27
Critérios de classificação tipográfica.

Na terceira etapa, foi analisada a paleta cromática de cada capa. Utilizando a ferramenta de edição de texto InDesign e sua funcionalidade *Color Theme Tool*, gerou-se uma paleta de cores a partir da imagem, destacando as cores mais predominantes das capas. Posteriormente, todas as cores foram agrupadas, permitindo a identificação das tonalidades mais predominantes em cada edição.



Figura 28
Exemplos das análises das paletas cromáticas.

Para escrever a análise descritiva das capas, é importante enfatizar que o objetivo principal é identificar estereótipos visuais que podem ser reforçados de diversas formas através do Design. Foi necessário deixar de lado a opinião pessoal, pois, embora um livro muitas vezes seja julgado pela capa, nossas percepções refletem uma inclinação ou preferência que pode distorcer a avaliação ou o julgamento. A imparcialidade é crucial nesse processo. Embora seja um exercício desafiador, é essencial para garantir a integridade da análise.

Posteriormente, iniciou-se a etapa **4. Análise da Percepção dos Leitores:** foi enviado um formulário de pesquisa para 100 participantes. O público-alvo eram pessoas interessadas em literatura, independentemente de sua profissão, idade, identidade de gênero e nacionalidade. As perguntas da pesquisa foram elaboradas em conjunto com a orientadora e o objetivo da pesquisa era explorar a percepção dos participantes sobre estereótipos visuais presentes no design de capas de livros, além de compreender como esses estereótipos são atribuídos no campo do Design Gráfico.

Na primeira parte da pesquisa, o foco foi em como tipografia, cores e padrões são usados para representar e comunicar conceitos, grupos sociais e ideias de maneira simplificada ou generalizada. A segunda parte analisou a opinião pessoal dos participantes em relação aos próprios livros da autora. Em uma etapa, os participantes tiveram que escolher quais das 10 capas de cada livro melhor refletiam os temas da obra. Em seguida, eles analisaram, de acordo com suas opiniões pessoais, a capa mais atrativa, a capa menos atrativa e a capa mais estereotipada.

Para manter a pesquisa mais dinâmica e estabelecer um padrão entre as edições, foram escolhidas apenas 10 capas de cada obra, com o cuidado de selecionar capas com estilos diferentes entre si. A escolha dos termos "mais atrativa" e "menos atrativa" se deu pelo fato de que o público leitor muitas vezes julga as capas dos livros de acordo com suas preferências pessoais. A ideia foi correlacionar o gosto pessoal com o que os participantes julgam ser uma imagem estereotipada, a fim de entender e relacionar os dados coletados.

4.3 ANÁLISES DAS EDIÇÕES

Hibisco Roxo

Hibisco Roxo (2003) conta a história de Kambili, uma jovem de quinze anos, e seu irmão mais velho, Jaja, que vivem sob a rigidez de seu pai, um poderoso e respeitado homem de negócios e fanático católico. Ao visitarem a carinhosa e ousada tia Ifeoma em seu modesto apartamento, descobrem um mundo totalmente novo: o rico aroma de *curry* que permeia o ambiente, as risadas de seus primos, as flores exuberantes, o respeito às ideias, a liberdade, o amor e a ausência de castigos.

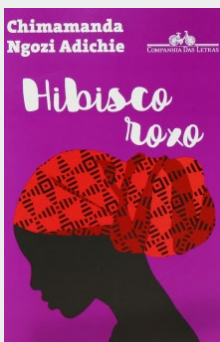
Em *Hibisco Roxo*, ouve-se a voz de uma juventude que rejeita as proibições de sua comunidade. O relato terno, sereno e cativante sobre os laços familiares, a paixão da adolescência e a repressão transcende o cenário de uma Nigéria conturbada, adquirindo um caráter universal. Ao narrar as aventuras e desventuras de Kambili e sua família, o romance apresenta um retrato contundente e original da Nigéria da época, evidenciando os resquícios invasivos da colonização tanto no país quanto, certamente, no restante do continente.

Palavras-chave: Autoritarismo, Liberdade, Família, Religião, Cultura, Resiliência.

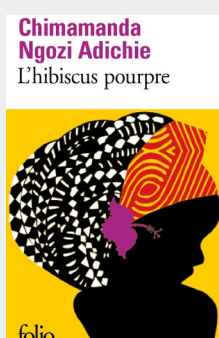
Edições compiladas do livro *Hibisco Roxo*

No total, foram compiladas 34 edições do livro, publicadas em diversos países.

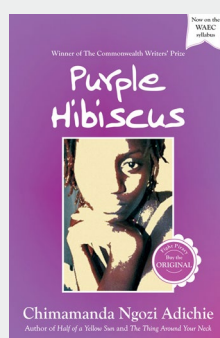
1



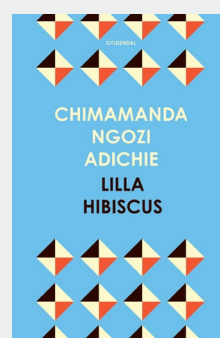
2



3



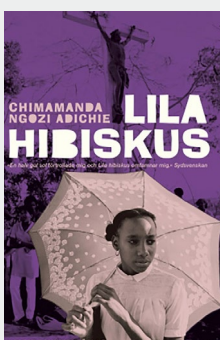
4



5



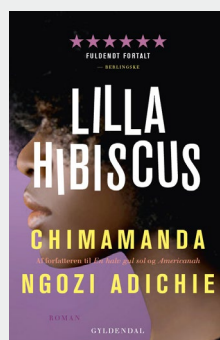
6



7



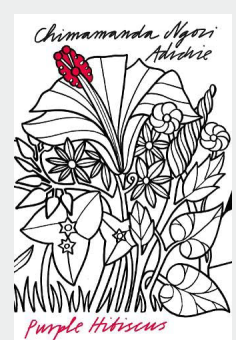
8



9



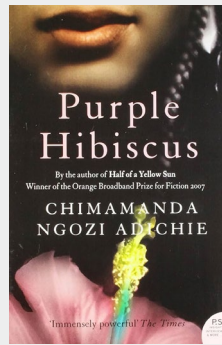
10



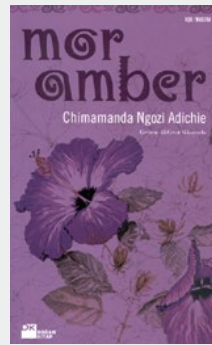
11



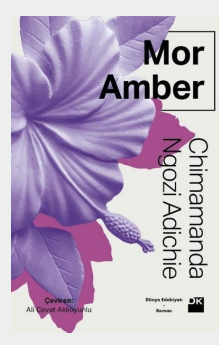
12



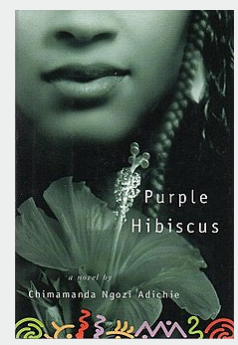
13



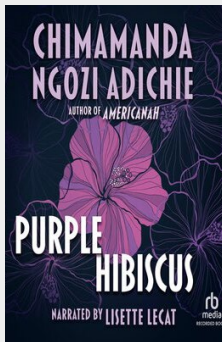
14



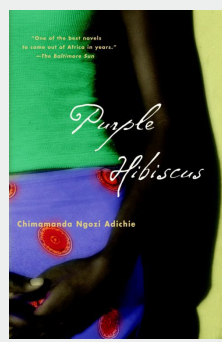
15



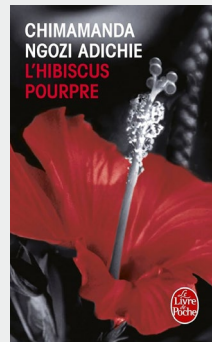
16



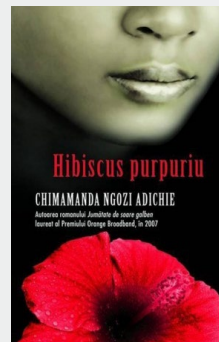
17



18



19



20



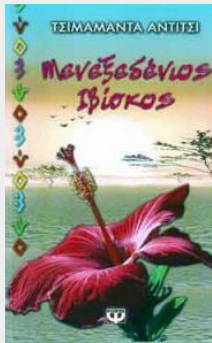
21



22



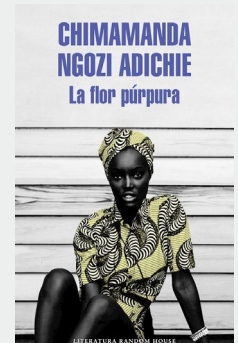
23



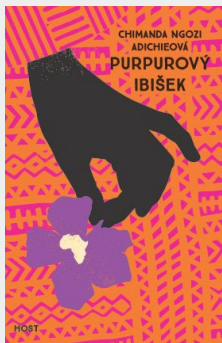
24



25



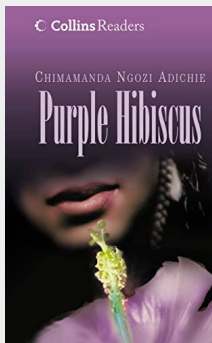
26



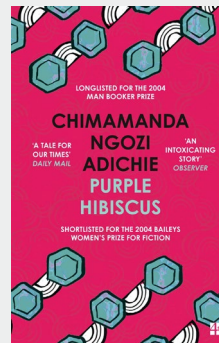
27



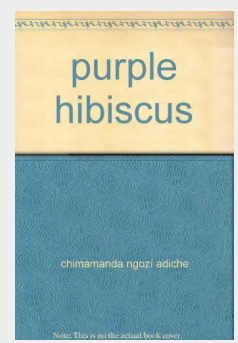
28



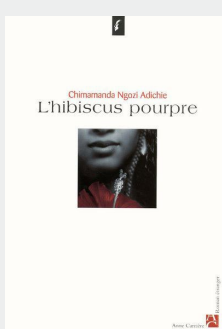
29



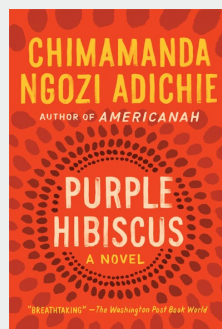
30



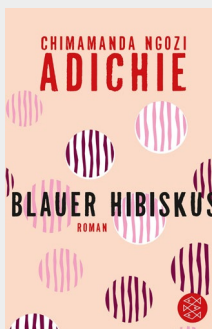
31



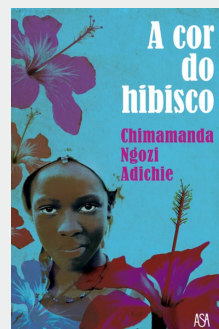
32



33



34



Paleta Cromática



Na análise das cores, já havia inicialmente um indício de que a cor predominante seria o roxo, por fazer uma alusão direta ao título da obra, *Purple Hibiscus*. Conforme mencionado no capítulo sobre cores (pág. 45), quando o título da obra em si contém o nome de uma cor, é esperado que o projeto gráfico tenha, na maioria das vezes, uma referência mais literal à cor mencionada. Dessa maneira, observa-se que as cores mais dominantes são voltadas para os tons de roxo e violeta, conforme pode ser observado na Figura 29.



Figura 29
Compilado de capas de *Hibisco roxo* com predominância da cor roxa.

Entretanto, algumas edições utilizam a flor de hibisco com tons diferentes do roxo, como pode ser observado na Figura 30, onde o hibisco apresenta cores distintas, como rosa e vermelho, não trazendo uma representação literal da cor do título, mas explorando possibilidades diferentes para o Design da capa. No romance, o hibisco roxo é uma flor que cresce no jardim da tia Ifeoma, simbolizando a liberdade, a diversidade e a resistência, em contraste com o ambiente opressivo da casa de Kambili e Jaja, dominada pela rigidez e pelo controle do pai. Nas opções analisadas, este elemento é utilizado não só na cor, mas também na figura em si, sendo que boa parte das edições traz a figura da flor de hibisco.



Figura 30
Compilado de *Hibisco roxo* com predominância das cores rosa e vermelho.

As edições que exploram outras soluções visuais são as que também trazem mais diversidade de tons nas composições, o que explicaria o amplo uso de tons verdes, amarelos e azuis. Não foram identificados estereótipos visuais que poderiam ser reforçados pelo uso da cor. Percebe-se que a grande maioria das edições traz referências diretas à cor do título, o que, por si só, apresenta resultados mais inovadores.

Análise de Imagem

Em livros nos quais a personagem principal é uma mulher negra, observa-se uma recorrência de representações das personagens através do uso de imagens (sejam elas ilustradas ou fotográficas). Ao analisar as capas do livro *Hibisco Roxo*, foi possível compilar diversas edições que se assemelham entre si. Nas capas ilustradas, a figura de Kambili foi ilustrada em quatro edições, compiladas na Figura 31.



Figura 31
Compilado de capas com a representação da personagem principal.

Para trazer mais singularidade para uma capa de livro, deve-se incluir detalhes descritos na narrativa. Observa-se que, em muitas capas, a figura do hibisco foi utilizada. Dessa forma, evita-se o lugar-comum, visto que muitas edições de livros publicados por autores negros ou que possuem uma pessoa negra como personagem principal na narrativa utilizam o recurso da silhueta. A capa 1, na Figura 31, por exemplo, poderia ser usada em outras edições, pois não traz nenhum elemento que seja representativo da obra de maneira mais contextualizada. Apesar de apresentar um turbante com estampas que remetem ao continente africano, o resultado final é mais genérico e a obra poderia facilmente ser confundida com outras edições da própria autora.

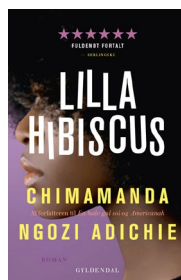
Um compilado (Fig. 32) mostra soluções gráficas muito semelhantes às da edição citada, representando essa repetição visual que pode reforçar certos estereótipos, como a ideia de que todas as capas de autores negros possuem o mesmo tratamento visual. Em suma, é essencial diversificar os elementos visuais para evitar reforçar essas caracterizações visuais.



Figura 32
Compilado de capas que utilizam o recurso visual da silhueta.

Nas capas fotográficas, nota-se uma repetição do uso de uma imagem de uma pessoa negra e do hibisco como elemento gráfico, observada na Figura 33. No entanto, as capas 8 e 25 se destacam por não utilizarem o hibisco, apresentando apenas a imagem da personagem. Na capa 25, o principal elemento é a estampa na vestimenta da personagem, adotando uma abordagem mais genérica em comparação às outras capas. Já a capa 1, com a fotografia de perfil, oferece uma solução visual mais simplista e previsível, que poderia ser facilmente adaptada para outras obras.

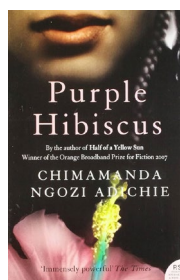
8



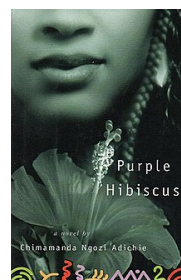
9



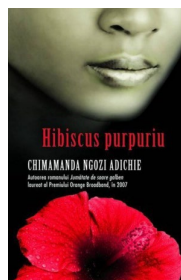
12



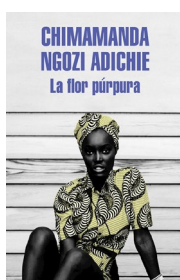
15



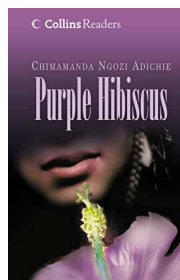
19



25



28



34

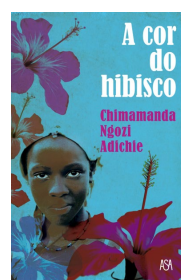


Figura 33

Compilado de capas do livro *Hibisco Roxo* com a personagem principal.

Conclui-se, portanto, que a inclusão de elementos específicos da narrativa e a diversificação das representações visuais nas capas são essenciais para oferecer uma interpretação mais autêntica da obra. A atenção aos detalhes das especificidades de cada história é um passo essencial no processo de desenvolvimento de uma capa para refletir a verdadeira riqueza e complexidade das obras literárias e suas representações.

Análise Tipográfica

Na análise tipográfica das capas, observou-se que a maioria utiliza fontes de estilo não serifado. A predominância da caixa baixa, juntamente com o alinhamento centralizado, é evidente em muitas das edições. O título do livro geralmente recebe mais destaque do que o nome da autora, sendo que, em 17 das 34 edições analisadas, o tamanho da fonte ocupa um espaço médio na capa. Apenas 4 capas no compilado utilizam fontes do tipo *display*, que são mais decorativas e podem por vezes ser mais problemáticas. Além disso, apenas 2 capas são inteiramente tipográficas, sem imagens ou elementos gráficos adicionais na composição.

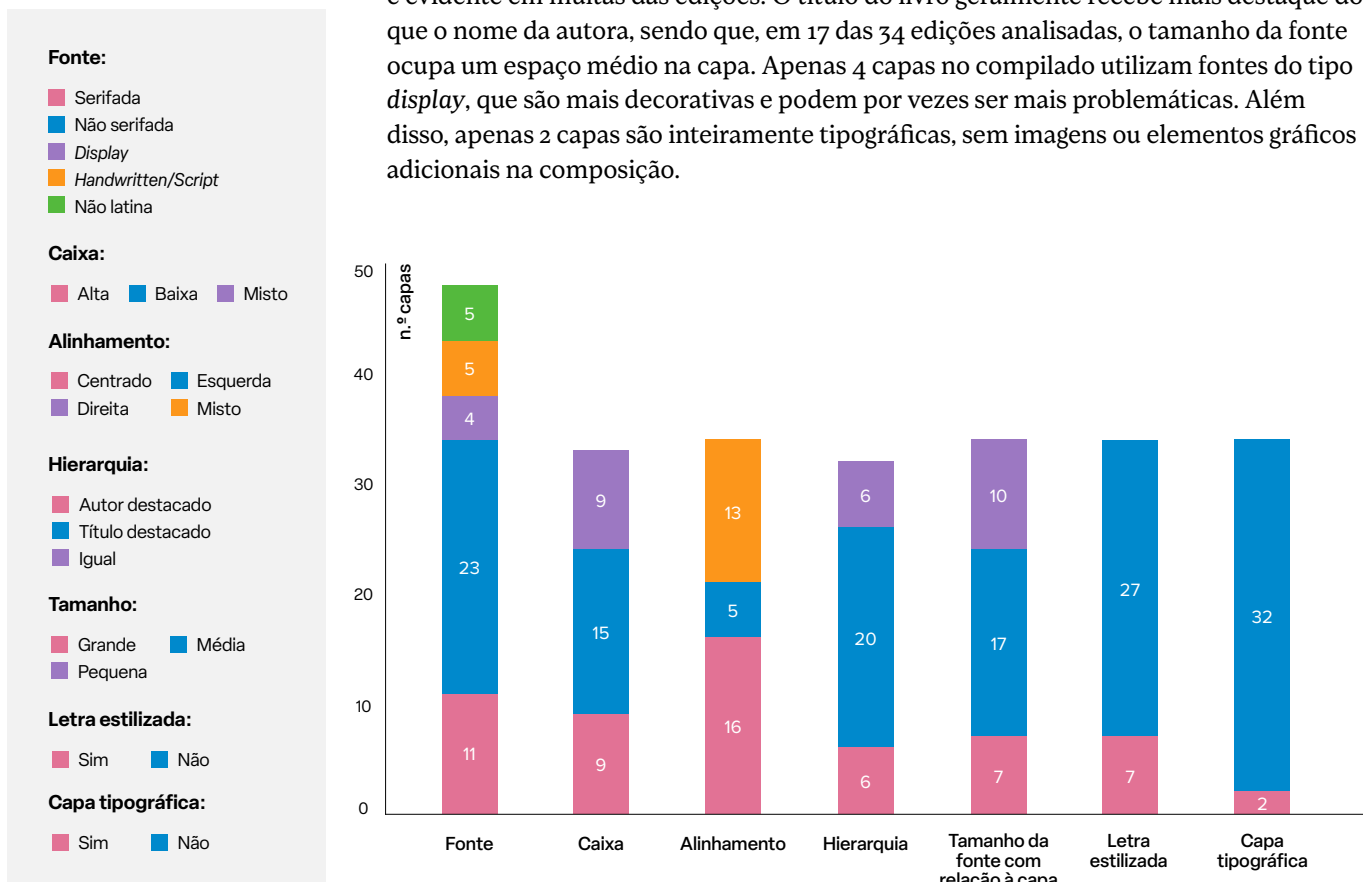


Figura 34

Resultados da análise tipográfica do livro *Hibisco Roxo*.

No que diz respeito à hierarquia das informações, 20 capas destacam o título em relação ao nome da autora. A partir de uma interpretação pessoal, isso ocorre por se tratar do primeiro romance publicado pela autora, o que pode indicar que ela ainda não era amplamente reconhecida no mercado editorial.

Ao analisar as edições, notou-se que as fontes com estilo *display*, *script* ou *handwritten* são as que mais trazem arquétipos visuais. Esses estilos de fonte, com suas formas ornamentadas e características específicas, podem carregar conotações culturais que reforçam visões reducionistas.

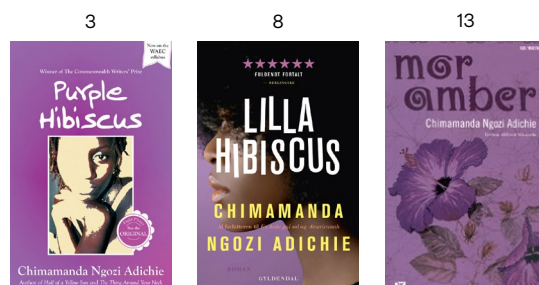


Figura 35

Compilado de capas com fontes *display* e *handwritten*.

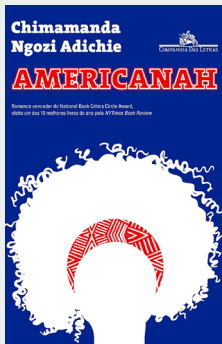
Ifemelu e Obinze são jovens e apaixonados quando abandonam uma Nigéria oprimida pela ditadura militar. Nos Estados Unidos, Ifemelu passa por altos e baixos, inicia e termina relacionamentos, e enfrenta o peso de algo em que nunca pensou em seu país: a raça, apesar de seu sucesso acadêmico. Por sua vez, Obinze mergulha em uma vida perigosa como imigrante indocumentado em Londres. Quinze anos depois, quando se reencontram em uma Nigéria recém-democratizada e reacendem sua paixão - um pelo outro e por sua pátria -, enfrentam a decisão mais difícil de suas vidas.

Palavras-chave: Identidade, Racismo, Imigração, Cultura, Amor, Globalização.

No total, foram compiladas 32 edições do livro, publicadas em diversos países.



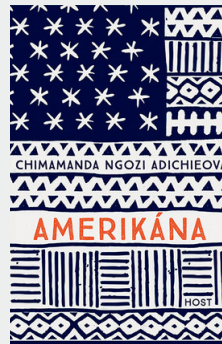
16



17



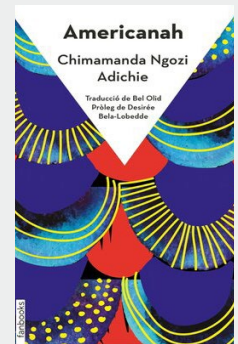
18



19



20



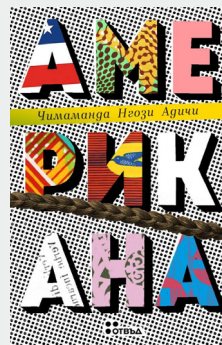
21



22



23



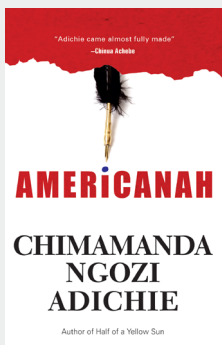
24



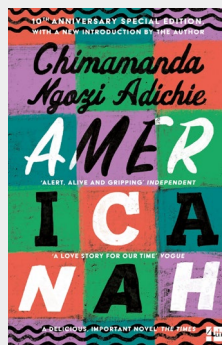
25



26



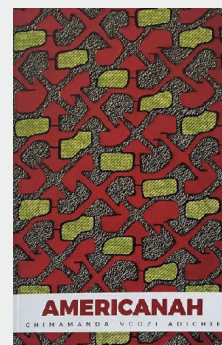
27



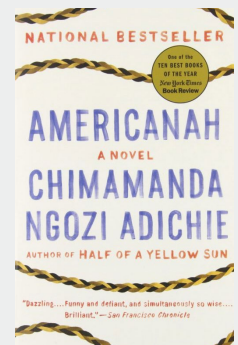
28



29



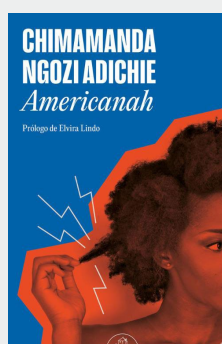
30



31



32



Paleta Cromática



Americanah é um romance que explora profundamente temas como imigração, cultura, racismo e identidade. Na obra, os personagens migram em busca de uma vida melhor. Nos Estados Unidos, Ifemelu, a personagem principal, enfrenta desafios relacionados ao racismo e à sua identidade. Dessa maneira, os Estados Unidos têm uma importância muito grande na história, refletida até no título da obra: *Americanah*. Considerando isso, presume-se que as cores mais utilizadas na capa seriam tons de vermelho e azul, em referência à bandeira dos Estados Unidos.



Figura 36
Compilado de capas
com referência aos
Estados Unidos.

Entretanto, observa-se que algumas edições não fazem alusão aos Estados Unidos e optam por resultados visuais diferentes, usando cores mais diversas, como tons de laranja e verde. As capas com cores verdes, em particular, são as que mais trazem algum clichê visual. De acordo com uma interpretação pessoal, essas capas utilizam elementos mais genéricos em sua composição gráfica, que não fazem referência direta à narrativa, como pode ser observado nas opções selecionadas na Figura 37.



Figura 37
Compilado de capas
mais genéricas.

Análise de Imagem

De acordo com a análise das imagens, observa-se que, de maneira similar aos resultados da análise da paleta cromática, muitas capas também utilizam referências aos Estados Unidos como elemento principal. Isso confere resultados mais originais, pois essas capas fazem uma conexão direta com a narrativa do livro. A referência ao país é reforçada pelo uso da bandeira americana ou outras simbologias, como a Estátua da Liberdade, as cores ou o mapa dos Estados Unidos. As duas capas ilustradas na Figura 38 são as que trazem soluções mais criativas, utilizando elementos abstratos para representar o país, com formas geométricas e referências à padronagem africana.

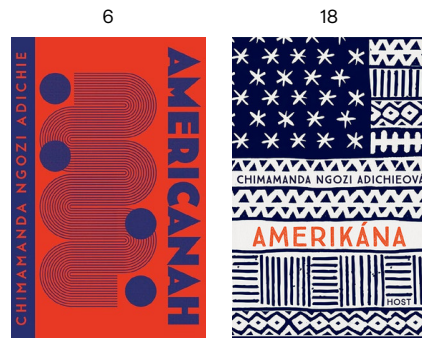


Figura 38
Compilado de capas mais inovadoras do livro *Americanah*.

No compilado das 32 edições, identificou-se uma grande variação no Design das capas, mesmo entre aquelas que utilizam conceitos semelhantes. Como recurso imagético, a figura da personagem principal foi o elemento principal na maior parte das capas, conforme compilado na Figura 39. A personagem Ifemelu é retratada utilizando várias técnicas diferentes dentro da ilustração e da fotografia. Analisando as opções com ilustrações, novamente nota-se o uso recorrente da silhueta em muitas edições que apresentam uma personagem principal negra.

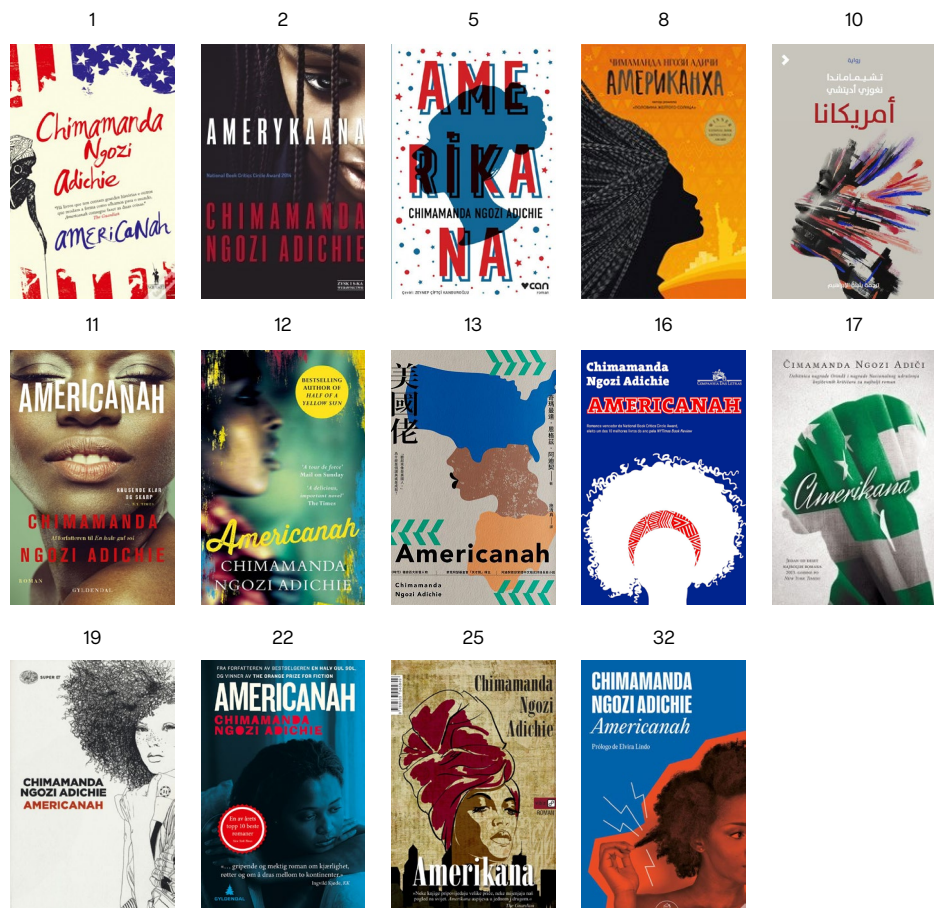


Figura 39
Compilado de capas com a representação da personagem principal Ifemelu.

Entretanto, o uso das silhuetas pode ser pensado de maneira mais original, como observado na capa da Figura 40, em que o cabelo da personagem ilustra o mapa dos Estados Unidos. Essa abordagem mais criativa e inovadora faz referência a um acontecimento da narrativa, criando um resultado único para a edição.

13



Figura 40
Edição chinesa do livro
Americanah, publicado pela
editora Mu Ma Wen Hua.

Além do recurso recorrente da silhueta nas capas de autores de origem africana, as estampas africanas também são muito empregadas. A África é um continente conhecido por sua rica diversidade cultural, e isso se reflete de maneira notável nas texturas e padronagens vibrantes de suas roupas tradicionais. A vasta variedade étnica e cultural do continente significa que cada grupo possui suas próprias tradições e estilos únicos de vestuário. As roupas africanas não são apenas peças de vestuário, mas manifestações culturais que contam histórias e passam mensagens importantes. Essas padronagens também podem ser aplicadas no design de capas de livros. O mapa da Figura 41, chamado *Fabric Map of Africa*, criado por Priya Shah, ilustra a diversidade do Design Têxtil do continente africano.

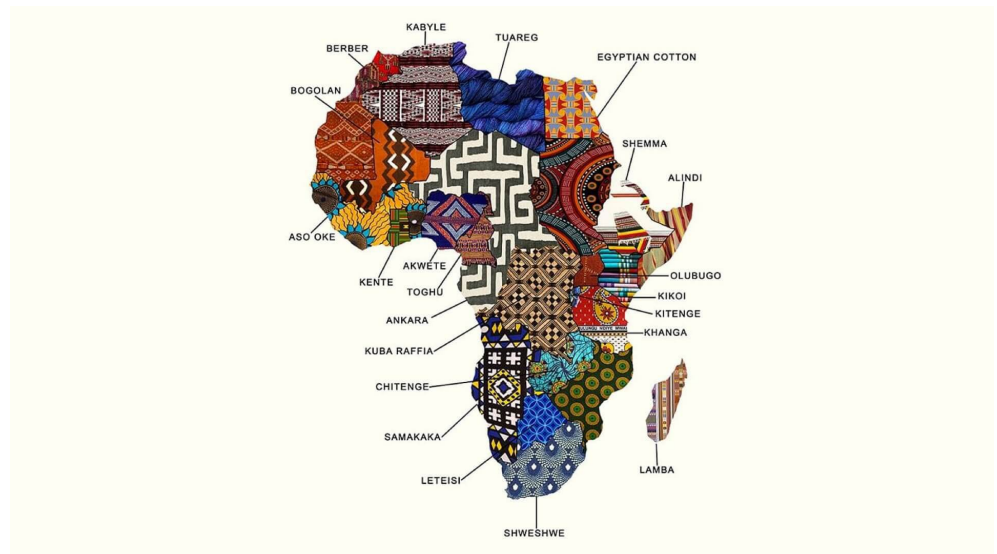


Figura 41
Diversidade textil do continente
africano criado por Priya Shah.

No entanto, é importante ressaltar que o uso dessa padronagem deve ser feito de maneira respeitosa. A Figura 41 representa a diversidade dessas estampas, destacando a necessidade de evitar a apropriação cultural ou a falta de um entendimento sobre as tradições e a herança cultural africana. Para garantir um uso apropriado, é necessário realizar uma pesquisa detalhada sobre a região representada no livro e compreender o contexto histórico das estampas para não utilizá-las apenas por motivos estéticos.

Análise Tipográfica

Na análise tipográfica das edições, observou-se que as fontes não serifadas foram as mais utilizadas, aparecendo em 22 edições. As fontes *display* foram usadas em apenas 5 edições. Houve uma predominância de caixa alta, que pode dar mais destaque às informações de texto. Quanto ao alinhamento, o alinhamento centrado foi predominantemente utilizado, sendo uma escolha mais tradicional no Design de capas de livros. Em termos de hierarquia, o título geralmente recebeu mais destaque em comparação ao nome da autora. Efeitos e estilizações nas letras foram empregados em 18 edições, tornando-as mais personalizadas, e 7 edições usaram o recurso de capas tipográficas.

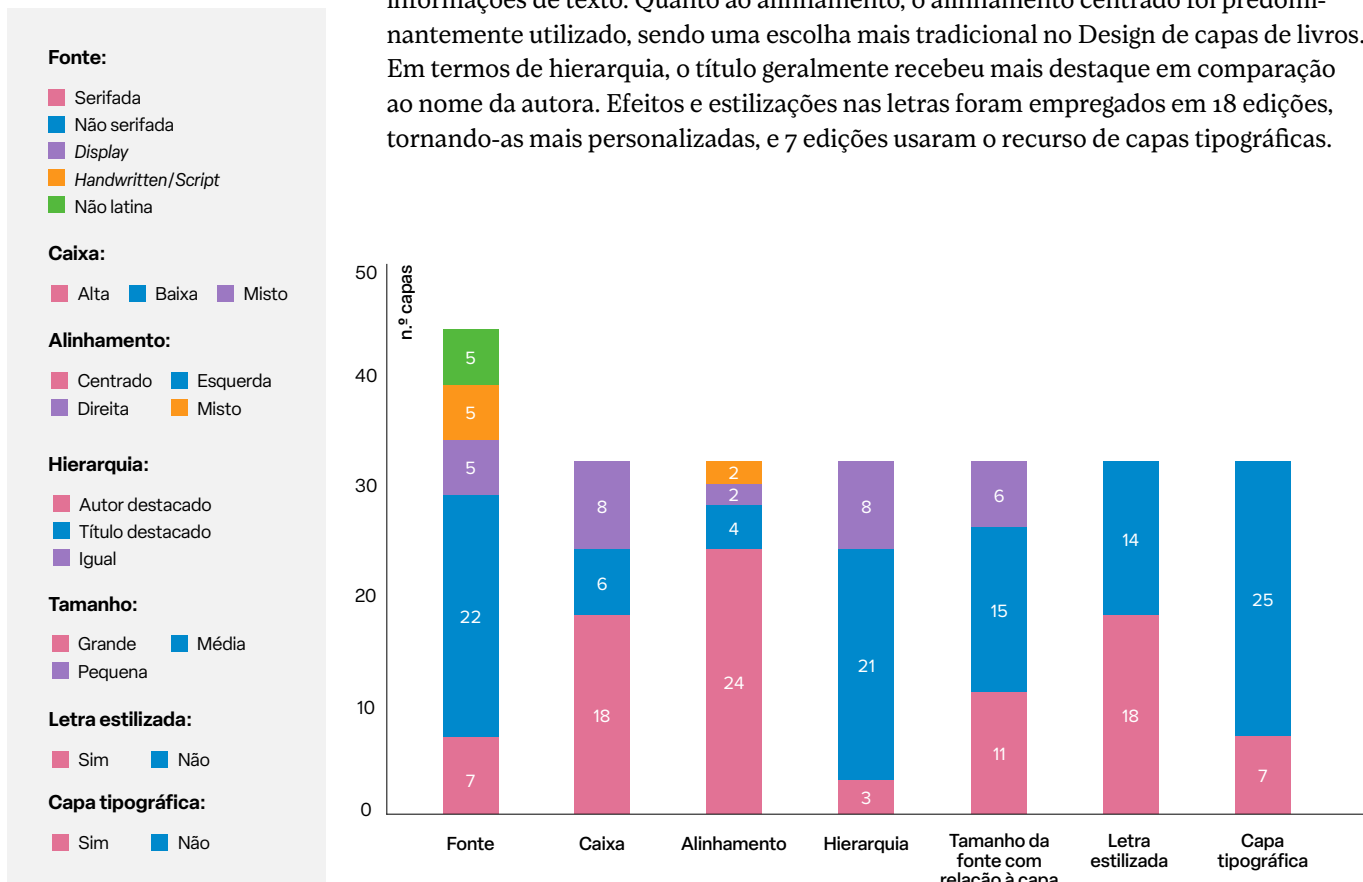


Figura 42

Resultados da análise tipográfica do livro *Americanah*.

Letras estilizadas são utilizadas nas capas de 18 edições. As estilizações são caracterizadas pelo uso de sombras, distorções, efeitos e padronagens nas letras. Isso confere maior complexidade à edição, tornando-a mais diferenciada em relação às outras capas do mercado. No entanto, é importante notar que a estilização das letras pode, ocasionalmente, perpetuar interpretações simplistas das culturas representadas se usada de maneira inadequada. Após a análise das edições, não foram observados estereótipos nas escolhas tipográficas. Mesmo as fontes *display* foram bem empregadas nas edições.

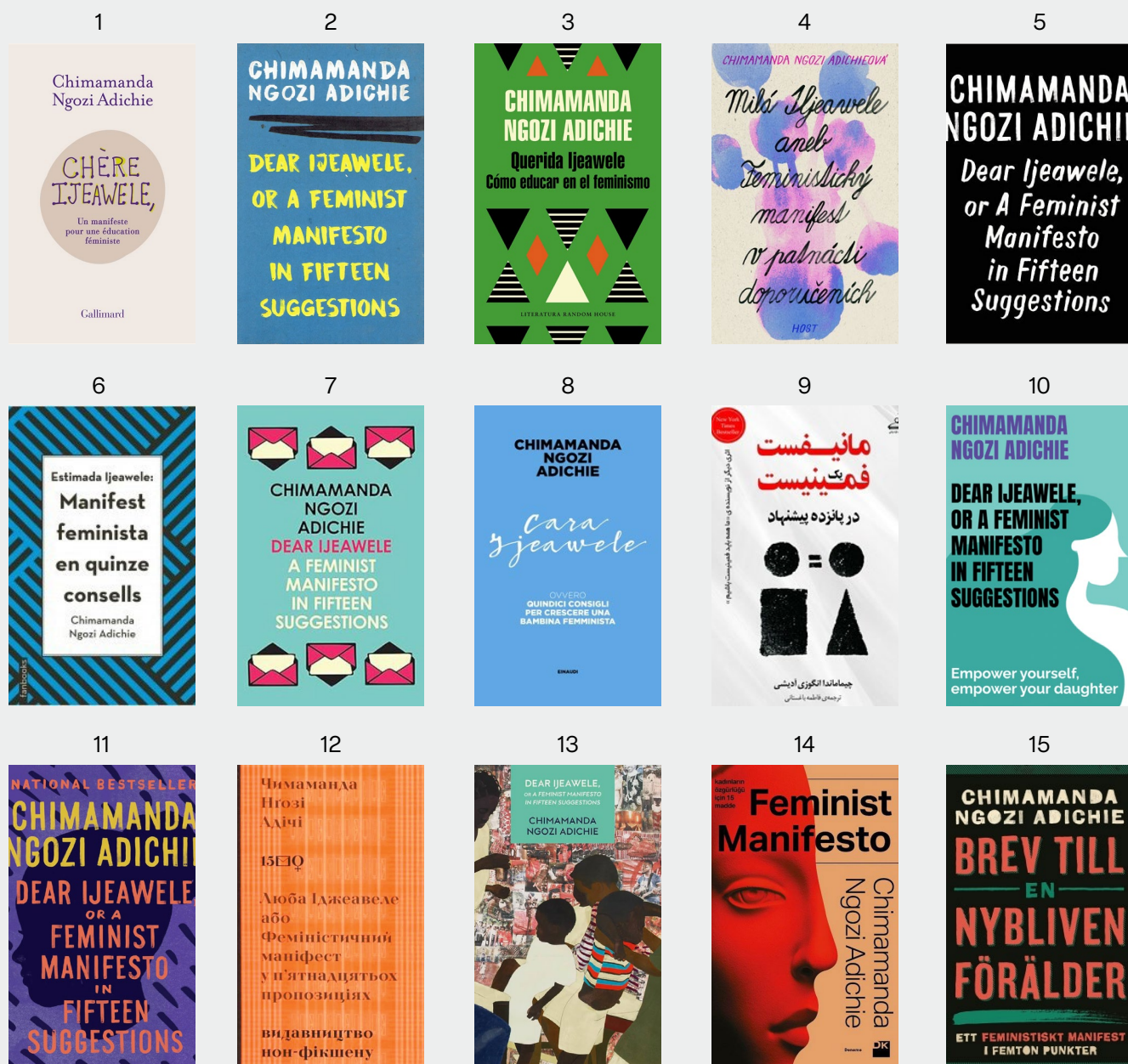
Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo

Este livro surgiu quando uma amiga de Chimamanda lhe perguntou como deveria educar sua filha para ser feminista. Assim, a autora respondeu com uma carta intitulada "Querida Ijeawele...". Nesse texto intimista, ela oferece 15 sugestões com o objetivo de fortalecer novas gerações de mulheres, fornecendo-lhes as ferramentas necessárias para crescerem com um maior senso de identidade e independência. Chimamanda aborda uma ampla gama de temas, desde a aparência e parentalidade até o casamento, sexualidade e a escolha de brinquedos na infância. *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo* é um manifesto poderoso e conciso sobre o feminismo, que não é destinado apenas às mulheres, mas sim a todos que buscam a igualdade de direitos. Adichie destaca que o feminismo não exclui os homens, mas promove a igualdade para todos.

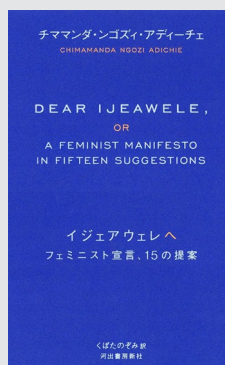
Palavras-chave: Feminismo, Educação infantil, Empoderamento, Respeito, Diversidade, Cultura.

Edições compiladas do livro *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo*

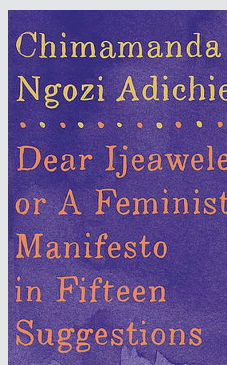
No total, foram compiladas 19 edições do livro, publicadas em diversos países.



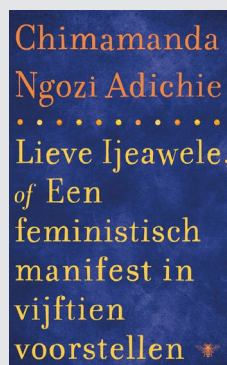
16



17



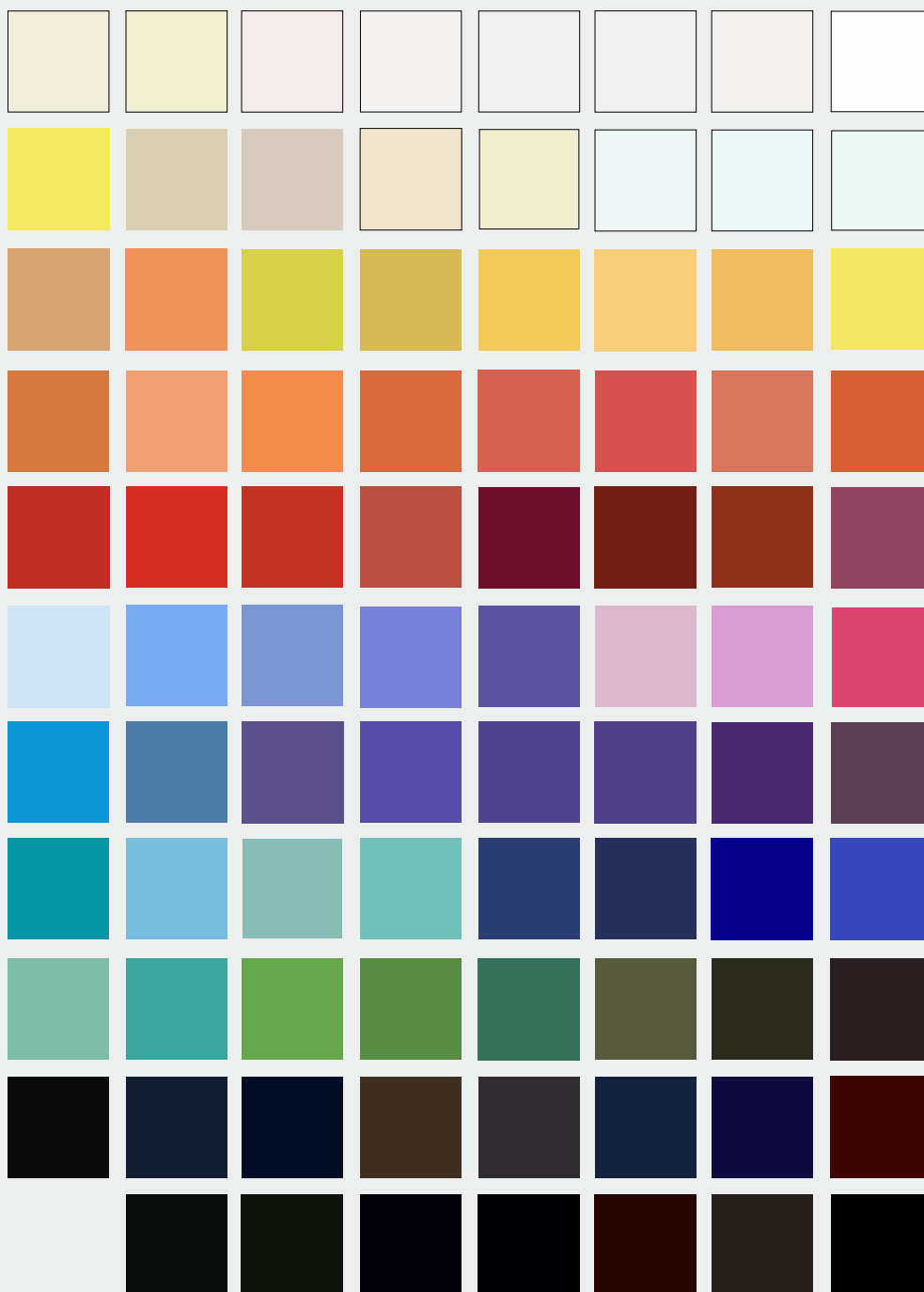
18



19



Paleta Cromática



Analisando as edições, observa-se predominância de diferentes tons de azul nas capas, variando do azul-claro ao azul-escuro. A cor roxa também é bastante utilizada. Os tons de laranja e vermelho aparecem principalmente nos detalhes das capas, como nas informações textuais e ilustrações. Diferente dos outros livros de Chimamanda Ngozi Adichie, nesta obra, muitas capas utilizam apenas a tipografia como elemento principal. Muitas dessas opções são semelhantes entre si, repetindo as mesmas paletas de cores.

Observa-se uma abordagem mais conservadora no design das capas, com pouco uso de cores, resultando em capas mais monocromáticas. Como se trata de um livro que apresenta uma carta escrita pela autora em tom biográfico, as capas refletem seriedade e foco na tipografia. Em suma, nota-se uma escolha mais sóbria na paleta cromática, condizente com o conteúdo e o tom da obra.



Figura 43
Capas mais sóbrias com pouco uso de cores.

Análise de Imagem

Com relação às imagens, das 19 edições analisadas, 13 são capas tipográficas. Isso significa que o principal elemento da capa são os elementos textuais, como o título e o nome da autora. As opções restantes que utilizam ilustrações podem ser vistas no compilado da Figura 44.



Figura 44
Capas não tipográficas.

Entre as opções compiladas na Figura 44, a que tem a maior conexão com a narrativa é a 13. A capa apresenta uma ilustração que retrata uma cena familiar com figuras humanas, predominantemente mulheres e crianças, que estão em interação. A imagem simboliza o tema central do livro, que é o feminismo e a educação das futuras gerações.

As capas 10 e 19 podem ser consideradas problemáticas do ponto de vista racial por diversas razões. Primeiramente, ambas as capas falham em representar a diversidade nos tons de pele. A capa 10 apresenta uma silhueta que pode ser interpretada como a de uma personagem branca, o que não condiz com a representação da autora e do conteúdo do livro.

A capa 19, apesar de apresentar uma ilustração da própria Chimamanda, não representa fielmente seu tom de pele, usando uma abstração que pode ser vista como um apagamento de sua identidade racial. Embora a liberdade criativa dos designers permita a ilustração de pessoas e personagens com cores distintas, como a representação da autora em vermelho na capa 19, esse tipo de escolha deve ser feito com cautela. O apagamento dos tons de pele pode ser considerado desrespeitoso, pois ignora a importância de sua imagem como uma mulher negra, especialmente em um livro que discute temas de feminismo e identidade racial, e a ausência de uma representação mais realista pode diluir a mensagem que a narrativa deseja transmitir.

Análise Tipográfica

Por se tratar de um livro biográfico, semelhante a um diário, observou-se uma maior utilização de fontes *handwritten* e *script*, que simulam letras escritas à mão, conferindo uma sensação de intimidade. No entanto, 10 edições utilizam fontes não serifadas, que são frequentemente usadas em capas de livros devido à sua legibilidade.

Em relação ao uso de maiúsculas e minúsculas, muitas edições combinam ambos, embora a caixa alta prevaleça. Dado que há uma predominância de capas tipográficas (13 de 19 edições), o alinhamento centralizado é o mais comum, com o tamanho da fonte ocupando a maior parte do espaço disponível na composição. Essa escolha tipográfica e de alinhamento contribui para um design que é tanto atraente quanto funcional, facilitando a leitura e destacando as informações principais da obra.

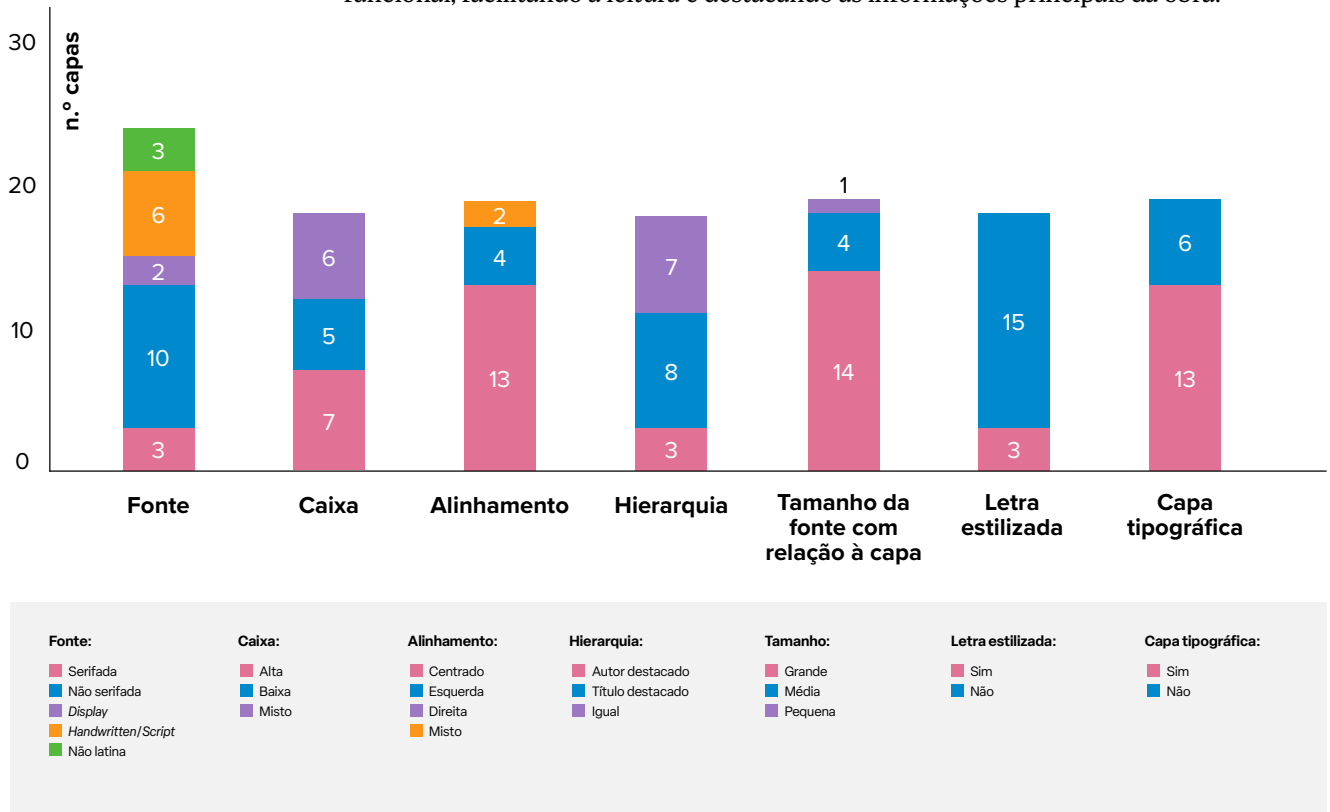


Figura 45
Resultados da análise tipográfica do livro *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo*.

As capas tipográficas pode ser observadas na Figura 46. Embora o uso da tipografia como principal recurso gráfico seja visualmente interessante e impactante, pode também ser considerado monótono devido à ausência de elementos visuais adicionais. Esse minimalismo pode não atrair um público leitor mais amplo, que talvez prefira capas com mais elementos visuais.



Figura 46
Capas tipográficas do livro *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo*.

Meio Sol Amarelo

O livro *Meio Sol Amarelo* narra a vida de três personagens presos nas turbulências da guerra civil da Nigéria, também conhecida como Guerra de Biafra, no final dos anos 60: o jovem Ugwu, empregado da casa de um professor universitário de ideias revolucionárias; Olanna, a bela e educada namorada do professor, que abandonou sua vida privilegiada em Lagos para morar em uma cidade empoeirada; e Richard, um jovem e tímido inglês que está apaixonado pela irmã de Olanna, Kainene.

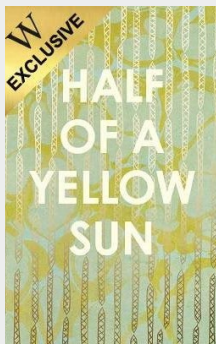
Meio Sol Amarelo é uma novela épica e magistral que questiona o colonialismo, as alianças étnicas e a responsabilidade moral de um conflito apoiado pelas potências mundiais, enquanto reflete um período da história recente da África que tirou a vida de milhares de pessoas. A autora questiona as consequências do colonialismo e a complexidade das relações humanas em tempos de guerra.

Palavras-chave: Guerra Civil, Identidade, Amor, Lealdade, Colonialismo, Trauma.

Edições compiladas do livro *Meio Sol Amarelo*

No total, foram compiladas 37 edições do livro, publicadas em diversos países.

1



2



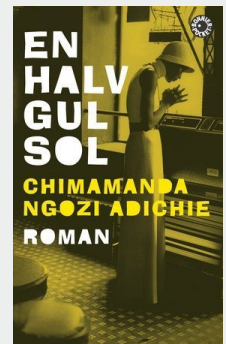
3



4



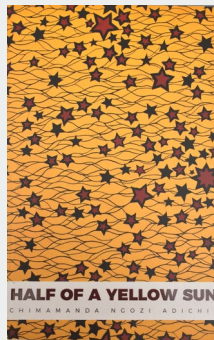
5



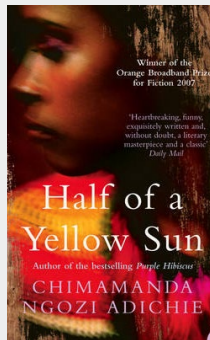
6



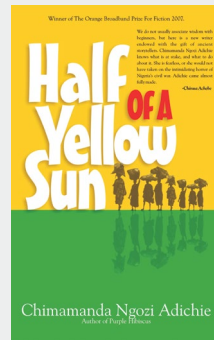
7



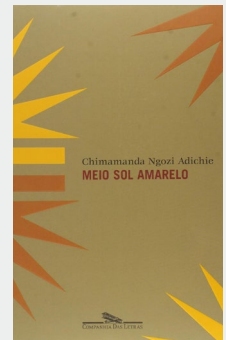
8



9



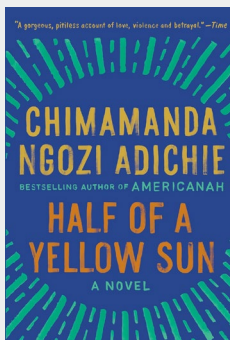
10



11



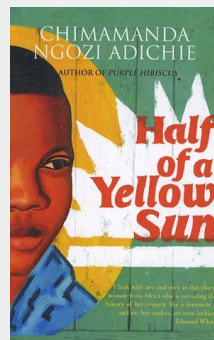
12



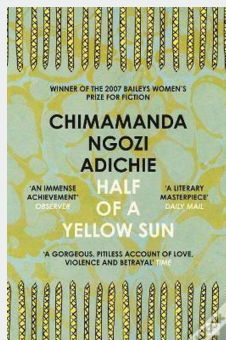
13



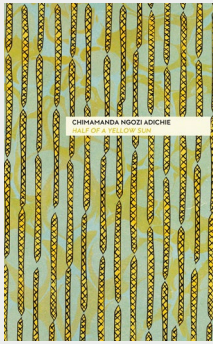
14



15



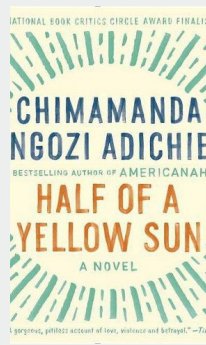
16



17



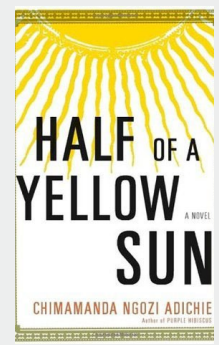
18



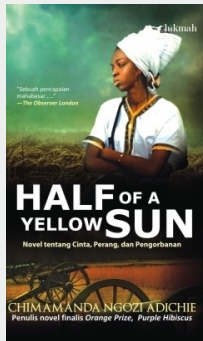
19



20



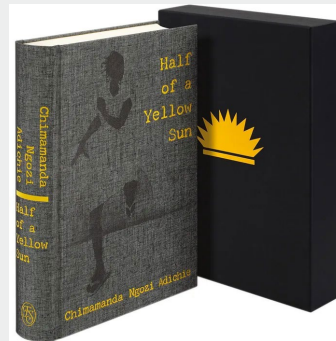
21



22



23



24



25



26



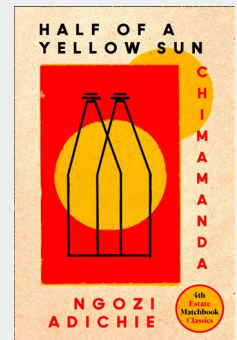
27



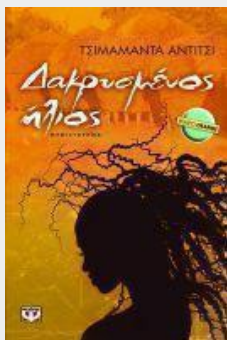
28



29



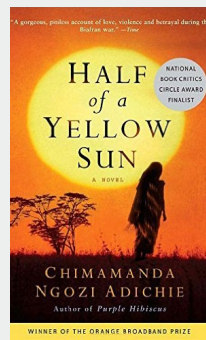
30



31



32



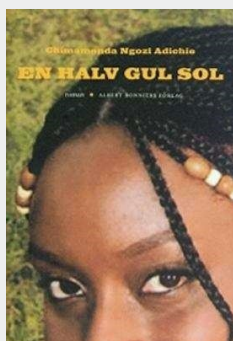
33



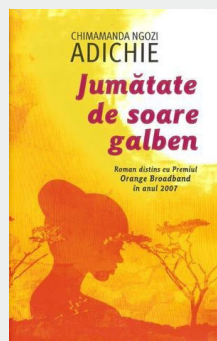
34



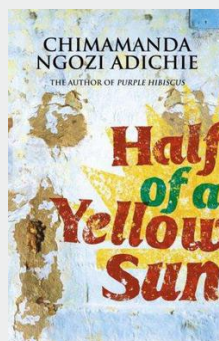
35



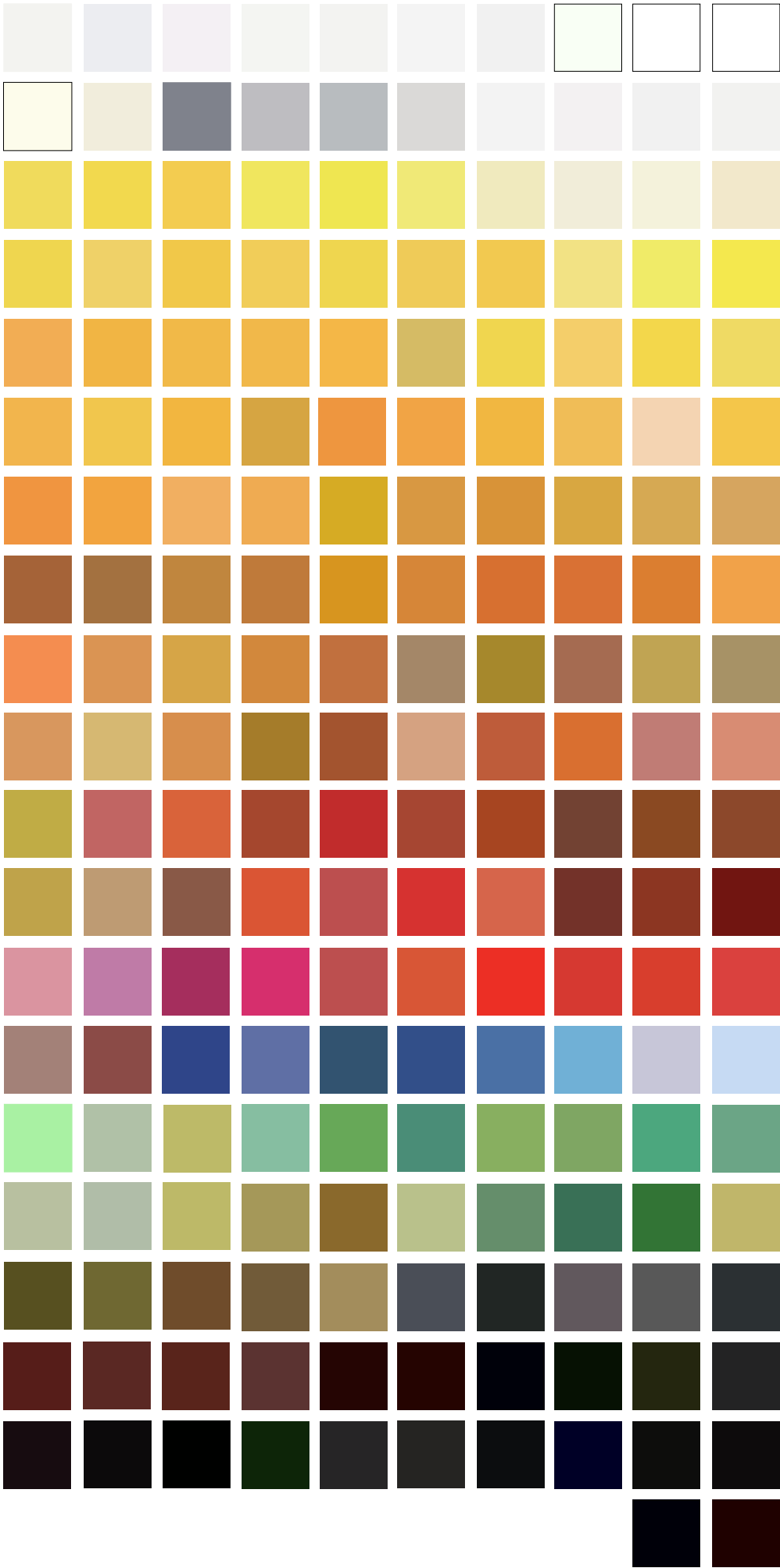
36



37



Paleta Cromática



O significado do título *Meio Sol Amarelo* refere-se à bandeira da República do Biafra, que existiu como um estado separatista na Nigéria entre 1967 e 1970 (Figura 47). A bandeira do Biafra apresentava um sol amarelo cortado pela metade no centro, que simbolizava um novo amanhecer e esperança para o povo biafrense durante a Guerra Civil Nigeriana. O romance *Meio Sol Amarelo* aborda as experiências e os impactos da guerra da Biafra sobre vários personagens.



Figura 47
Bandeira da
República do Biafra.

Dessa maneira, já era previsto que as cores predominantes das capas seriam os tons de amarelo, por conta do título da obra. Das 37 capas, 18 têm como cor principal o amarelo; entretanto, essa cor aparece como secundária em várias outras edições, principalmente nas capas que possuem a representação de um sol, utilizando outras cores para o fundo. Cores mais variadas podem ser observadas nas capas que optaram por uma abordagem mais abstrata, com o uso de padrões ou na representação do sol através de formas mais orgânicas. Isso as difere das capas mais semelhantes dessa obra, conforme demonstrado na Figura 48.



Figura 48
Capas mais abstratas do
livro *Meio Sol Amarelo*.

As capas fotográficas que utilizam o pôr do sol como elemento principal, de forma mais figurativa, são notavelmente semelhantes a outras edições no mercado editorial de livros escritos por autores africanos. Como ilustrado na Figura 49, esse tratamento visual e cromático tem sido amplamente utilizado, o que inicialmente suscitou uma reflexão sobre os clichês visuais predominantes no mercado editorial. O amarelo, cor frequentemente predominante nessas edições, tende a reforçar estereótipos. No entanto, é a escolha da imagem que mais contribui para a aparência genérica dessas capas.

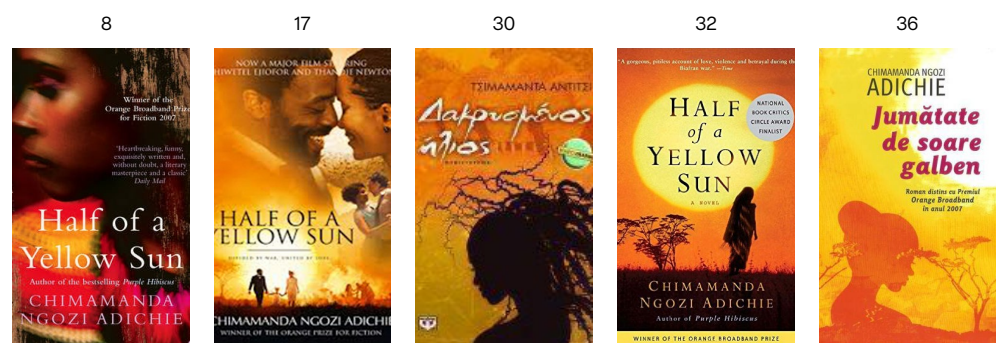


Figura 49
Capas mais genéricas do
livro *Meio Sol Amarelo*.

Análise de Imagem

A figura do sol foi um elemento muito ilustrado nas edições analisadas, seja através da sua representação figurativa como de maneira mais abstrata. Não só presente no título, o símbolo do sol é muito importante para a narrativa, pois conecta-se com os acontecimentos cruciais para a obra: a guerra civil da Nigéria. O compilado da Figura 50 demonstra diversas utilizações do sol. As capas com as referências mais abstratas (28 e 29) são, de um ponto de vista pessoal, as que têm soluções gráficas mais interessantes visualmente.



Figura 50
Capas com a representação do sol.

Além da figura do sol, observou-se também a presença recorrente de uma personagem feminina, seja com o uso de fotografias ou ilustrações, conforme exemplificado no compilado (Figura 51).

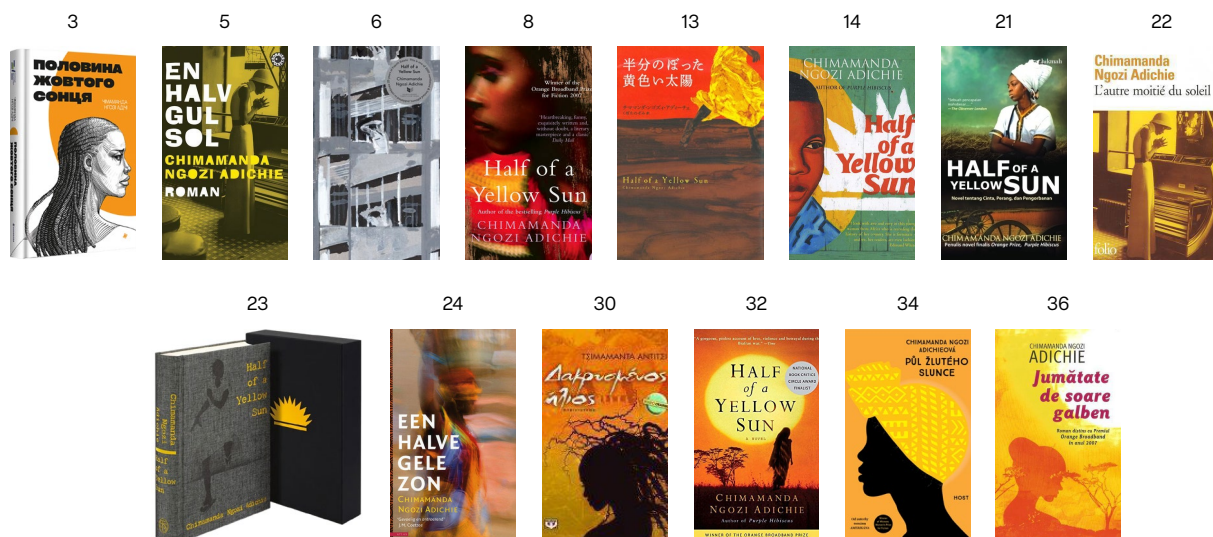


Figura 51
Compilado de capas com a representação da personagem.

Nesse romance, não há apenas um personagem principal, pois Chimamanda apresenta ao leitor três personagens centrais. Embora não esteja incorreta essa representação, as capas poderiam apresentar ao leitor mais diversidade na inclusão dos outros personagens que são importantes para a narrativa. Conforme constatado novamente, foram utilizadas as formas da silhueta e fotografias mais genéricas para representar essa personagem da obra. Entretanto, entre as capas com fotografias analisadas, algumas são mais inovadoras, com o uso de movimento na imagem, como a capa 24. Já a capa fotográfica 8 não possui nenhuma conexão com a narrativa em si.

Dentre as edições analisadas, algumas se destacam por fugir completamente do estilo de design predominante. É o caso das capas 6 e 23, que utilizam tons sóbrios e ilustrações minimalistas, diferenciando-se claramente das demais edições.

Análise Tipográfica

Ao desenvolver os gráficos, notou-se um padrão na repetição dos resultados entre os livros da autora, principalmente os do gênero romance. As fontes mais utilizadas na capa são as serifadas, em caixa mista e com alinhamento centrado. Observa-se mais destaque para o título do que para a autora, de maneira discrepante (28 edições entre 37 com o título em destaque). Letras estilizadas são frequentemente utilizadas, mas não dominam, e a maioria das capas combina elementos visuais e textuais. Por serem livros do gênero romance (diferentemente de um manifesto, como *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo*), a maior parte das edições (34) possui uma imagem (fotografia, pintura ou ilustração) que complementa os elementos textuais, sendo apenas 3 capas tipográficas (Figura 52).

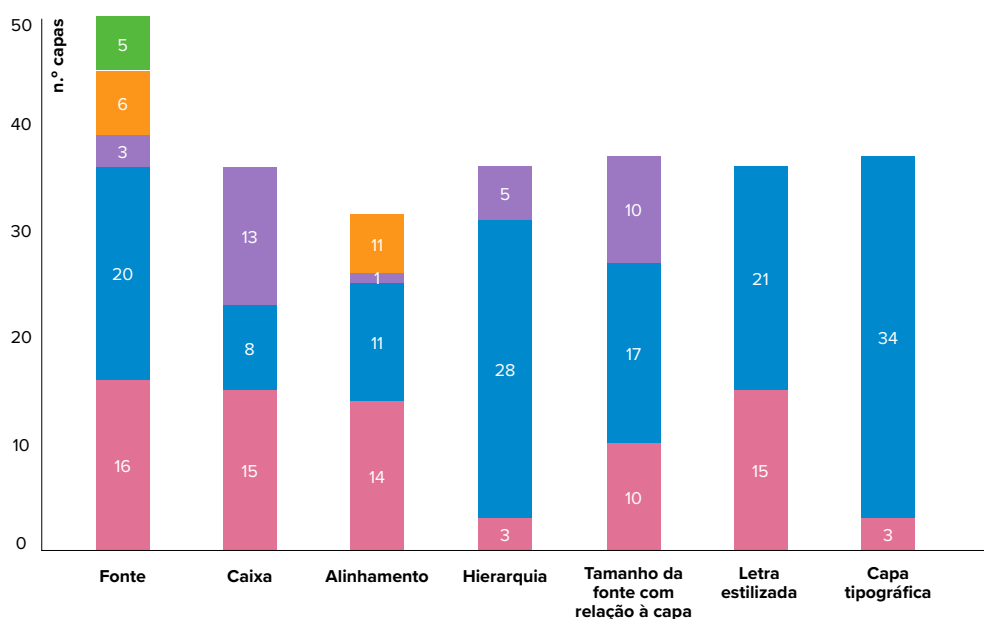
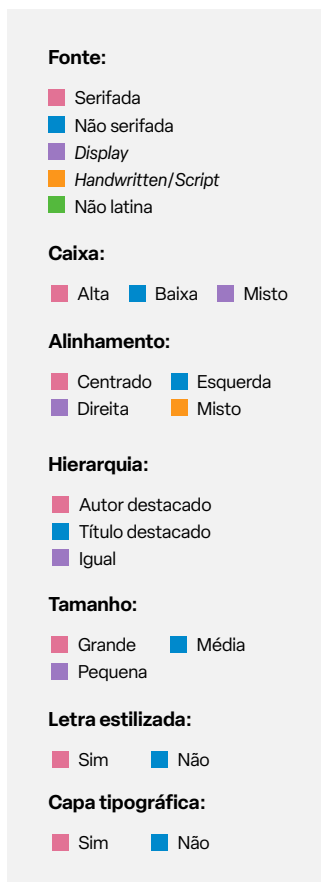


Figura 52
Resultado da análise tipográfica do livro *Meio Sol Amarelo*.

As tipografias *display* com um estilo lúdico aplicadas na capa, conforme a Figura 53, não condizem com a seriedade da obra, conferindo à capa uma aparência infantil. À primeira vista, sugerem que o livro é voltado para o público mais jovem, o que indica um uso inadequado da tipografia nesse contexto. Na análise geral, apesar de muitas fontes serem mais simplificadas, não foram identificadas mais estereótipos que pudessem ser reforçados pelo uso das fontes.



Figura 53
Tipografias mais lúdicas.

Notas sobre o Luto

Notas sobre o Luto foi escrito após a morte do pai de Chimamanda, em junho de 2020, durante a pandemia de covid-19. É um poderoso relato sobre a imensurável dor da perda e as lembranças e resiliência trazidas por ela.

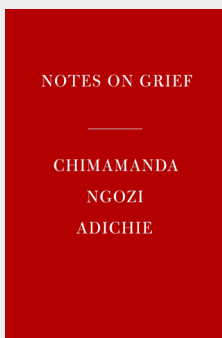
A autora compartilha os efeitos devastadores que essa morte teve nela. Entrelaça em sua própria experiência os fios da história da vida do pai até seus últimos dias, já em confinamento, em que conversava com os filhos e netos por videochamada. *Notas sobre o Luto* é um tributo a uma vida vivida em plenitude. É a história do imenso amor de uma filha por um pai. Ao nos falar sobre uma das experiências humanas mais universais, é um livro sobre aquilo que une todos nós.

Palavras-chave: Luto, Memória, Família, Amor, Perda, Resiliência.

Edições compiladas do livro *Notas sobre o Luto*

No total, foram compiladas 15 edições do livro, publicadas em diversos países.

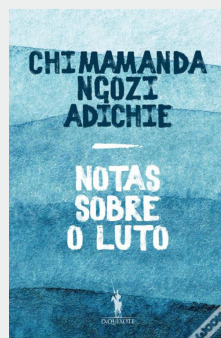
1



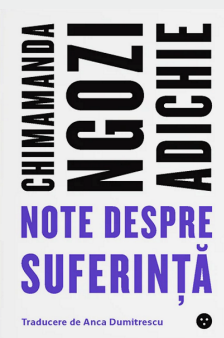
2



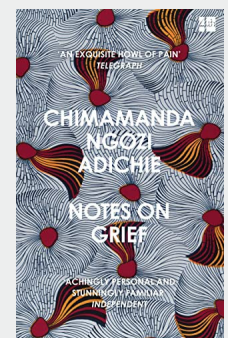
3



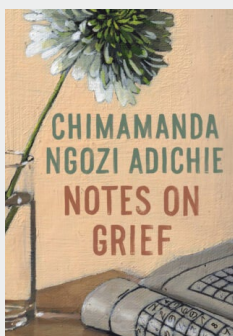
4



5



6



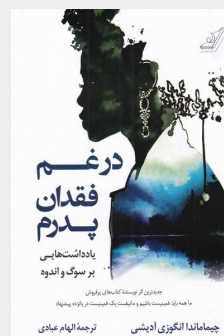
7



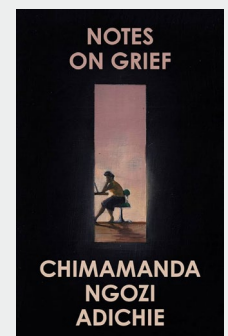
8



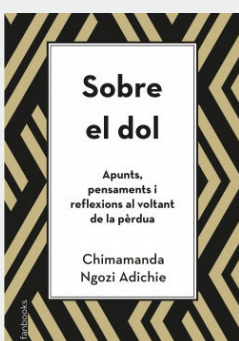
9



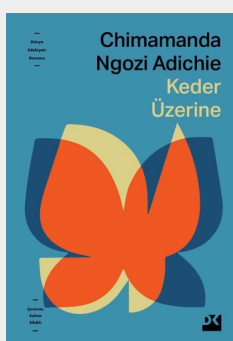
10



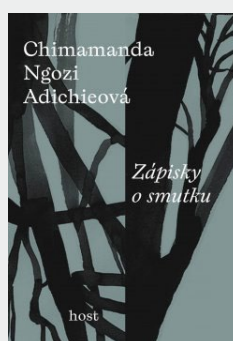
11



12



13



14



15



Paleta Cromática



A paleta cromática das edições analisadas é predominantemente composta por tons vermelhos e azuis. Por se tratar de um livro sobre o luto, observam-se cores menos vibrantes do que em outras obras. Os tons de azul, em particular, destacam-se, simbolizando a tristeza e a melancolia associadas ao tema.

Cada escolha de cor nas capas dos diferentes exemplares de *Notas sobre o Luto* parece cuidadosamente pensada para evocar as complexas emoções que a autora explora em seu relato. Os tons mais sóbrios, com pouca utilização de cores vibrantes, reforçam essa melancolia, conforme observado nas capas na Figura 54. As cores evocam sentimentos de tristeza e sobriedade, que condizem com a narrativa do livro.



Figura 54
Capas mais melancólicas.

As cores podem representar o luto, mas isso costuma mudar dependendo da cultura e do contexto. A cor preta, por exemplo, é associada ao luto e, por causa do cristianismo, passou a ser associada a morte e ao mal. Já a cor branca é a cor do luto em países como China, Vietnã e Coreia. Na Índia, as pessoas vestem branco após a morte de um familiar. Isso demonstra como o significado da cor está muito relacionado ao seu enquadramento (Pater, 2016).

Análise de Imagem

Na análise das imagens, observou-se que o tratamento fotográfico não foi aplicado em nenhuma edição. Essa escolha difere das outras capas analisadas da autora, em que o estilo fotográfico era mais recorrente.

Com relação às capas com personagens ilustrados, a postura das personagens evocam melancolia e tristeza. Isso pode ser observado através dos ângulos e da maneira como elas estão representadas, como na Figura 55.

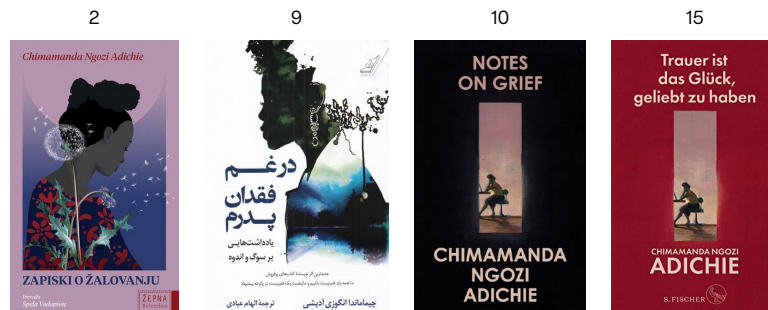


Figura 55
Capas mais melancólicas.

Além disso, muitas capas apresentam poucos elementos em sua composição, com estética minimalista. O enfoque dessas capas são as informações textuais, não dando ênfase a outros elementos gráficos. Na Figura 56, a capa 1 pode ser considerada mais conservadora em comparação com as outras, uma escolha editorial que possivelmente reflete o tema do livro. Entretanto, constatou-se que as capas 4 e 8 fazem parte de uma coleção de livros, o que implica que todas as edições possuem o mesmo projeto de capa para criar uma coesão visual entre si. Contudo, nesse caso específico, essa escolha pode desvalorizar o livro enquanto objeto singular, pois não estabelece nenhuma conexão específica com a narrativa.



Figura 56
Capas minimalistas.

Esse estilo mais sóbrio pode ser observado nos outros estilos de capa através do uso da cor e da composição. Na Figura 57, a capa 6 ilustra uma mesa de escrita. A flor, o caderno e a caneta são símbolos que podem evocar a ideia de reflexão e processamento emocional, sugerindo que o livro oferece uma visão íntima sobre o tema do luto. Já a capa 7, mesmo com um estilo mais lúdico, ilustra o elemento da lua como passagem, fazendo uma alusão às fases do luto. A capa 13, mais abstrata, traz um ar de melancolia e tristeza.



Figura 57
Outras edições do livro
Notas sobre o Luto.

Análise Tipográfica

Com relação à análise tipográfica, as capas mostram uma preferência clara por fontes não serifadas e letras maiúsculas, com alinhamento central e uma hierarquia equilibrada entre título e autor. *Notas sobre o Luto* é o único livro em que o tamanho do título da obra está em equilíbrio na capa com relação ao nome da autora. As fontes ocupando maior espaço na área da capa são predominantes, e a maioria das edições não utiliza letras estilizadas nem são tipográficas.

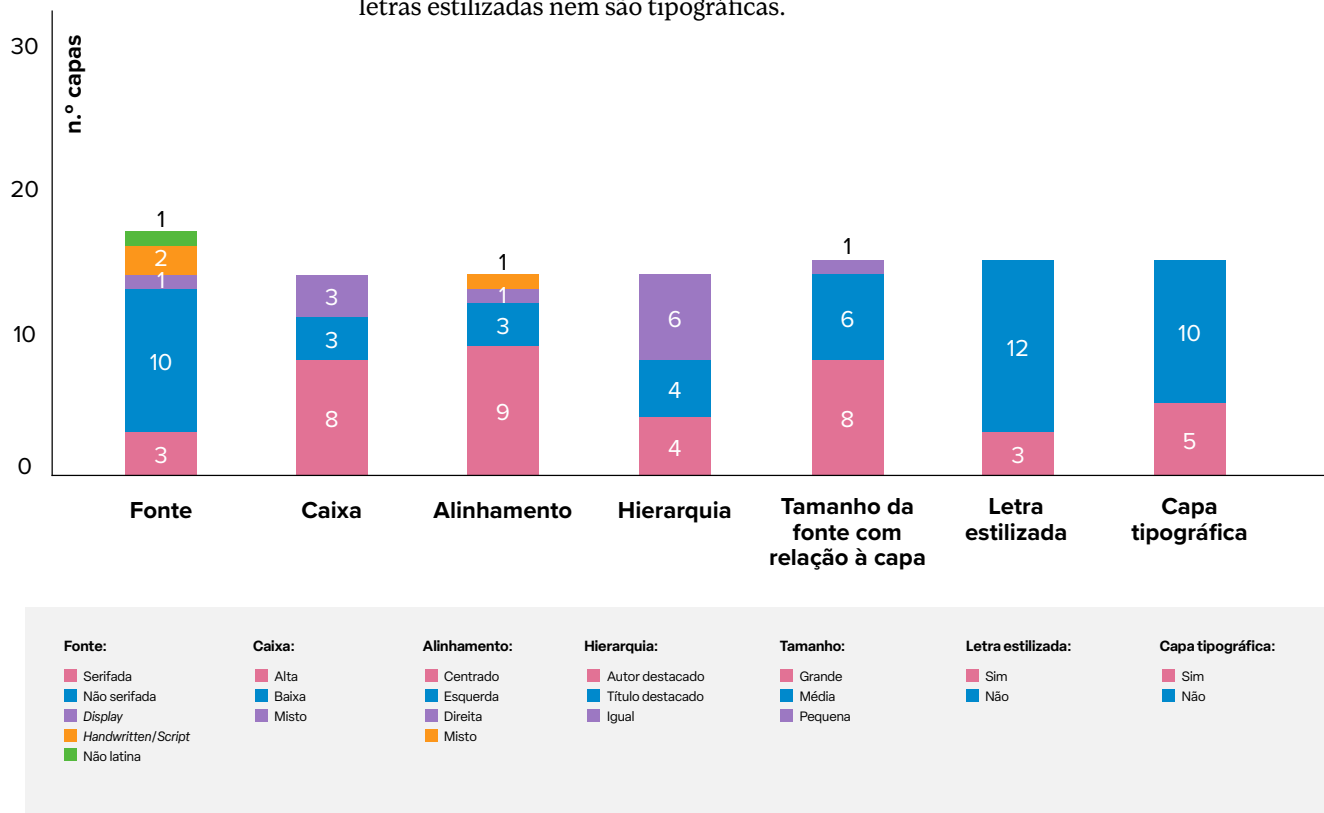


Figura 58
Resultados da análise tipográfica do livro *Notas sobre o Luto*.

A maioria das tipografias escolhidas possui um tratamento visual mais sóbrio, o que é coerente com a temática de um livro de memórias relacionadas ao luto. No entanto, duas edições utilizam fontes mais lúdicas, que destoam um pouco da seriedade da história, como exemplificado na Figura 59. As fontes escolhidas não são apropriadas para a narrativa do livro, comprometendo a seriedade da temática abordada. Ao analisar todas as edições compiladas, constatou-se que essas duas capas fazem parte de uma coleção de livros de suas respectivas editoras. Diferentemente de um livro publicado individualmente, uma coleção apresenta características visuais que criam uma conexão entre as obras do autor. Essa conexão pode ser estabelecida por meio de vários elementos gráficos, como cores, tipografia e composição. Entretanto, apesar de uma coleção ser muito benéfica para a editora em termos de vendas, quando os livros possuem narrativas distintas, podem criar desconexões do visual com a narrativa.



Figura 59
Uso de tipografias mais lúdicas.

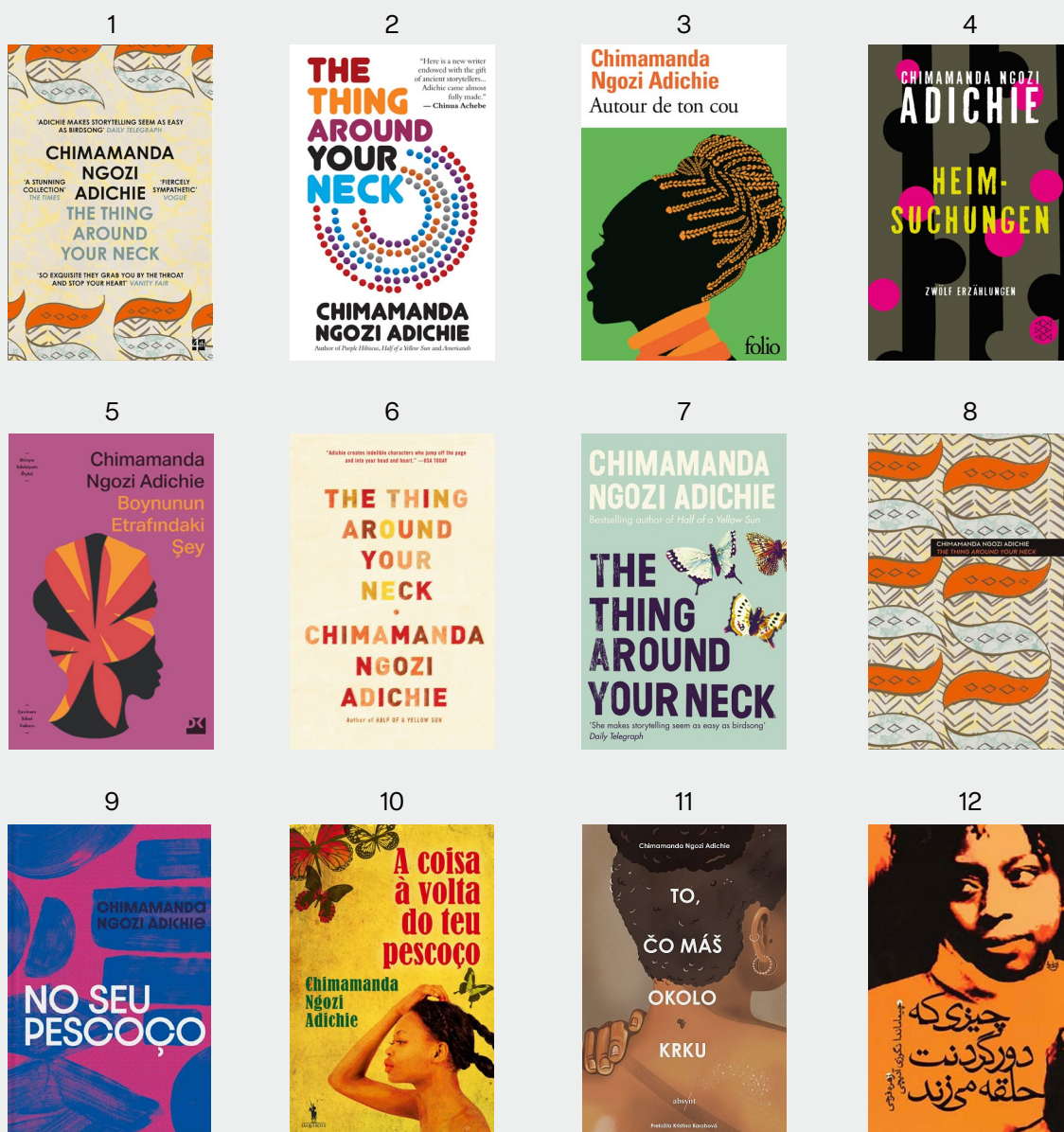
No seu Pescoço

O livro *No seu Pescoço* contém doze relatos deslumbrantes que focam nas difíceis relações entre os homens e as mulheres, os pais e os filhos, a Nigéria e o Ocidente. Os personagens vão desde uma mulher que revela o segredo que envolve a morte de seu irmão até uma jovem mãe que vê sua confortável existência ameaçada ao descobrir que seu marido recebeu sua amante em casa, passando por uma garota nigeriana que se sente oprimida ao chegar aos Estados Unidos e encontrar um país muito diferente do que ela esperava. Comovente e profundo, este livro o analisa o choque entre a modernidade e a tradição, as expectativas familiares e os sonhos das novas gerações.

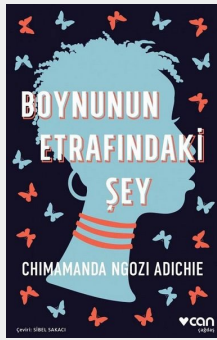
Palavras-chave: Identidade, Imigração, Cultura, Racismo, Relações Interpessoais, Solidão.

Edições compiladas do livro *No seu Pescoço*

No total, foram compiladas 27 edições do livro, publicadas em diversos países.



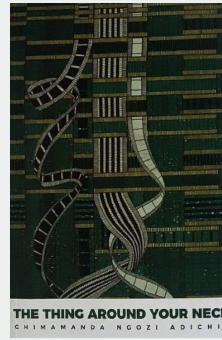
13



14



15



16



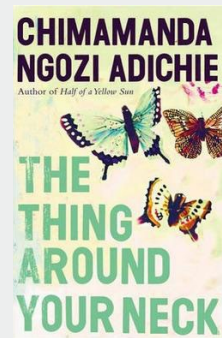
17



18



19



20



21



22



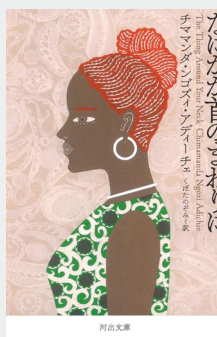
23



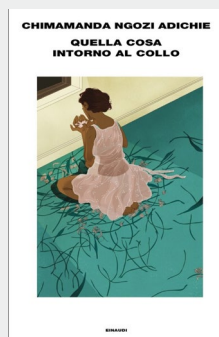
24



25



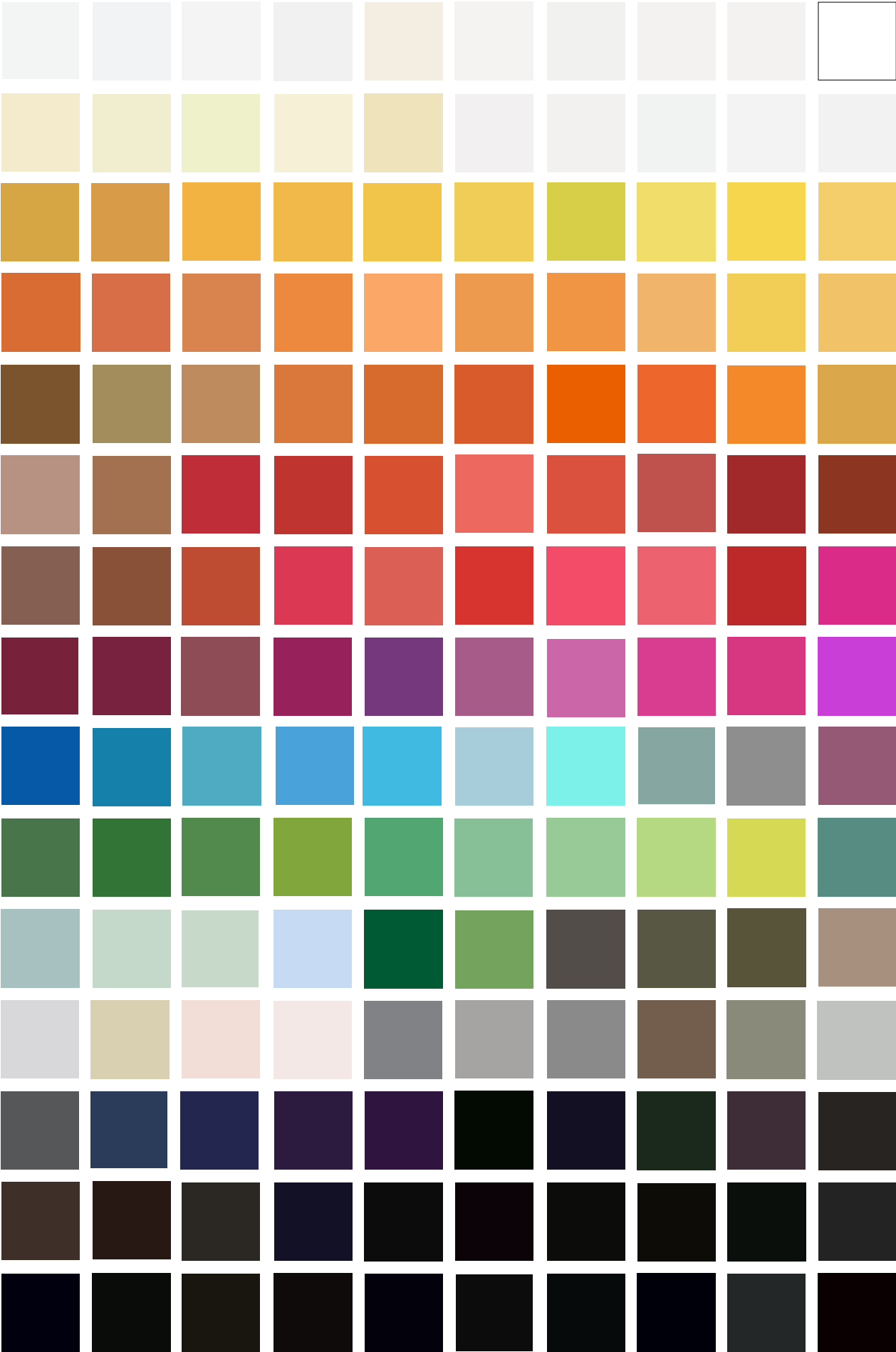
26



27



Paleta Cromática



A paleta cromática de *No seu Pescoço* utiliza uma ampla gama de cores em sua composição. Entretanto, os tons mais predominantes são laranjas e vermelhos. Muitas capas utilizam tons vibrantes, conforme a Figura 60. As capas com padrões africanos e cores vibrantes, como verde, laranja e preto, podem estar diretamente ligadas à identidade cultural dos personagens e às suas raízes africanas. As cores mais vibrantes também ficam muito atrativas impressas, o que pode melhorar a quantidade de vendas de um livro por conta do seu Design. Entretanto, assim como o uso recorrente de silhuetas, as cores vibrantes, quando utilizadas junto com estampas e padrões, podem criar equívocos em relação à cultura africana. Esses tons podem ser usados para destacar a "exoticidade" das culturas africanas, apresentando-as como algo diferente e distante do "normal" ou "ocidental".

Figura 60
Capas com tons mais vibrantes do livro *No seu Pescoço*.



Editores e designers podem usar cores vibrantes para atrair consumidores e melhorar as vendas de um livro usando como argumento o Design da capa. Isso pode resultar em capas que atendem a expectativas comerciais, em vez de representarem autenticamente as narrativas e contextos culturais. Por isso, é importante ter cuidado na escolha da paleta cromática em um projeto gráfico.

Em contrapartida, observou-se também capas que têm tons mais sóbrios, com pouco uso das cores, e isso pode ter conexão com os conflitos internos dos personagens, resultando em um visual mais sério e profundo, principalmente nas capas 16, 18 e 26, como pode ser observado no compilado da Figura 61.

Figura 61
Capas com tons mais sóbrios do livro *No seu Pescoço*.



Em suma, as cores aplicadas nas capas de *No seu Pescoço* apresentam uma diversidade de tons, e não foram identificadas muitas semelhanças entre as edições de diferentes países, refletindo a multiplicidade das histórias e dos mercados em que o livro foi publicado.

Análise de Imagem

Em relação a todas as obras publicadas por Chimamanda Ngozi Adichie, é evidente o uso recorrente de silhuetas para representar personagens negras. Com relação à obra analisada, após a leitura do livro, constatou-se que as relações humanas são fundamentais na narrativa de *No seu Pescoço*. No entanto, considerando que o livro reúne 12 histórias distintas, seria mais coerente se as capas ilustrassem uma variedade maior de personagens, refletindo melhor a diversidade presente nas narrativas.



Figura 62
Capas com o uso da silhueta do livro *No seu Pescoço*.

O título do livro, *The Thing Around Your Neck*, é uma metáfora para a ansiedade, depressão e tensão constante que os personagens dentro de cada uma dessas histórias sentem (Cowing, 2023). Isso explica o tom melancólico de muitas capas, em que a personagem aparece em um estado mais contemplativo e reflexivo, e isso se reflete tanto nas cores utilizadas quanto na composição.

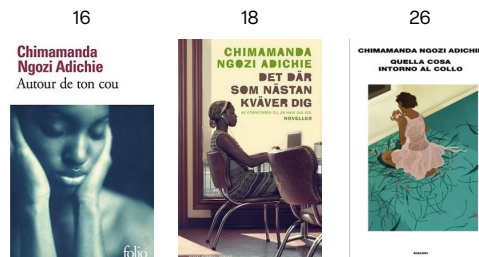


Figura 63
Capas mais melancólicas do livro *No seu Pescoço*.

Algumas capas utilizam a borboleta como elemento gráfico. A borboleta pode ter sido utilizada de forma simbólica na interpretação das histórias, por ser um símbolo de transformação e liberdade, que são temas recorrentes nas histórias da autora. As personagens, muitas vezes, passam por profundas mudanças pessoais e enfrentam desafios que transformam suas vidas. A borboleta, portanto, pode representar essa metamorfose e a esperança de uma nova vida ou perspectiva que emerge das experiências das personagens.

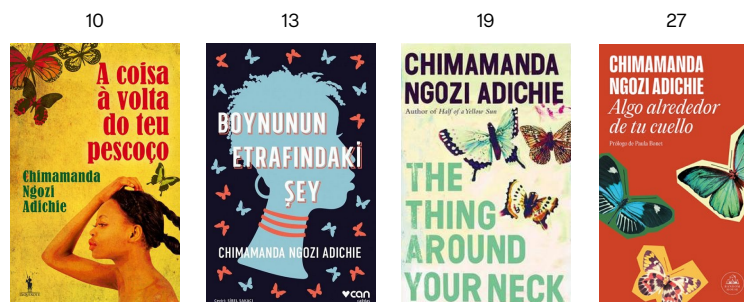


Figura 64
Capas com o elemento da borboleta do livro *No seu Pescoço*.

Análise Tipográfica

A análise das fontes revela uma preferência por fontes não serifadas, caixas baixas, alinhamento centrado ou misto e tamanhos de fonte médios. A ênfase é colocada tanto no nome da autora quanto no título, mas com ênfase maior para o título. A utilização de letras estilizadas é menos comum, e a maioria das capas incorpora elementos gráficos além da tipografia, sendo apenas 6 capas tipográficas.

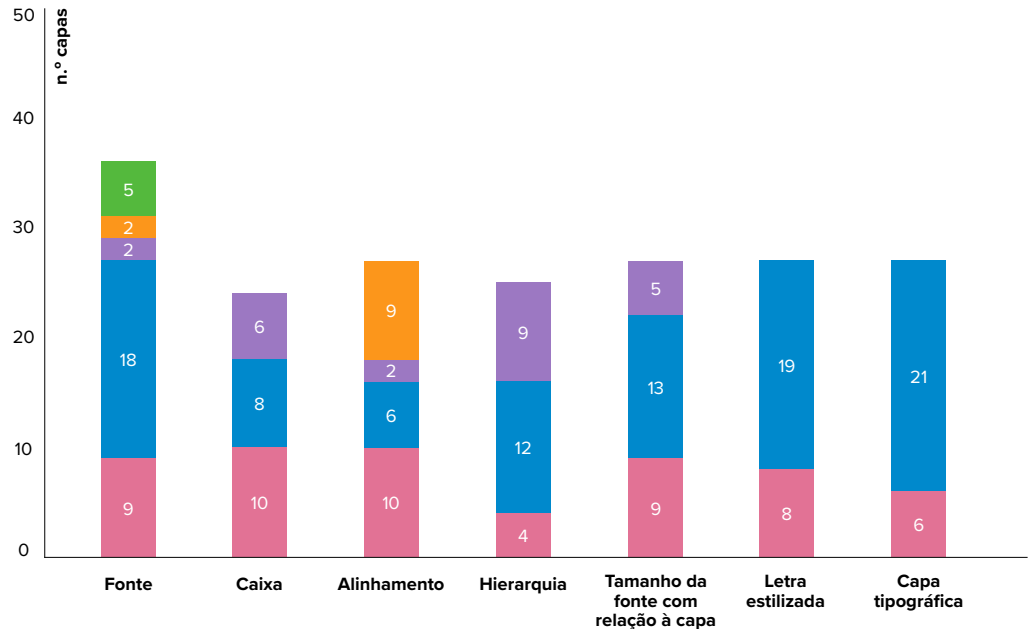


Figura 65

Resultados da análise tipográfica do livro *No seu Pescoço*.

Algumas tipografias são mais simples, desempenhando um papel secundário na capa. No entanto, a edição ilustrada na Figura 66 é a mais criativa em termos tipográficos. As letras nesta capa imitam um estilo artesanal, conferindo um toque humano, e suas formas possuem uma textura que adiciona uma dimensão sensorial e tátil. Esse entrelaçamento, semelhante a uma costura, pode ter relação com as 12 histórias apresentadas ao leitor, como se estivessem conectadas e costuradas entre si.

6

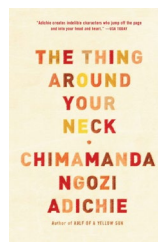


Figura 66

Edição inglesa do livro *The thing around your neck*, publicado pela editora Anchor Books.

Ao analisar as edições como um todo, notou-se que algumas edições fazem parte de coleções, e as fontes utilizadas nas capas foram padronizadas para integrar essa coleção de livros. A conexão da coleção é estabelecida através da tipografia, identificando para o leitor que os livros pertencem a um conjunto. Nesses casos, a tipografia desempenha um papel secundário na composição, dando destaque às cores e as imagens, tornando cada edição única quando analisada individualmente.



Figura 67

Compilado da coleção espanhola de livros da Chimamanda.

27

Sejamos todos feministas

Sejamos todos feministas é um ensaio pessoal, adaptado do discurso feito pela autora na conferência TEDx Euston, que conta com mais de 1,5 milhão de visualizações. No verso do livro da edição brasileira do livro, Chimamanda (2015) relata que

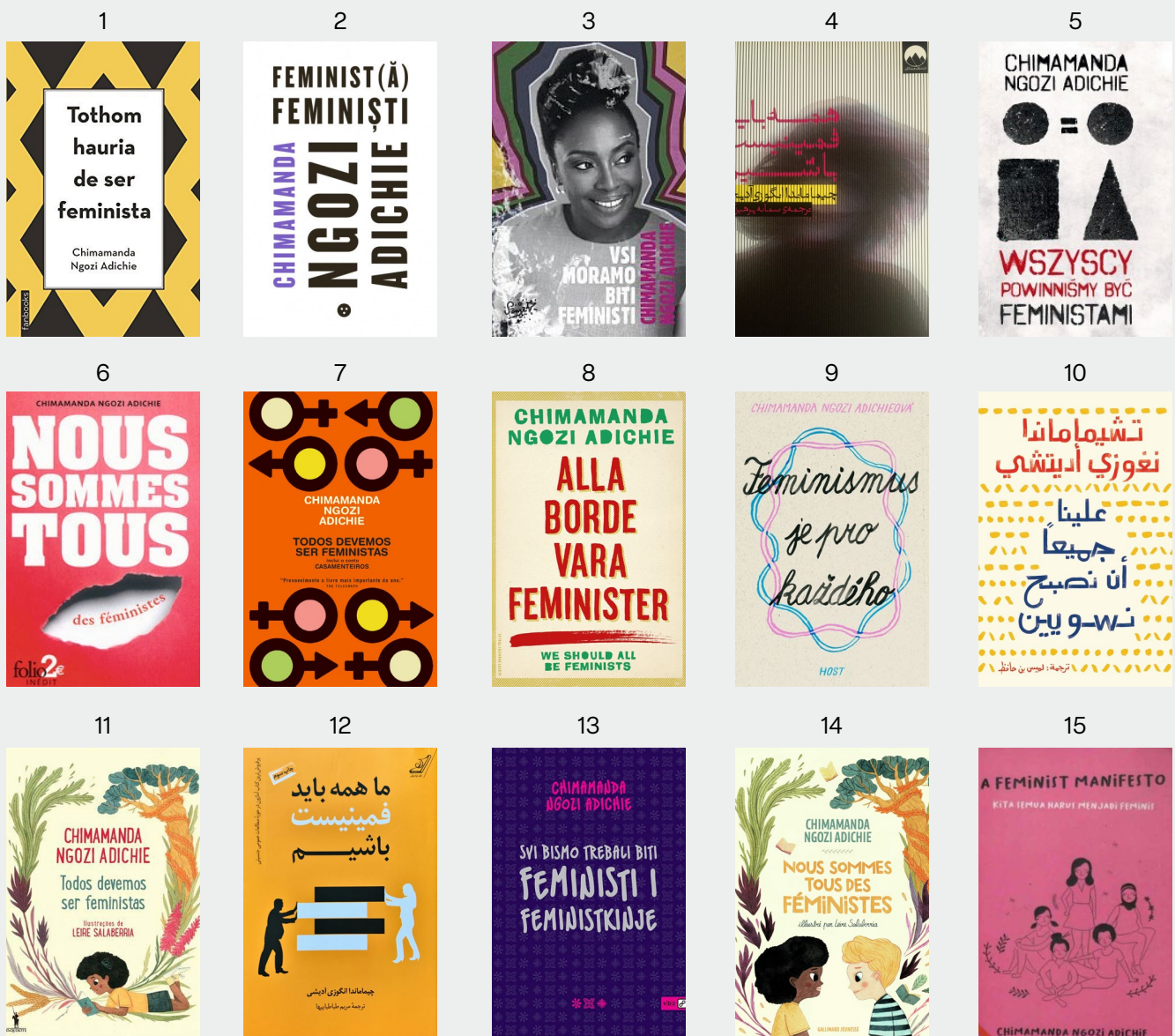
A questão de gênero é importante em qualquer canto do mundo. É importante que comecemos a planejar e sonhar um mundo diferente. Um mundo mais justo. Um mundo de homens mais felizes e mulheres mais felizes, mais autênticos consigo mesmos. E é assim que devemos começar: precisamos criar nossas filhas de uma maneira diferente. Também precisamos criar nossos filhos de uma maneira diferente.

A autora baseia-se em sua própria vivência para defender a inclusão e a conscientização sobre o que é ser mulher nos dias de hoje.

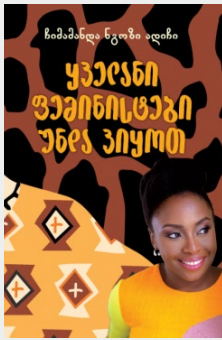
Palavras-chave: Igualdade de Gênero, Feminismo, Cultura, Estereótipos de Gênero, Empoderamento, Educação.

Edições compiladas do livro *Sejamos todos feministas*

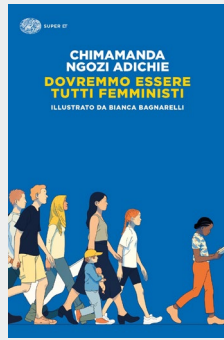
No total, foram compiladas 32 edições do livro, publicadas em diversos países.



16



17



18



19



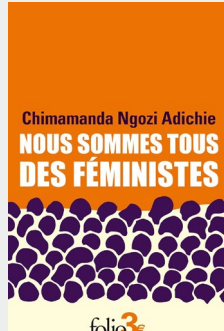
20



21



22



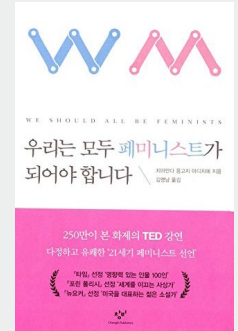
23



24



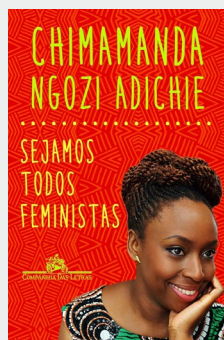
25



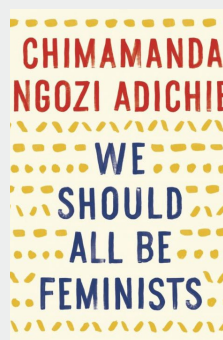
26



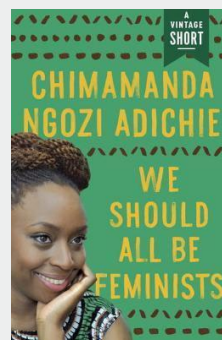
27



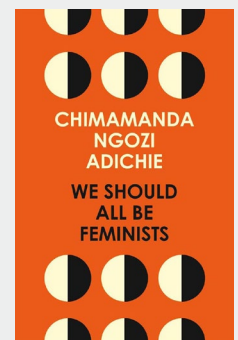
28



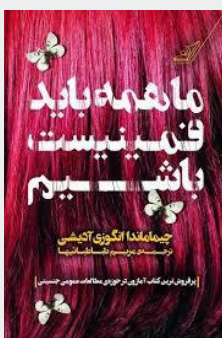
29



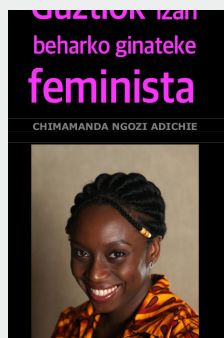
30



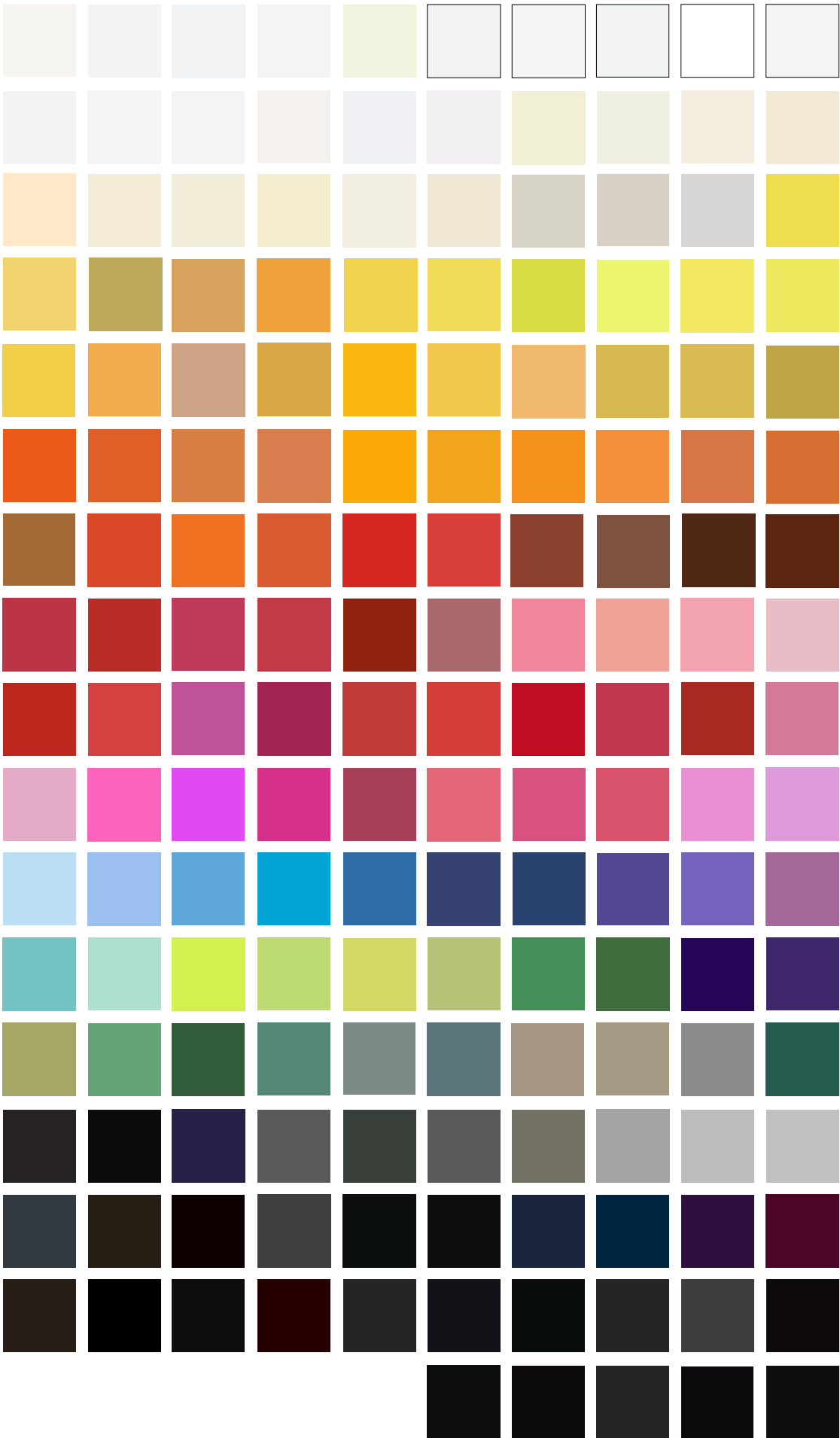
31



32



Paleta Cromática



Nas edições analisadas, constatou-se que as cores laranja e vermelho são as mais predominantes. O Design das capas é bastante variado, com cada edição explorando as cores de maneira diferente. No entanto, observou-se que a maioria das capas faz uso mínimo de cores, apresentando um estilo quase minimalista.

Figura 68
Compilado de capas com pouco uso de cores do livro *Sejamos todos feministas*.



Do ponto de vista que busca identificar estereótipos reforçados pelo uso da cor, notaram-se algumas edições mais problemáticas. O livro trata da igualdade de gênero e introduz, de maneira didática e acessível, a importância do feminismo para o bem da nossa sociedade. Entretanto, algumas edições usam tons de rosa e azul para apresentar essa dualidade de gênero, o que pode ser problemático ao associar essas cores a determinados gêneros, principalmente na capa 25. Essa interpretação é pessoal, mas, considerando que o livro aborda o feminismo, cores menos previsíveis poderiam ter sido exploradas para evitar esses estereótipos.

Figura 69
Capas do livro *Sejamos todos feministas* que usam rosa e azul para representar dualidade.



Tons terrosos são frequentemente associados ao continente africano devido a uma série de estereótipos culturais e visuais que se estabeleceram ao longo do tempo. Muitas imagens e representações da África destacam desertos, savanas e áreas naturais com solos e vegetação que exibem cores terrosas como variações de tons de marrons, verdes, amarelos e vermelhos. Essa associação pode ser observada em diversos campos, como nas artes, na moda e no design, e também pode ser aplicada no Design Editorial. A capa mostrada na Figura 70 é um exemplo de como essa estética é utilizada.

Figura 70
Capa com tons terrosos do livro *Sejamos todos feministas*.



Análise de Imagem

O livro *Sejamos todos feministas* é um ensaio pessoal e possui um caráter muito didático e educativo, pois explica a definição do feminismo no século XXI. É um dos livros mais populares da autora, e, por ser muito relacionado a Chimamanda, muitas capas possuem a fotografia dela, como pode ser visto na Figura 71. Por se tratar de um discurso da autora que posteriormente se tornou um livro, vincular a imagem dela à capa parece fazer coerência com a história. Entretanto, algumas capas apresentam padrões africanos no fundo, e, apesar de Chimamanda ter nascido na Nigéria, essa abordagem simplifica a narrativa da obra que, acima de tudo, tem relação com o feminismo e a igualdade de gênero.

Figura 71

Capas do livro *Sejamos todos feministas* com a imagem da Chimamanda.



Quanto ao caráter informativo da narrativa, muitas capas representam essa aprendizagem de maneira lúdica e autoexplicativa, com composições que ilustram o ensino, como pessoas lendo e aprendendo (Figura 72). Essas capas frequentemente apresentam ilustrações infantis, sugerindo que o feminismo pode ser ensinado a todas as idades. Embora não seja um livro infantil, por se tratar de um texto educativo, a estética lúdica parece ser visualmente coerente. Apesar de seu enfoque não ser especificamente infantil, o livro é acessível e compreensível para leitores de diferentes idades.

Figura 72

Capas mais lúdicas do livro *Sejamos todos feministas*.



A igualdade de gênero também foi ilustrada em algumas edições com símbolos de igualdade e ilustrações simbólicas que representam paridade de gênero, seja de maneira mais abstrata ou figurativa.

Figura 73

Capas do livro *Sejamos todos feministas* que ilustram a igualdade entre os gêneros.



Análise Tipográfica

De acordo com a análise tipográfica, as fontes sem serifa são predominantes nas edições, geralmente em caixa alta e com alinhamento centralizado. Apesar das expectativas, por se tratar de um manifesto, o nome de Chimamanda não recebeu o destaque máximo na hierarquia tipográfica. O fato de o título ter mais força em 16 edições sugere que a atenção foi dada mais ao conteúdo do manifesto do que à identificação da autora. Isso pode ter sido uma escolha estilística para garantir que a mensagem principal recebesse a maior atenção. A tipografia desempenhou um papel importante na composição da capa, com seu tamanho ocupando um espaço considerável em 18 edições.

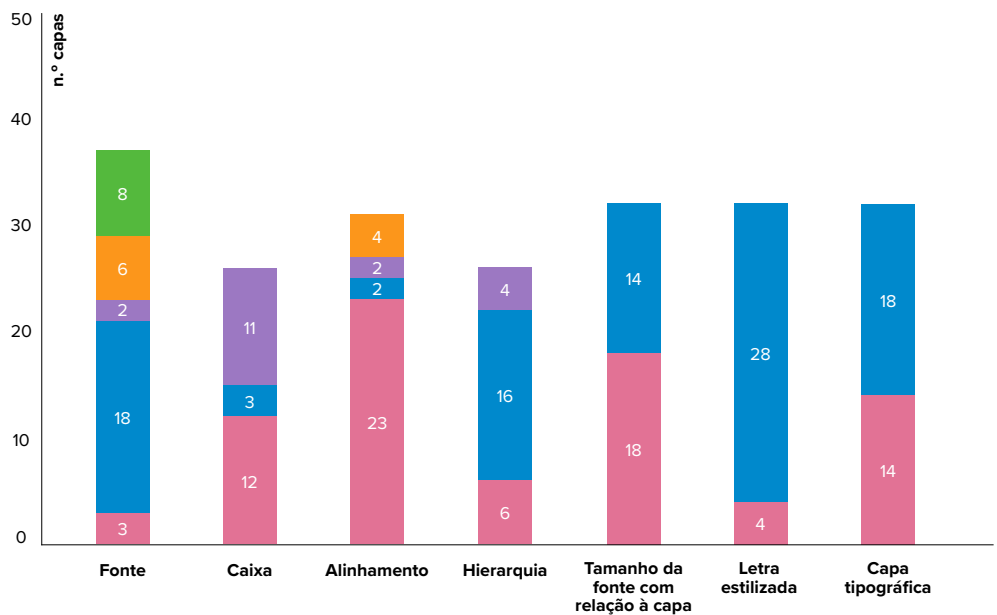
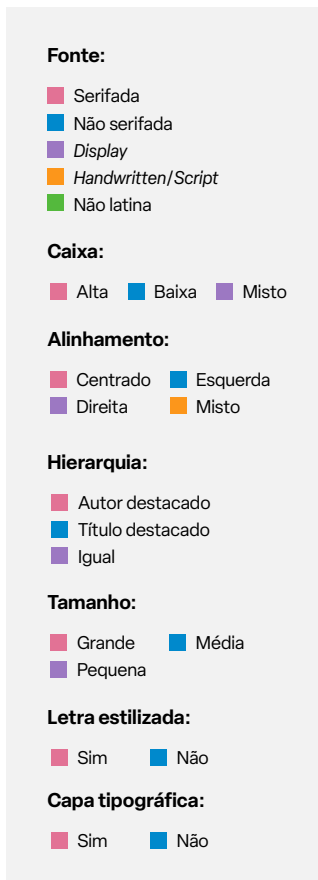


Figura 74
Resultados da análise tipográfica do livro *Sejam todos feministas*.

Conforme mencionado anteriormente, embora o livro não seja especificamente infantil, seu conteúdo é acessível para todas as idades. No entanto, após análise, observou-se que algumas editoras publicaram edições voltadas para um público mais jovem, o que levou à criação de novas capas voltadas para o público infantojuvenil. Essa abordagem pode explicar a presença de ilustrações mais lúdicas nas composições.

Ao projetar uma capa para um livro infantil, é importante considerar que o designer é uma pessoa adulta tentando projetar o que faria sentido para um público diferente. Esse processo pode, às vezes, resultar em equívocos sobre como projetar algo para esse público. Isso é particularmente evidente na tipografia, em que fontes mais lúdicas frequentemente imitam caligrafia infantil. Assim como fontes *display* com representações culturais podem carregar conotações errôneas, o design de fontes infantis também deve ter o mesmo cuidado e atenção.



Figura 75
Edições do livro *Sejam todos feministas* voltadas ao público infantojuvenil.

Tereza Bettinardi (2017), em seu artigo, questiona-se o quanto a ideia de “livros para crianças” reflete realmente os interesses e necessidades dos jovens leitores e quanto é uma construção idealizada por adultos sobre a infância. Bettinardi aponta que, no campo do Design Gráfico, essas idealizações muitas vezes se cristalizam em estereótipos. Ela destaca que isso é evidente na existência de uma categoria denominada “fontes para crianças” em sites de tipografia. Nessas seleções, frequentemente encontramos fontes descritas como “fofinhas”, “gordinhas” e “decoradas”, além de muitas que imitam a caligrafia infantil. Essas fontes são, invariavelmente, projetadas por adultos, frequentemente com grande habilidade, mas que podem não capturar a verdadeira perspectiva infantil.

4.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada edição de um livro pode apresentar capas muito distintas, dependendo das escolhas dos designers e das pessoas envolvidas no processo de desenvolvimento do projeto. Essa diversidade visual é influenciada também por diversos outros fatores, como o país de publicação, as tendências do mercado editorial, o gênero literário, o período histórico, se o livro faz parte de uma coleção ou é vendido de forma independente, entre outros aspectos. Em essência, a mesma narrativa pode se manifestar de diferentes maneiras visuais, o que, do ponto de vista do Design, é inspirador e evidencia tanto a relevância do livro quanto suas possibilidades gráficas.

As análises visuais nas capas dos livros de Chimamanda Ngozi Adichie revela uma diversidade de projetos editoriais, abrangendo diferentes estilos gráficos, paletas cromáticas, tipografias e formatos. Contudo, a análise mostrou como elementos visuais recorrentes, como cores, imagens e padrões gráficos, contribuem para a perpetuação de estereótipos relacionados a gênero, raça e território. O uso predominante de tons terrosos, padrões geométricos e texturas associadas à estética “étnica” reforça uma visão homogênea da África, desconsiderando sua pluralidade cultural. Em relação às representações de figuras humanas, muitas capas utilizam silhuetas genéricas ou abstratas, que, embora possam ser vistas como tentativas de universalização, acabam por obscurecer a diversidade racial e cultural das personagens e histórias de Adichie. Outras edições reforçam estereótipos de gênero ao utilizar cores associadas a convenções tradicionais, como tons de rosa para mulheres e azul para homens, fazendo associações binárias sobre gênero através do uso da cor.

Adicionalmente, foi constatado um contraste marcante entre as narrativas contemporâneas e dinâmicas da autora e as escolhas gráficas que frequentemente recorrem a simbolismos exóticos ou primitivistas, como savanas ou padrões tribais. Essas representações reduzem as histórias a visões limitantes do território africano, desconectando-se das temáticas urbanas e globais que caracterizam boa parte das obras de Chimamanda.

Após a realização de uma pesquisa com 100 participantes, eles foram convidados a votar na capa que consideravam mais “estereotipada” de acordo com sua percepção e entendimento do termo. A Figura 76 apresenta as edições que receberam o maior número de votos.



Figura 76
Compilado de capas mais estereotipadas de acordo com os participantes da pesquisa.

Observa-se que as capas mostradas na Figura 76 estão em consonância com aquelas que identifiquei como mais problemáticas na etapa de análise. Isso sugere uma forte correspondência entre os resultados da minha pesquisa e a percepção dos participantes, indicando que eles possuem um entendimento claro das edições que recorrem a clichês visuais e também percebem as problemáticas que essas imagens reforçam. Como consequência, entende-se que as editoras poderiam aproveitar essa sensibilidade dos leitores para propor novos tipos de projetos e evitar soluções óbvias. Embora a amostra seja pequena, ela sugere que os leitores reconhecem que silhuetas ou representações genéricas podem despersonalizar e simplificar a experiência das personagens e da autora.

Ao cruzar os dados obtidos no formulário de pesquisa (Anexos) com a análise de diferencial semântico aplicada às opções, percebe-se que, nas escalas avaliadas, todas as edições votadas como as mais estereotipadas foram classificadas como mais arrojadas do que elegantes, mais lúdicas do que sóbrias e mais figurativas do que abstratas. Isso pode sugerir que representações mais figurativas já estão saturadas para o leitor, que parece estar disposto a explorar capas visuais mais conceituais e menos previsíveis.

Por outro lado, a análise dos dados revela que, com exceção dos livros *No Seu Pescoço* e *Sejamos todos feministas*, as capas que os participantes consideraram mais relacionadas à narrativa (com base nas palavras-chave fornecidas na pesquisa) foram justamente aquelas que, segundo os próprios participantes, apresentavam mais estereótipos visuais. No caso do livro *Querida Ijeawele: Como Educar para o Feminismo* (2017), os participantes receberam as seguintes palavras-chave relacionadas à obra: Feminismo, Educação infantil, Empoderamento, Respeito, Diversidade e Cultura. Dentre eles, 58,8% identificaram a capa da Figura 77 como a mais alinhada com os temas da obra. Posteriormente, essa mesma capa foi escolhida como a mais estereotipada, de acordo com a opinião dos participantes.



Figura 77

Capa escolhida como a que apresentava mais estereótipos, segundo a opinião dos participantes da pesquisa.

Isso pode indicar que, ao considerar a temática das obras, os participantes ainda veem esses projetos editoriais como os mais adequados à narrativa. Essa percepção pode justificar, do ponto de vista editorial e mercadológico, a persistência de projetos gráficos "fáceis" de vender ao público leitor. Esse fenômeno pode refletir a visão do leitor sobre a cultura africana e as narrativas femininas, muitas vezes restringindo a compreensão da complexidade das experiências apresentadas. Além disso, esses projetos editoriais podem reforçar tais percepções.

No entanto, a mesma pesquisa perguntou aos participantes qual capa eles consideravam mais "atraente" dentre as opções apresentadas. Embora essa questão seja mais subjetiva, o termo "atraente" foi escolhido estrategicamente, pois a preferência estética por uma capa pode influenciar as vendas no mercado. A análise dos dados revela que muitas das capas mais votadas são mais abstratas e utilizam pinturas e ilustrações em suas composições. Isso sugere que as capas não precisam ser tão literais; os leitores parecem desejar ser desafiados e estimulados visualmente. Os resultados completos da pesquisa estão disponíveis nos Anexos.



Figura 78

Compilado de capas mais atrativas de acordo com os participantes da pesquisa.

Em suma, embora alguns estereótipos visuais tenham sido identificados em certas capas, há um espaço significativo para inovação, como exemplificado pelas capas da Figura 78. Isso indica que o mercado editorial deve considerar a diversidade visual e a profundidade das capas para refletir melhor a complexidade das narrativas e enriquecer a experiência do leitor.

CONCLUSÃO

A análise das capas de livros realizada nesta dissertação provocou uma reflexão profunda sobre as representações e sobre como os estereótipos visuais podem ser reforçados por meio de decisões de Design em projetos editoriais. Além de contribuir para o campo acadêmico ao promover uma maior consciência crítica ao projetar capas, este estudo também estimulou um debate essencial sobre como abordar essas questões sensíveis nas práticas de projeto.

Os participantes da pesquisa relataram que analisar as capas os levou a refletir mais criticamente sobre a representação visual das narrativas, especialmente no contexto dos estereótipos. Muitos expressaram uma nova consciência ao examinar capas de livros em livrarias, evidenciando o impacto simbólico dessa discussão, mesmo em um grupo pequeno, no comportamento e nas percepções dos leitores.

Em janeiro de 2024, esse projeto, ainda em desenvolvimento, foi apresentado a uma banca de professores, que fez uma crítica importante sobre a predominância de autores brancos na bibliografia. Essa crítica ofereceu uma oportunidade valiosa para incluir uma gama mais diversificada de vozes e perspectivas na presente dissertação. O debate sobre a diversidade na bibliografia e nas fontes de pesquisa é necessário para promover um futuro acadêmico mais inclusivo. Se os educadores passarem a questionar a inclusão e a diversidade em todos os trabalhos acadêmicos, não apenas nos que abordam esses temas diretamente, o impacto será significativo.

Valorizar a diversidade pode enriquecer a prática do Design Gráfico e promover uma compreensão mais completa e analítica do conhecimento, visto que o Design deve ser encarado como uma área multidisciplinar e plural, que abraça novos saberes e perspectivas. Esse conhecimento também deve ser compartilhado além da academia e refletido na prática diária.

De modo geral, promover uma interpretação crítica e reflexiva entre leitores e designers é fundamental para a evolução da área. Esta dissertação demonstrou que, ao questionar estereótipos, podemos contribuir para uma prática mais consciente no design de capas de livros. Chimamanda Ngozi Adichie alerta para os riscos de aceitar uma única narrativa como a verdade completa e enfatiza a importância de ouvir e considerar diversas histórias e perspectivas para evitar visões superficiais da realidade. Seu discurso teve um impacto profundo em mim e orientou este trabalho na busca por uma abordagem mais crítica, cuidadosa e multifacetada no campo do Design Editorial.

REFERÊNCIAS

BIBLIOGRAFIA

- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2009, Julho). The danger of a single story. *TEDGlobal*. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story?subtitle=en> Acesso em: 27 de janeiro de 2024
- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2003). *La Flor Púrpura*. Penguin Random House.
- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2006). *Medio Sol Amarillo*. Penguin Random House.
- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2009). *Algo Alrededor de tu cuello*. Penguin Random House.
- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2013). *Americanah*. Penguin Random House.
- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2014). *We should all be feminists*. Anchor Books.
- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2015). *Sejamos todos feministas*. Companhia das Letras.
- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2017). *Dear Ijeawele, or A Feminist Manifesto in Fifteen Suggestions*. Knopf.
- Adichie, Chimamanda Ngozi. (2020). *Notes on grief*. Fourth Estate.
- Alves, José. (2021, 21 de outubro). "O que significa Abdulrazak Gurnah ganhar o Nobel de Literatura?" *Jornal da USP*. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/cultura/o-que-significa-abdulrazak-gurnah-ganhar-o-nobel-de-literatura/>> Acesso em: 13 de maio de 2024
- Araújo, Eduardo. (2008). *A construção do livro: princípios da técnica de editoração*. Lexicon Editora Digital.
- Bettinardi, Tereza. (2017, 22 de março). "Livro infantil: fetiche dos designers". *Medium*. Disponível em: <<https://medium.com/@tbettinardi/livro-infantil-fetiche-dos-designers-64f59b68f106>> Acesso em: 5 de agosto de 2024
- Boulanger, Marie. (2021). *XX, XY: Sex, letters and stereotypes* (Tese de mestrado). ECV Paris. Disponível em: <<http://marie-boulanger.com/xx-xy-1>> Acesso em: 24 de maio de 2024
- Bracchi, Daniela. (2021). "Caminhos metodológicos para a análise semiótica de fotolivros". *Base de Dados de Livros de Fotografia*. Disponível em: <<https://livrosdefotografia.org/artigos/@id/29363>> Acesso em: 21 de julho de 2024
- Bringhurst, Robert. (2011). *Elementos do estilo tipográfico: versão 3.2*. Cosac Naify.
- Carvalho, Cadu. (2023, 25 de maio). "Tropos e estereótipos de etnia e gênero em tipografia". *Revista Recorte*. Disponível em: <<https://revistarecorte.com.br/artigos/tropos-e-estereotipos-de-etnia-e-genero-em-tipografia/>> Acesso em: 22 de julho de 2024
- Carvalho, André. (2021). *Como salvar o futuro: Ações para o presente*. Paralela.
- Charman-Anderson, Suw. (2017, 20 de dezembro). "Is Your Website Accidentally Sexist?" *24 ways*. Disponível em: <https://users.fba.up.pt/~up201404266/ex4/ex4_artigo.htm> Acesso em: 25 de maio de 2024

Chartier, Roger. (1998). *As Utilizações do Objecto Impresso*. Difel.

Chartier, Roger. (1998). *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. Unesp.

Chimamanda Ngozi Adichie. (2024). "About". Disponível em:
<<https://www.chimamanda.com/about/>> Acesso em: 30 de julho de 2024

Couto, Mia. (2020). *The tuner of silences*. Harvill Secker.

Cowing, Bryan. (2023, 21 de novembro). "The Thing Around Your Neck: a collection of short stories by Chimamanda Ngozi Adichie" [Vídeo]. Study.com. Disponível em:
<<https://study.com/academy/lesson/the-thing-around-your-neck-summary-analysis.html>> Acesso em: 25 de maio de 2024> Acesso em: 3 de agosto de 2024

Cunha, Tiago Sousa. (2023, 31 de agosto). "Os portugueses estão a ler mais e isso deve-se aos jovens: são eles quem mais compra livros em Portugal". *Expresso*. Disponível em:
<<https://expresso.pt/cultura/Livros/2023-08-31-Os-portugueses-estao-a-ler-mais-e-isso-deve-se-aos-jovens-sao-eles-quem-mais-compra-livros-em-Portugal-958dce-bf>> Acesso em: 13 de maio de 2024

Dussel, Enrique. (2005). "Europa, modernidade e Eurocentrismo". In *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/sur-sur/20100624093038/5_Dussel.pdf> Acesso em: 11 de maio de 2024

Eco, Umberto, & Carrière, Jean-Claude. (2009). *Não contem com o fim dos livros*. Bompiani.

Englefield, Johnny. (2021, 5 de agosto). "Marie Boulanger explores how typography perpetuates gender stereotypes". *Dezeer*. Disponível em: <<https://www.dezeen.com/2021/08/05/xx-xy-book-marie-boulanger-gender-typography/>> Acesso em: 25 de maio de 2024

FNAC. (n.d.). "Querida Ijeawele". FNAC. Disponível em: <<https://www.fnac.pt/Querida-Ijeawele-Chimamanda-Ngozi-Adichie/a1450913>> Acesso em: 28 de julho de 2024

GfK. (2023, 14 de março). "Global book market revenues up in 2023 thanks to rising prices". *GfK*. Disponível em: <<https://www.gfk.com/press/global-book-market-revenues-up-in-2023-thanks-to-rising-prices>> Acesso em: 17 de março de 2024

Gil, Antônio Carlos. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. Atlas.

Greta. (n.d.). "Notas sobre o Luto". Greta. Disponível em: <<https://www.gretalivraria.com/loja/p/notas-sobre-o-luto>> Acesso em: 28 de julho de 2024

Hall, Stuart. (2016). *Cultura e representação*. PUC Rio.

Hallewell, Laurence. (2005). *O livro no Brasil: sua história*. EDUSP.

Haslam, Andrew. (2010). *O Livro e o Designer II: como criar e produzir livros* (2ª ed.). Rosari.

Heller, Eva (2014). *A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão* (1ª ed.). Gustavo Gili.

hooks, bell. (2019). *Olhares Negros, Raça e Representação*. Boitempo Editorial.

Jiménez, Carlos Sanz. (2017, 1 de outubro). Chimamanda Ngozi Adichie: "Nossa época obriga a tomar partido". *El País*. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/01/cultura/1506882356_458023.html> Acesso em: 13 de maio de 2024

Johansson, Fredrik & Hastwell, Cassandra. (2023, 1 de junho). "Why Diverse and Inclusive Teams Are the Engines of Innovation". *Great place to work*. Disponível em: <<https://www.greatplacetowork.com/resources/blog/why-diverse-and-inclusive-teams-are-the-new-engines-of-innovation>> Acesso em: 13 de maio de 2024

Kane, John J. (2012). *Manual dos tipos*. Gustavo Gili.

Khandwala, Arjun. (2019, 5 de junho). "What Does It Mean to Decolonize Design?" *AIGA Eye on Design*. <https://eyeondesign.aiga.org/what-does-it-mean-to-decolonize-design/> Acesso em: 20 de maio de 2024

Langedijk, Bas. (n.d.) "That Great Logo? Paula Scher Probably Designed It". *Hurs*. Disponível em: <<https://hurs-official.com/home/hur-conversations/paula-scher>> Acesso em: 13 de maio de 2024

Levit, Briar. (Diretora/Produtora). (2017). *Graphic Means: A History of Graphic Design Production* [Documentário].

Lorusso, Stefanie. (2023). *What Design Can't Do: Essays on Design and Disillusion*. nai010 Publishers.

Meggs, Philip & Purvis, Alston. (2009). *História do Design Gráfico*. Cosac Naify.

Mendelsund, Peter, & Alworth, David J. (2020). *The Look of the Book: Jackets, Covers, and Art at the Edges of Literature*. Ten Speed Press.

Monitchele, Marcela. (2024, 31 de março). "Geração Z lidera nova onda de interesse por livros físicos e bibliotecas". *Veja*. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/comportamento/geracao-z-lidera-nova-onda-de-interesse-por-livros-fisicos-e-bibliotecas>> Acesso em: 21 de abril de 2024

O Globo. (2017, 10 de julho). "Internautas veem racismo em estampa de grife carioca, que pede desculpas". *O Globo*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/internautas-veem-racismo-em-estampa-de-grife-carioca-que-pede-desculpas-21573342>> Acesso em: 21 de maio de 2024

Oxford Learner's Dictionaries. (n.d.). "Representation. In Oxford Learner's Dictionaries." Disponível em: <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/representation?q=representation>> Acesso em: 22 de julho de 2024

Parkinson, Neil. (2023). *The History of Colour: A Universe of Chromatic Phenomena*. Frances Lincoln.

Pater, Ruben. (2016). *The Politics of Design: A (Not So) Global Design Manual for Visual Communication*. BIS Publishers.

Price, Leah. (2019). *What we talk about when we talk about books*. Princeton University Press.

Rand, Paul. (2019). *Pensamentos sobre design*. WMF Martins Fontes - POD.

Reis, Vilito. (2021, 15 de setembro). "PUBLICAR UM LIVRO — 6 Formas dos escritores chegarem aos leitores". Disponível em: <<https://viltoreis.com/publicar-um-livro/>> Acesso em: 13 de maio de 2024

Ribeiro, Djamila. (2017). *O que É Lugar de Fala?* Letramento.

Ribeiro, Djamila. (2019). *Pequeno Manual Antirracista*. Companhia das Letras.

Santana, Leonardo de Vasconcelos (2022). Aprendendo a julgar pela capa. Em *Revista Recorte* (págs. 45-47).

Silverberg, Max. (2014, 12 de maio). "The reason every book about Africa has the same cover—and it's not pretty". *Quartz*. Disponível em: <<https://qz.com/207527/the-reason-every-book-about-africa-has-the-same-cover-and-its-not-pretty>> Acesso em: 15 de dezembro de 2023

Tejada, Ramon. (2021). A joyful noise: A wish for design in conservative times, or, a desire to finally get out of those times. Em Joannette van der Veer (Ed), *Design in Conservative Times in between making great things and making things great again*. (págs. 3-21). Onomatopée.

Tenório, Jeferson. (n.d.). "Que África é essa?" TAG Livros (pp. 24-25). Disponível em: <https://issuu.com/taglivros/docs/tag_revista_outubro_issuuu> Acesso em: 15 de maio de 2024

Tschichold, Jan. (2007). *A Forma do Livro: Ensaios sobre Tipografia e Estética do Livro*. Ateliê Editorial.

Victionary Publisher (Ed.). (2020). *A Book on Books: New Aesthetics in Book Design*. Victionary.

Ward, Beatriz. (1930). "A taça de cristal, ou por que a tipografia deve ser invisível". Em Helen Armstrong (Ed), *Teoria do Design Gráfico* (2022). (págs. 47-54). Ubu Editora.

Wook. (n.d.). "Todos devemos ser feministas". Wook. Disponível em: <<https://www.wook.pt/livro/todos-devemos-serfeministas-chimamanda-ngozi-adichie/16410017>> Acesso em: 29 de julho de 2024

ÍNDICE DE IMAGENS

Figura 1

Gráfico de análise visual.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 2

Captura de tela do site Amazon Brasil.

Fonte: www.amazon.com.br

Acesso em 29 de março, 2024.

Figura 3

Quatro modelos simples de desenvolvimento de um livro.

Fonte: Extraído do livro *O Livro e o Designer II: como criar e produzir livros*, de Andrew Haslam (2010, p. 22).

Figura 4

Processo de montagem de laudas.

Fonte: extraída do documentário *Graphic Means: A History of Graphic Design Production*.

Figura 5

Projeto *Judging by the cover* de Leonardo de Vasconcelos Santana.

Fonte: www.futuress.org/stories/judging-by-the-cover/

Figura 6

Diagrama criado para o projeto *Judging by the Cover* de Leonardo de Vasconcelos Santana.

Fonte: www.futuress.org/stories/judging-by-the-cover/

Figura 7

Compilado de capas de livros publicados por autores africanos.

Fonte: Tweet de Simon Stevens, [www.twitter.com/SimonMStevens/status/464049317926686720](https://twitter.com/SimonMStevens/status/464049317926686720)

Figura 8

Estampa “Rua do mar”.

Fonte: <https://extra.globo.com/noticias/rio/internautas-veem-racismo-em-estampa-de-grife-carioca-que-pede-desculpas-21573605.html>

Figura 9

Capas criadas por David Pearson para o volume 1 da série 'Great Ideas' da Penguin Classic. Fonte: <http://indexgrafik.fr/david-pearson/>

Figura 10

Capa do livro *O homem nu*, criada pela designer Bea Feitler.

Fonte: <https://www.anothermag.com/art-photography/gallery/9042/bea-feitler/1>

Figura 11

Pôster criado por William Nicholson e James Pryde (Beggarsstaffs, 1899) para a peça de teatro "A Trip to Chinatown".

Fonte: Imagem da Bibliothèque Nationale de France.

Figura 12

"Neuland" poster, criado por Rudolf Koch's

Fonte: <https://archive.org/details/LFAReynolds012>

Figura 13

Tipografia Lithus, da empresa Monotype Imaging

Fonte: <https://www.fonthaus.com/fonts/monotypeimaging/Lithos/MI15610639>

Figura 14

Capa do livro *Men are from Mars, Women are from Venus*, publicada pela editora HarperCollins em 2002.

Fonte: <https://www.wook.pt/livro/men-are-from-mars-women-are-from-venus-john-gray/391673#details>

Figura 15

O Saltério de Mainz de 1457

Fonte: Mary Evans / Bridgeman Images

Figura 16

Projeto desenvolvido pela artista JeongMee.

Fonte: <https://www.itsnicethat.com/features/jeongmee-yoon-the-pink-and-blue-project-photography-040319>

Figura 17

Capas dos livros *Mulheres, Raça e Classe* (2016), *A Liberdade é uma Luta Constante* (2018) e *O Sentido da Liberdade* (2022), publicadas pela editora Boitempo.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 18

Capas do livro *The color purple*, de Alice Walker.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 19

Primeira versão da capa de *Things fall apart*, publicada em 1928.
Fonte: en.wikipedia.org/wiki/Things_Fall_Apart

Figura 20

Capas dos livros *This book is gay* (2014) e *What's the t?* (2021), publicadas pela Editora Hot Key Books
Fonte: barnesandnoble.com/blog/juno-dawson-this-book-is-gay/

Figura 21

Capas das revistas *Para todos*, ilustradas por José Carlos.
Fonte: ibamendes.com/2012/06/capas-de-revistas-antigas-i.html
flashbak.com/para-todos-covers-brazils-gorgeous-1920s-art-deco-style-magazine-372408/

Figura 22

Captura de tela do site de pesquisa www.google.com, fazendo a busca pelos termos "África imagens".
Fonte: desenvolvido pela autora.
Acesso em 21 de maio, 2024.

Figura 23

Captura de tela do site de pesquisa www.google.com, fazendo a busca pelos termos "Europa imagens".
Fonte: desenvolvido pela autora.
Acesso em 21 de maio, 2024.

Figura 24

Novas edições brasileiras do livro 1984
Fonte: jornalnota.com.br/2021/03/03/em-dominio-publico-livro-1984-vira-aposta-de-editoras-e-vendas-sobem-663/

Figura 25

A autora Chimamanda no TED Talk: *O Perigo de Uma História Única* (2009)
Fonte: ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript

Figura 26

Gráfico da Escala de diferencial semântico.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 27

Critérios de classificação tipográfica.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 28

Exemplos das análises das paletas cromáticas.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 29

Compilado de capas de *Hibisco roxo* com predominância da cor roxa.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 30

Compilado de *Hibisco roxo* com predominância das cores rosa e vermelho.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 31

Compilado de capas com a representação da personagem principal.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 32

Compilado de capas que utilizam o recurso visual da silhueta.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 33

Compilado de capas do livro *Hibisco Roxo* com a personagem principal.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 34

Resultados da análise tipográfica do livro *Hibisco Roxo*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 35

Compilado de capas com fontes *display* e *handwritten*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 36

Compilado de capas com referência aos Estados Unidos.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 37

Compilado de capas mais genéricas.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 38

Compilado de capas mais inovadoras do livro *Americanah*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 39

Compilado de capas com a representação da personagem principal Ifemelu.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 40

Edição chinesa do livro *Americanah*, publicado pela editora Mu Ma Wen Hua.

Figura 41

Diversidade textil do continente africano criado por Priya Shah.

Fonte: minds-africa.org/fabric-map-of-africa-the-art-of-storytelling/

Figura 42

Resultados da análise tipográfica do livro *Americanah*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 43

Capas mais sóbrias com pouco uso de cores.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 44

Capas não tipográficas.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 45

Resultados da análise tipográfica do livro *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 46

Capas tipográficas do livro *Querida Ijeawele: Como educar para o feminismo*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 47

Bandeira da República do Biafra.

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Biafra#/media/Ficheiro:Flag_of_Biafra.svg

Figura 48

Capas mais abstratas do livro *Meio Sol Amarelo*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 49

Capas mais genéricas do livro *Meio Sol Amarelo*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 50

Capas com a representação do sol.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 51

Compilado de capas com a representação da personagem.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 52

Resultado da análise tipográfica do livro *Meio Sol Amarelo*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 53

Tipografias mais lúdicas.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 54

Capas mais melancólicas.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 55

Capas mais melancólicas.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 56

Capas minimalistas.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 57

Outras edições do livro *Notas sobre o Luto*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 58

Resultados da análise tipográfica do livro *Notas sobre o Luto*.

Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 59

Uso de tipografias mais lúdicas.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 60

Capas com tons mais vibrantes do livro *No seu Pescoço*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 61

Capas com tons mais sóbrios do livro *No seu Pescoço*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 62

Capas com o uso da silhueta do livro *No seu Pescoço*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 63

Capas mais melancólicas do livro *No seu Pescoço*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 64

Capas com o elemento da borboleta do livro *No seu Pescoço*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 65

Resultados da análise tipográfica do livro *No seu Pescoço*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 66

Edição inglesa do livro *The thing around your neck*, publicado pela editora Anchor Books.
Fonte: [amazon.com/Thing-Around-Your-Neck/dp/0307455912](https://www.amazon.com/Thing-Around-Your-Neck/dp/0307455912)

Figura 67

Compilado da coleção espanhola de livros da Chimamanda.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 68

Compilado de capas com pouco uso de cores do livro *Sejamos todos feministas*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 69

Capas do livro *Sejamos todos feministas* que usam rosa e azul para representar dualidade.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 70

Capa com tons terrosos do livro *Sejamos todos feministas*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 71

Capas do livro *Sejamos todos feministas* com a imagem da Chimamanda.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 72

Capas mais lúdicas do livro *Sejamos todos feministas*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 73

Capas do livro *Sejamos todos feministas* que ilustram a igualdade entre os gêneros.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 74

Resultados da análise tipográfica do livro *Sejamos todos feministas*.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 75

Edições do livro *Sejamos todos feministas* voltadas ao público infantojuvenil.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 76

Compilado de capas mais estereotipadas de acordo com os participantes da pesquisa.
Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 77

Capa escolhida como a que apresentava mais estereótipos, segundo a opinião dos participantes da pesquisa.
Fonte: www.wook.pt/livro/querida-ijeawe-le-como-educar-para-o-feminismo-chimamanda-ngozi-adichie/21378970

Figura 78

Compilado de capas mais atrativas de acordo com os participantes da pesquisa.
Fonte: desenvolvido pela autora.

ENTREVISTAS



Túlio Cerquize é um designer gráfico e ilustrador formado pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, começou sua carreira em 2011 como estagiário no Grupo Editorial Record. Ao longo dos anos, trabalhou em uma variedade de projetos, incluindo capas de livros para autores renomados como Neil Gaiman, Henry Miller e Terry Pratchett. Seu portfólio inclui clientes importantes como Editora Intrínseca, Harper Collins Brasil e Editora Record, entre outros. Recebeu prêmios e reconhecimentos, como o Latin American Design Awards e o Type Director's Club. Atualmente, reside em São Paulo e acredita no poder transformador da arte e do Design na sociedade.

Esta entrevista foi editada e condensada para maior clareza.

1. Quais são as habilidades mais importantes para um designer de capas de livros e como você descreveria seu estilo criativo e processo de trabalho?

As habilidades importantes para um designer de capas de livros incluem resiliência e a capacidade de traduzir a essência do livro em uma imagem, como um cartaz, independentemente do estilo. É fundamental transmitir a mensagem central do livro, adaptando-se a diferentes estilos editoriais.

Quanto ao estilo criativo e processo de trabalho, somos influenciados pelo que consumimos. Inicialmente, eu tentava evitar um estilo definido, mas percebi que os editores muitas vezes selecionam designers com base em estilos específicos. Meu processo começa com o *briefing* do editor, seguido por esboços iniciais para explorar o equilíbrio visual da capa, considerando a venda digital. Procuro incorporar elementos do livro, como cores ou temas, enquanto tento evitar o óbvio, especialmente em casos não relacionados a mistério.

Geralmente, entrego várias opções de capas, pois o designer tem influências limitadas sobre o resultado final, com muitas partes envolvidas no processo, desde autores a editores e até mesmo leitores. O objetivo é representar fielmente o conteúdo do livro, criando uma conexão imediata e envolvente com o leitor, sem revelar demais, especialmente em casos de mistério, para evitar spoilers. Em resumo, o objetivo é condensar a essência do livro na capa, adaptando-se ao público-alvo e à proposta editorial, garantindo que a capa seja um reflexo preciso do conteúdo, sem entregar demais, mas o suficiente para atrair e intrigar o leitor.

2. Você julga um livro pela capa?

A capa de um livro não determina completamente meu julgamento sobre ele, mas serve como um ponto de partida para despertar meu interesse inicial. Muitas vezes, a capa influencia minha decisão de compra, mas o conteúdo ainda é crucial. Quando vejo um livro com uma capa atraente, sou inclinado a investigar mais, porém, se o tema não me interessa, mesmo uma capa bonita não garante a compra.

Em uma prateleira cheia de opções, a capa desempenha um papel importante na escolha, especialmente quando há muitos títulos competitivos. Naturalmente, sou atraído visualmente para o que considero mais bonito, mas o conteúdo ainda é determinante na minha decisão final.

3. Quais são os principais elementos que você considera ao desenvolver uma capa de livro e como você adapta seu processo criativo ao projetar para autores de diferentes contextos culturais, étnicos ou sociais?

Os principais elementos que considero ao desenvolver uma capa de livro são, primeiramente, o gênero do livro, que pode variar de algo sofisticado a um best-seller de autoajuda, por exemplo. Além disso, mencionei anteriormente a importância do thumbnail, que deve atrair o interesse do leitor mesmo em miniatura, como em catálogos *on-line* ou em marketplaces onde se está navegando sem conhecer o livro.

Quando se trata de projetar para autores de diferentes contextos culturais, étnicos ou sociais, enfatizei a importância de evitar estereótipos. Por exemplo, ao criar a capa do livro “Fica Comigo” de Ayòbámi Adébáyò, procurei incorporar elementos da cultura Yorubá, mas mantendo uma interpretação própria e evitando estereotipar o grupo étnico.

Embora eu não tenha controle total sobre o resultado final devido ao feedback editorial e outros fatores, busco trazer diversidade e profundidade às minhas criações. Isso inclui pesquisar sobre a cultura em questão e buscar elementos além do visual, como a música, para enriquecer a composição gráfica. Mesmo com prazos apertados, tento aproveitar ao máximo o tempo disponível para construir uma capa significativa e envolvente.

4. Você acredita que o Design Gráfico pode ser uma ferramenta eficaz para abordar questões políticas e sociais e como isso influencia sua abordagem ao criar capas de livros?

Eu acredito que o Design Gráfico pode e deve ser uma ferramenta eficaz para abordar questões políticas e sociais. Vejo o papel do designer como mais do que apenas criar algo esteticamente agradável, mas sim como um agente de reflexão e provocação. Ao criar capas de livros, procuro instigar a reflexão do observador, mesmo que o tema do livro não seja diretamente político.

Entendo que o Design, historicamente, tem sido uma forma de produção política, e acredito que, mesmo quando o trabalho não é explicitamente político, ainda pode ter um impacto nessa esfera. Minhas próprias experiências e referências pessoais influenciam meu trabalho diário, mesmo que de forma não intencional. Por exemplo, experiências anteriores, como criar estampas para camisetas de uma banda, acabam refletindo em meu trabalho posterior, como a criação de capas de livros. Essas influências são incorporadas naturalmente em meu trabalho, mesmo que não seja de forma intencional.

5. Quão importante para você é a colaboração em seu processo de desenhar um livro?

Para mim, a colaboração desempenha um papel importante no processo de Design de um livro. Mesmo que eu trabalhe de forma independente, sempre estou influenciado por diversas fontes que colaboram indiretamente com meu processo criativo.

No entanto, valorizo especialmente a colaboração ativa com o editor ou o autor do livro. Essa troca de ideias e feedback é fundamental para direcionar o projeto de forma mais eficaz, pois o editor muitas vezes tem uma compreensão mais clara do público-alvo, enquanto o diretor de arte pode oferecer insights visuais valiosos. Os projetos que mais aprecio são aqueles que surgem de processos colaborativos.

Porém, é importante reconhecer que há um limite para a quantidade de colaboração que pode ser útil. Às vezes, muitas opiniões podem se tornar contraproducentes, especialmente se não forem fundamentadas em justificativas sólidas. A colaboração é valiosa até certo ponto, mas é essencial encontrar um equilíbrio para garantir que o conceito e a visão do projeto sejam preservados.

6. Como você aborda *briefings* para capas de livros que podem não estar alinhados com sua visão criativa ou valores pessoais, especialmente quando fornecidos por uma editora?

Quando recebo *briefings* para capas de livros que podem não estar alinhados com minha visão criativa ou valores pessoais, tento encontrar maneiras de subverter as expectativas dentro do *briefing*. Ao apresentar minhas propostas, sempre incluo pelo menos uma opção que foge das diretrizes fornecidas. Essa abordagem muitas vezes resulta na minha melhor criação, mesmo quando o trabalho é principalmente para atender às demandas financeiras. No final das contas, é importante lembrar que é trabalho, embora seja algo que amamos fazer.

Durante o processo, procuro entender o motivo por trás de certas solicitações do *briefing*. Se não estiver claro, questiono e sugiro alternativas, embora saiba que algumas vezes tenha que seguir as instruções à risca. Priorizo sempre o que considero mais interessante para minha visão do projeto, mesmo que isso signifique investir mais energia em algumas propostas do que em outras. Mesmo que uma proposta alternativa não seja escolhida, ainda consigo expressar meu ponto de vista à editora e, no final, consigo finalizar o projeto, mesmo que não concorde completamente com todas as decisões.

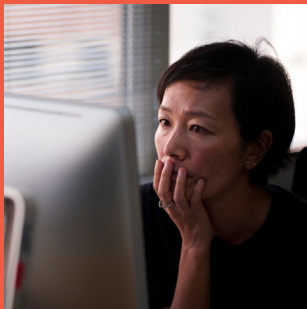
Reconheço que às vezes a falta de afinidade com um projeto pode criar uma barreira para apreciá-lo plenamente, mas faço o meu melhor para garantir que meu trabalho

atenda às expectativas, mesmo que pessoalmente não me sinta completamente conectado a ele.

7. Quais são alguns dos desafios enfrentados pelos designers de capas de livros no mercado editorial atual?

Os designers de capas de livros enfrentam diversos desafios no mercado editorial atual. Um dos principais é a pressão do tempo, com prazos sempre apertados e a necessidade de produzir múltiplas versões em curtos períodos. Essa corrida contra o relógio muitas vezes é agravada pela falta de compreensão por parte dos editores sobre o processo criativo envolvido na criação de uma capa, o que pode levar a *briefings* pouco claros ou irrealistas.

Além disso, lidar com o feedback dos clientes pode ser desafiador, já que nem sempre é positivo e frequentemente exige revisões rápidas e frequentes. Isso pode gerar um ciclo de trabalho intenso e estressante. Outro desafio significativo é a questão dos valores financeiros. Muitos designers enfrentam remunerações estagnadas ao longo do tempo, mesmo que o custo de vida e os custos operacionais continuem aumentando. Isso cria uma situação em que os designers muitas vezes precisam fazer mais com menos, sem uma compensação financeira adequada pelo seu trabalho. Eu acredito que a gestão do tempo, a comunicação eficaz com os clientes e a busca por valores justos são algumas das principais dificuldades enfrentadas pelos designers de capas de livros no mercado editorial atual.



Mayumi Okuyama, é designer gráfica, joalheira, e fundadora e editora de arte do Instituto Emília, plataforma dedicada à leitura e literatura para crianças e jovens. Formada em arquitetura pela FAU-USP, atualmente cursa especialização em joalheria (MA Jewelry & Metal Arts) na Academy of Art University em São Francisco, EUA. Seu estúdio gráfico é dedicado a Design Editorial, edição de arte e identidade visual. E em sua bancada produz joalheria artística e artesanal.

1. Quais são as habilidades mais importantes para um designer de capas de livros e como você descreveria seu estilo criativo e processo de trabalho?

Acho que a primeira de todas é ser um bom leitor. Ao dizer isso, me refiro ao prazer de entrar na história do livro, na vida do autor, nos tempos apresentados pelo livro. Aquilo que chamo de processo ideal é aquele que temos contato com o texto e tempo de pesquisa sobre o autor e a história. Mas muitas vezes não temos acesso ao livro inteiro, invariavelmente por falta de tempo, aí sempre costumo ter uma boa conversa com o editor e parto para uma pesquisa sobre o tema do livro, sobre o período que ele trata e, claro, sobre o que já foi feito sobre este livro.

Gosto que a pesquisa seja bem ampla, abarcando desde referência visuais, históricas, gráficas e tipográficas. Dessa forma, vou traçando um universo de trabalho para o livro.

2. Você julga um livro pela capa?

Sim, acho que isso é inevitável na nossa profissão. Mas não é meu único critério.

3. Quais são os principais elementos que você considera ao desenvolver uma capa de livro e como você adapta seu processo criativo ao projetar para autores de diferentes contextos culturais, étnicos ou sociais?

Acho que o trabalho do designer é contemplar muitos elementos em todo o processo e tentar reuni-los na capa. Os elementos vão desde aquilo que mencionei sobre a história do livro, o seu contexto histórico e o autor; até elementos técnicos como o formato do livro, os recursos gráficos disponíveis (papel, tipo de impressão, etc). Acho que os contextos culturais, étnicos e sociais estão incluídos como parte fundamental da pesquisa que faço para a elaboração do projeto.

4. Você acredita que o Design Gráfico pode ser uma ferramenta eficaz para abordar questões políticas e sociais e como isso influencia sua abordagem ao criar capas de livros?

Sim, o Design Gráfico é uma forma de expressão de arte e, como tal, deve trazer elementos claros ou subliminares de comunicação. Somos seres políticos e acredito ser desejável que isso entre na nossa produção. Claro que em tudo deve ser modulado, há sempre um diálogo com o editor, com a editora.

5. Quão importante para você é a colaboração em seu processo de desenhar um livro?

Extremamente importante. Considero os melhores trabalhos aqueles em que pude estabelecer um diálogo forte seja com o editor, com o ilustrador, fotógrafo, e melhor ainda quando há contato com o autor.

6. Como você aborda *briefings* para capas de livros que podem não estar alinhados com sua visão criativa ou valores pessoais, especialmente quando fornecidos por uma editora?

Com diálogo com o editor. Mas raramente tive problemas em relação a isso.

7. Quais são alguns dos desafios enfrentados pelos designers de capas de livros no mercado editorial atual?

Acho que hoje muitas vezes sinto que há uma demanda não só por visibilidade, mas por 'instantaneidade'. Às vezes isso pode fazer com que as pessoas procurem imagens óbvias de associação imediata com determinado tema ou autor. Acho que isso leva ao tema da sua pesquisa, que é o uso indiscriminado de imagens que reforçam estereótipos.



Rui Silva é designer gráfico. Formou-se na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto em 2005, onde desaprendeu quase tudo e cultivou o fascínio por tudo o mais. Iniciou o projeto www.alfaiataria.org com o objetivo de praticar o cortar e colar gráfico em todo o mundo. Desde 2007 tem o prazer de desenhar livros para editoras como Antígona, Orfeu Negro e Dafne. Sofre de um espírito diagramático obsessivo e de um prazer crescente em colaborar com os outros. É ávido colecionador de discos de vinil não anglófonos vindos da restrita região entre os trópicos de Câncer e Capricórnio, que apresenta em saraus com seu Instituto Fonográfico Tropical. Em 2016 aderiu ao paradigma das materialidades por um período de quatro anos, renovável indefinidamente. A sua tese de doutoramento (em curso) intitula-se “A Condição de Ser Livro: a publicação como prática artística e o livro como artefacto”.

1. Quais são as habilidades mais importantes para um designer de capas de livros e como você descreveria seu estilo criativo e processo de trabalho?

O estilo é uma falsa questão ou pode induzir em erro. O ponto de partida está na editora e no seu projecto. O estilo está condicionado pelo horizonte publicável da editora e pelo referencial imagético que esta possui. Se a editora já existe, este horizonte está definido no catálogo, mas o publicável tem mais camadas:

tipologia – livro de texto, livro misto (texto e imagens), ou catálogo visual;

gêneros – livros técnicos, romances, ensaios, etc.;

financiamento – institucional, empresarial, independente e subvencionado.

A habilidade mais importante para um designer de capas é compreender qual o horizonte publicável do projeto editorial porque este define a relação da editora com o livro: se esta é mais estratificada e convencional ou é mais dada à exploração da pluralidade paratextual. O espaço criativo é o que resta desta análise e define a ambição que existe para o livro a desenhar.

2. Você julga um livro pela capa?

Não julgo mais um livro do que qualquer artefato em que se recorram a metáforas visuais para a definir a sua representação. No estado atual de capitalismo avançado, é possível julgar tanto talheres como capas, porque todos têm narrativas de desenho inscritas. Diria que é a consequência natural de só se criarem espaços e objetos com conceitos e, quando menos esperamos, estes acabam a falar por si.

3. Quais são os principais elementos que você considera ao desenvolver uma capa de livro e como você adapta seu processo criativo ao projetar para autores de diferentes contextos culturais, étnicos ou sociais?

A capa é uma metonímia do conteúdo do livro e deve ser pensada como tal. As metonímias são gatilhos para um todo, e não uma reprodução do todo. Neste exercício metafórico existem dois sentidos que prevalecem, o denotativo e o conotativo. O primeiro é o que explica a predominância de estereótipos visuais em capas, como a representação de casas num livro sobre o problema da habitação ou uma a reprodução de uma paisagem de savana em qualquer livro que aconteça em África. Nestes casos é bem visível que é o horizonte publicável da editora que define a sua visualidade, e é notório que o público é pensado como uma entidade que não é capaz de interpretar, que apenas consegue absorver dados simplificados. No segundo caso, o sentido conotativo, a capa é um exercício de leitura e percepção, é dado ao leitor espaço para construir um ideário visual a partir de indicadores mais ou menos concretos. O esforço vai no sentido de produzir um ambiente visual que não explore apenas argumentos lógico-verbais, mas use a materialidade como argumento para uma experiência que pode ser sensível e afectiva. Assume-se a capa como um ponto de ligação para um espaço de imaginação e não uma explicação do livro.

Explorando uma abordagem denotativa é inevitável que os autores de diferentes contextos culturais, étnicos ou sociais sofram de um tratamento mais tipificado, limitado, por vezes, a resultados de pesquisas de bancos de imagens.

4. Você acredita que o Design Gráfico pode ser uma ferramenta eficaz para abordar questões políticas e sociais e como isso influencia sua abordagem ao criar capas de livros?

O Design Gráfico é certamente uma ferramenta que serve para abordar questões sociais e políticas, a sua eficácia é que me parece ser relativa. O *panismo*³⁰ da disciplina de Design Gráfico identificado por Silvio Lorusso demonstra que parece existir um

³⁰ <https://networkcultures.org/entreprenariat/design-panism-a-timeline/>

imperativo categórico em Design, uma intenção de melhoria do mundo, que nem sempre é verificável na prática. A dimensão política em Design é normalmente apresentada a partir de casos históricos como um fim emancipatório centrando-se o foco nos movimentos de contra-cultura ou de libertação, mas ela acontece em diferentes escalas e com propósitos mais dúbios. Ao pensarmos em capas de livros estas afirmações políticas podem não ser claras ou simplesmente esparsas, mas é possível identificar alguns padrões, um deles está nas capas com fotografias ou retratos de autores.

O texto *A morte do Autor* de Roland Barthes teve um efeito reestruturante na teoria literária ao libertar o processo de leitura da identificação da intenção ou vontade do autor, mas em capas de livros existe um problema inverso, uma recorrente ressurreição do autor como metáfora visual. Utilizando *A morte do Autor* como princípio de orientação, o grau zero de comunicação de um livro, o sentido denotativo por excelência, deveria ser a utilização de retratos ou fotografias de autores em capas, uma vez que o texto é um a entidade autónoma da biografia do seu autor. O uso de imagens de autores em capas significa que não é o texto que é relevante, mas a biografia e identidade do autor. Esta estratégia é populista e advém do *marketing* de campanhas eleitorais, em que se retira o debate de ideias e se transfere a discussão para as qualidades morais e éticas de indivíduos. Isto leva a que, independentemente do conteúdo textual inscrito, um livro de Donald Trump com o seu retrato usando um boné MAGA e outro de Obama com o slogan Hope produzam acepções distintas mediante a apreciação que o leitor faz dos políticos em causa.

Todavia, quando a mesma estratégia é utilizada noutro contexto esta pode ter outra eficácia e até ser emancipatória. Isto acontece no caso das autoras negras que são resgatadas da invisibilidade para serem representadas nas capas dos seus livros. Mantendo-se a estratégia gera-se um confronto com o desequilíbrio de representatividade das estantes das livrarias. O sentido denotativo passa a ter um efeito político por intermédio do contexto e serve para ilustrar que as regras e códigos de comportamento em Design Gráfico não devem ser gravados na pedra.

A dimensão política em Design não está garantida pelo recurso a uma determinada cartilha gráfica de comunicação, está quase sempre dependente da observação e análise da paisagem.

5. Quão importante para você é a colaboração em seu processo de desenhar um livro?

A colaboração existe em vários níveis e é permanente. Não há uma oposição entre editora vs designer, mas sucedem desfasamentos pontuais de expectativas que são trabalhados através de diálogo. Também colaboro regularmente com ilustradores e essa experiência é bastante recompensadora, porque permite expandir o universo gráfico das livrarias e bibliotecas, e esse resultado é bastante recompensador.

6. Como você aborda *briefings* para capas de livros que podem não estar alinhados com sua visão criativa ou valores pessoais, especialmente quando fornecidos por uma editora?

No caso de serem situações extremas, em que não vejo entendimento possível, tenho uma resposta base que, felizmente, usei muito poucas vezes: “compreendo a vossa opção e os objectivos pretendidos, mas existem pessoas mais direccionadas e mais competentes para a executar”. De resto, existe um mal-entendido que é repetido vezes sem conta nos ambientes académicos, algo que se pode resumir como o designer de esquerda que é convidado para fazer um logotipo de um partido de extrema direita, ou vice-versa. Esta situação é inverosímil, ou pouco provável, porque não estou a ver o que atrai estes dois pólos ao ponto de ponderarem colaborar num projecto quando não conseguem estar juntos numa sala. O capitalismo é capaz de coisas absurdas, mas tende a ser um ambiente de escolhas pragmáticas e de privilegiar amizades e lobbies.

7. Quais são alguns dos desafios enfrentados pelos designers de capas de livros no mercado editorial atual?

Na esteira de Alice Rawsthorn, verifico que as instituições e as empresas chegaram à conclusão que o Design é demasiado importante para entregar essa responsabilidade a designers. Neste sentido, existe uma crescente pressão institucional para controlar o discurso verbal e gráfico, e esta tem como resultado a construção de um imaginário demasiado burocrático e literal. Vivemos tempos de imaginação truncada.



Tamires Mazzo é designer multidisciplinar e trabalha com Design há 10 anos. Formada em Design na Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo (2015) e é mestre em Design Gráfico e Projetos Editoriais pela Faculdade de Belas Artes do Porto, em Portugal. Morou 4 anos na cidade do Porto (2018 - 2022) e 5 meses na cidade de Córdoba na Espanha (2021), onde trabalhou como designer em uma editora de livros da cidade e foi bolsista pelo programa Erasmus+ Europeu. Atualmente trabalha como Designer Editorial e Gráfica sênior na Editora Relicário de Belo Horizonte, onde é responsável por diversos projetos da editora. Também é a designer responsável pelo projeto gráfico da primeira coleção dedicada à autora Marguerite Duras no Brasil. Trabalhou de 2023 até o começo de 2024 na Editora Abril na Revista Você SA. Nos últimos 2 anos foi estrategista de marca, verbal e pesquisa no estúdio Rebu, onde desenvolveu trabalhos de alta complexidade, colocando em prática diferentes metodologias de Design que colaboraram para parte estratégica. Também desenvolveu o site da importante coleção do Antonio Candido para editora Todavia de São Paulo. Além de ter diversos clientes em diferentes áreas, colaborando em diferentes projetos de Design.

1. Quais são as habilidades mais importantes para um designer de capas de livros e como você descreveria seu estilo criativo e processo de trabalho?

Acredito que o mais importante é o repertório desse profissional. E falo sobre ir além das referências visuais que vemos por aí, é mais sobre olhar outros lugares, outras formas de ver de fato. Acessar o imaginário. Trabalhar com livros é sobre leitura, é explorar nossos campos de interpretação.

2. Você julga um livro pela capa?

Hahaha, acho que todo mundo julga e eu estou nesse todo mundo. Mas porque a capa é de fato o primeiro acesso que temos com o livro.

3. Quais são os principais elementos que você considera ao desenvolver uma capa de livro e como você adapta seu processo criativo ao projetar para autores de diferentes contextos culturais, étnicos ou sociais?

O principal elemento é o contexto, é preciso entender não só o cunho literário que esse livro vai carregar, mas como eu, diseñadora (designer) posso potencializar essa literatura. Depois o estudo, estudo visual mesmo, testes, experimentações. A escolha tipográfica, que pra mim é o topo desse processo criativo.

Agora sobre a diversidade de autores, é importante sempre entender que não somos universais, então às vezes uma referência que é boa pra mim não faz sentido pro contexto textual e também para o autor ou autora. É preciso estar sempre com o coração aberto ao aprendizado.

4. Você acredita que o Design Gráfico pode ser uma ferramenta eficaz para abordar questões políticas e sociais e como isso influencia sua abordagem ao criar capas de livros?

Com certeza, Design é política, como tudo nessa vida. Justamente por trabalharmos com imagem, temos uma responsabilidade social ainda maior, com livro nem se fala. Pra justamente não entrarmos em estereótipos, em padrões errados ou conservadorismo. Nada disso combina com criativos, a arte, o Design é sim uma forma de romper e questionar o mundo, além de ser uma ferramenta pra contar histórias. Porém histórias reais.

5. Quão importante para você é a colaboração em seu processo de desenhar um livro?

Não construímos nada sozinhos. Fazer um livro é preciso a troca. Acho bastante importante, sendo que o livro-objeto é algo que transcende gerações. Existe uma responsabilidade em fazer livros. E por isso a colaboração é importante.

6. Como você aborda briefings para capas de livros que podem não estar alinhados com sua visão criativa ou valores pessoais, especialmente quando fornecidos por uma editora?

Quando interfere em valores pessoais, se isso está trazendo uma visão cultural distorcida, acho que sempre precisamos nos impor, por mais que seja difícil. Ainda mais quando não podemos perder a oportunidade de emprego. Defender nossas ideias não é sobre gosto, é sobre ESTUDO. As pessoas precisam começar a enxergar o designer como um profissional que PENSA, que estuda, que projeta.

Já sobre visão criativa, precisamos também como profissionais entender que nem sempre o que queremos vai ser aprovado. E fim. E aí entra nosso diferencial, procurar novos caminhos é também um jeito de fazer diseño (Design)

7. Quais são alguns dos desafios enfrentados pelos designers de capas de livros no mercado editorial atual?

Acho que o maior desafio nem é com o fazer arte, fazer do meu jeito ou coisa do tipo. O maior desafio é que estamos em um momento de revolução digital, onde tem muita gente usando AI para criar imagens sem responsabilidade. O maior desafio é esse, é que não estamos de fato discutindo algo urgente de forma eficaz.

ANEXOS

Formulário de pesquisa - Paula Hentges

Seja bem-vindo(a) ao formulário de pesquisa para minha dissertação de mestrado, intitulada "Design Gráfico como Ferramenta de Conscientização Política: Análise dos Estereótipos Visuais nas Capas dos Livros de Chimamanda Ngozi Adichie".

Esta pesquisa tem como objetivo explorar a percepção das pessoas sobre estereótipos visuais presentes no design de capas de livros.

Muito obrigada pela sua contribuição!

Qual a sua idade? *

Sua resposta

Qual a sua profissão? *

Sua resposta

Qual a sua identidade de gênero?

Sua resposta

Qual a sua nacionalidade? *

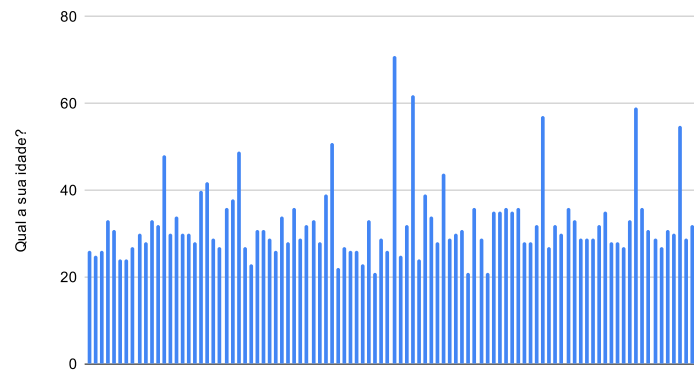
Sua resposta

Você já leu algum livro da autora Chimamanda Ngozi Adichie? Se sim, qual?

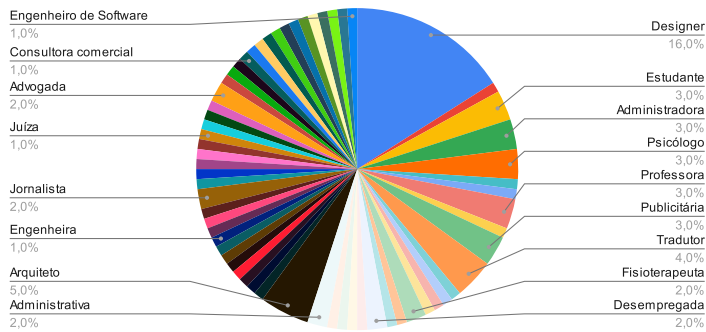
Sua resposta

RESULTADOS

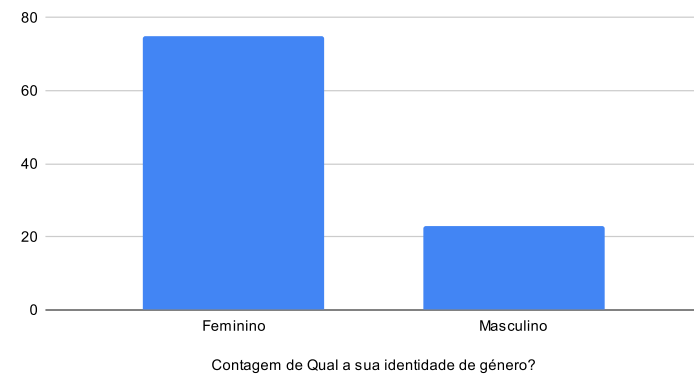
Qual a sua idade?



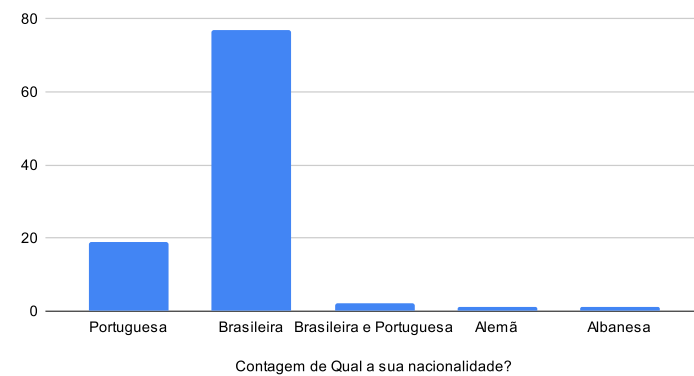
Contagem de Qual a sua profissão?



Contagem de Qual a sua identidade de género?



Contagem de Qual a sua nacionalidade?



RESULTADOS

A tipografia pode evocar diferentes regiões e culturas. Dentre as opções abaixo, qual estilo de letra você considera mais representativos ou associados ao continente africano?

60,6%

2 <HIMAMANDA NGOZI ADICHIE

20,2%

5 *Chimamanda Ngozi Adichie*

Entre as opções de combinações de cores abaixo, qual você considera mais representativa ou associada ao continente africano?

93%



Esteriótipos no design gráfico

Esta etapa tem como objetivo compreender como os estereótipos visuais são atribuídos no campo do design gráfico. O foco será em como tipografia, cores e padrões são usados para representar e comunicar conceitos, grupos sociais e ideias de maneira simplificada ou generalizada.

*

Esteréotipos visuais referem-se à representação simplificada ou generalizada de características, símbolos ou imagens que são frequentemente associadas a determinados conceitos, grupos sociais, ou ideias.

A tipografia pode evocar diferentes regiões e culturas. Dentre as opções abaixo, qual estilo de letra você considera mais representativos ou associados ao continente africano?

1 Chimamanda Ngozi Adichie 5 *Chimamanda Ngozi Adichie*

2 <HIMAMANDA NGOZI ADICHIE 6 Chimamanda Ngozi Adichie

3 **CHIMAMANDA NGOZI ADICHIE** 7 **Chimamanda Ngozi Adichie**

4 *Chimamanda Ngozi Adichie* 8 *Chimamanda Ngozi Adichie*

☐ 1

☐ 5

☐ 2

☐ 6

☐ 3

☐ 7

☐ 4

☐ 8

Entre as opções de combinações de cores abaixo, qual você considera mais representativa ou associada ao continente africano?



☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

Entre as opções de padrões abaixo, qual você considera mais representativa ou associada ao continente africano?

60%



15%

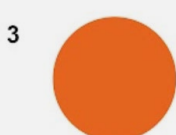


Entre as opções de formas abaixo, qual você considera mais representativa ou associada ao continente africano?

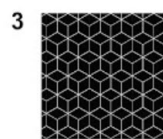
51%



25%



Entre as opções de padrões abaixo, qual você considera mais representativa ou associada ao continente africano?



- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6

Entre as opções de formas abaixo, qual você considera mais representativa ou associada ao continente africano?

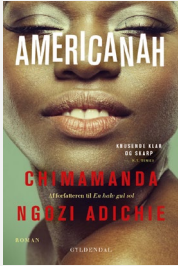


- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6

68,4%



36,7%



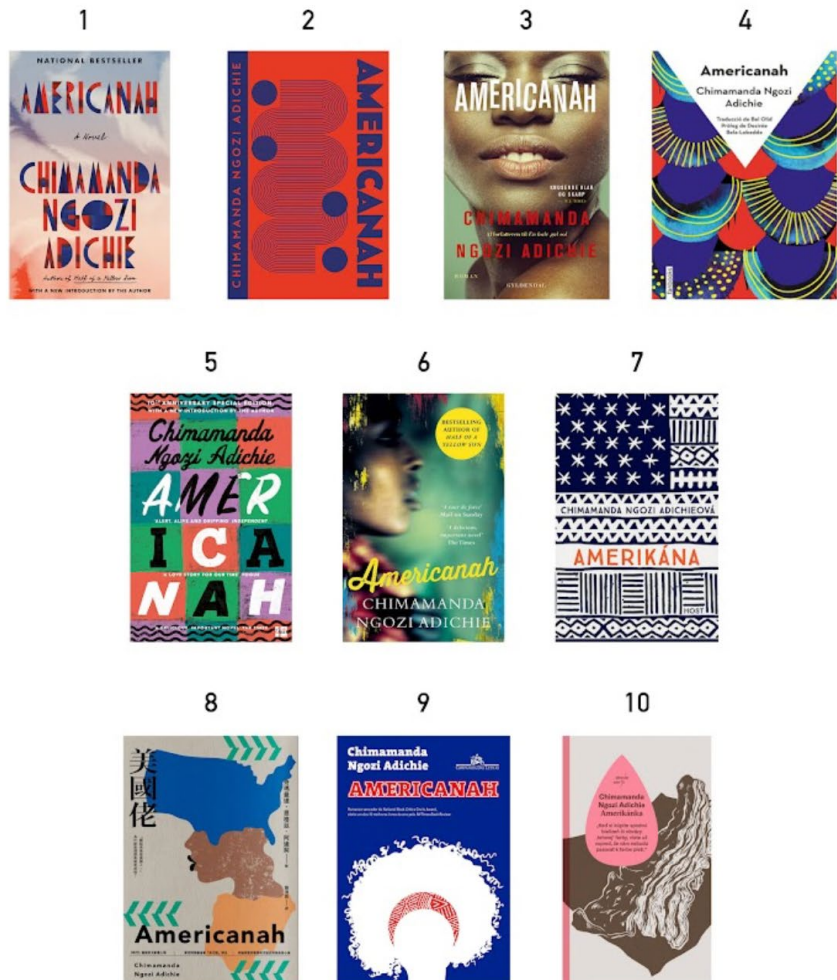
36,7%



Chimamanda Ngozi Adichie é uma aclamada escritora nigeriana cujo trabalho tem deixado uma marca significativa na literatura contemporânea. Nascida em 1977 em Enugu, na Nigéria, ela estudou na Nigéria e nos Estados Unidos, obtendo uma educação que influenciaria profundamente sua perspectiva literária. Adichie é conhecida por suas narrativas cativantes que exploram temas como identidade, feminismo, colonialismo e cultura africana.

Americanah

Avalie as seguintes opções de capa e selecione (máximo 3) as que você acredita que melhor reflete os temas: **Identidade, Racismo, Imigração, Cultura, Amor, Globalização**

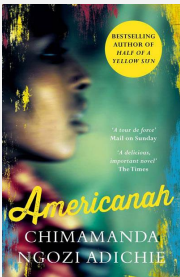


- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| ☐ 1 | ☐ 6 |
| ☐ 2 | ☐ 7 |
| ☐ 3 | ☐ 8 |
| ☐ 4 | ☐ 9 |
| ☐ 5 | ☐ 10 |

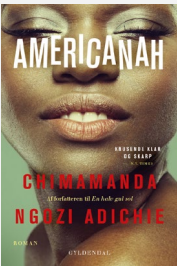
Capa mais atrativa



Capa menos atrativa

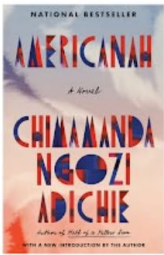


Capa mais estereotipada



Responda de acordo com a sua opinião pessoal (escolha apenas 1 opção)

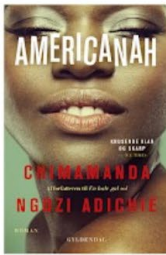
1



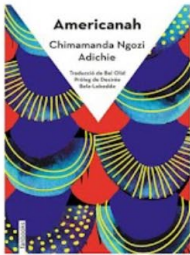
2



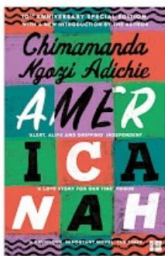
3



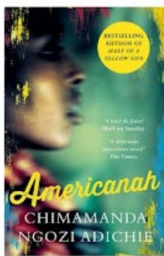
4



5



6



7



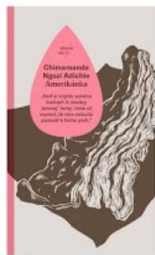
8



9



10



1

2

3

4

5

6

7

8

9

Capa mais atrativa

☐☐☐☐☐☐☐☐☐

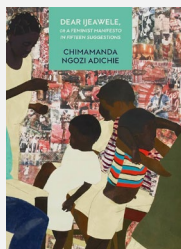
Capa menos atrativa

☐☐☐☐☐☐☐☐☐

Capa mais estereotipada

☐☐☐☐☐☐☐☐☐

71,1%



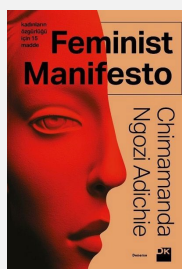
Dear Ijeawele, or a Feminist Manifesto in Fifteen Suggestions

Avalie as seguintes opções de capa e selecione (máximo 3) as que você acredita que melhor reflete os temas: **Feminismo, Educação infantil, Empoderamento, Respeito, Diversidade, Cultura**

58,8%



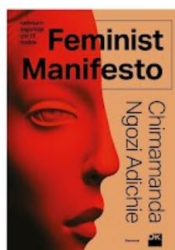
42,3%



1



2



3



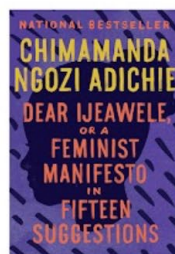
4



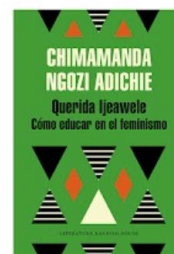
5



6



7



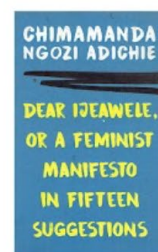
8



9

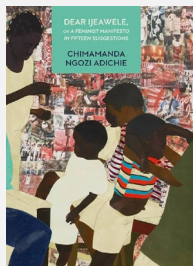


10

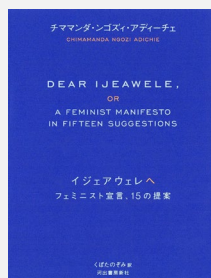


- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| ☐ 1 | ☐ 6 |
| ☐ 2 | ☐ 7 |
| ☐ 3 | ☐ 8 |
| ☐ 4 | ☐ 9 |
| ☐ 5 | ☐ 10 |

Capa mais atrativa



Capa menos atrativa



Capa mais estereotipada

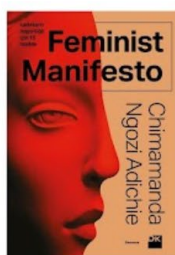


Responda de acordo com a sua opinião pessoal (escolha apenas 1 opção)

1



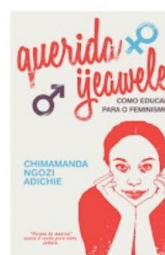
2



3



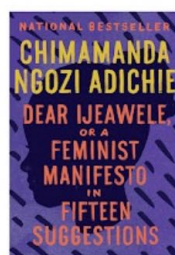
4



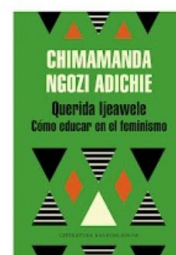
5



6



7



8



9



10



1

2

3

4

5

6

7

8

9

Capa mais atrativa

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

Capa menos atrativa

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

Capa mais estereotipada

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

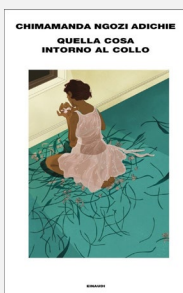
51,5%



48,5%



43,3%



The thing around your neck

Avalie as seguintes opções de capa e selecione (máximo 3) as que você acredita que melhor reflete os temas: **Identidade, Imigração, Cultura, Racismo, Relações Interpessoais, Solidão**

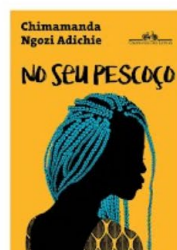
1



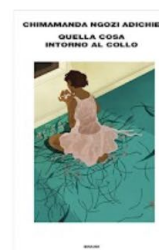
2



3



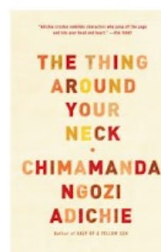
4



5



6



7



8



9



10



- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| ☐ 1 | ☐ 6 |
| ☐ 2 | ☐ 7 |
| ☐ 3 | ☐ 8 |
| ☐ 4 | ☐ 9 |
| ☐ 5 | ☐ 10 |

Capa mais atrativa



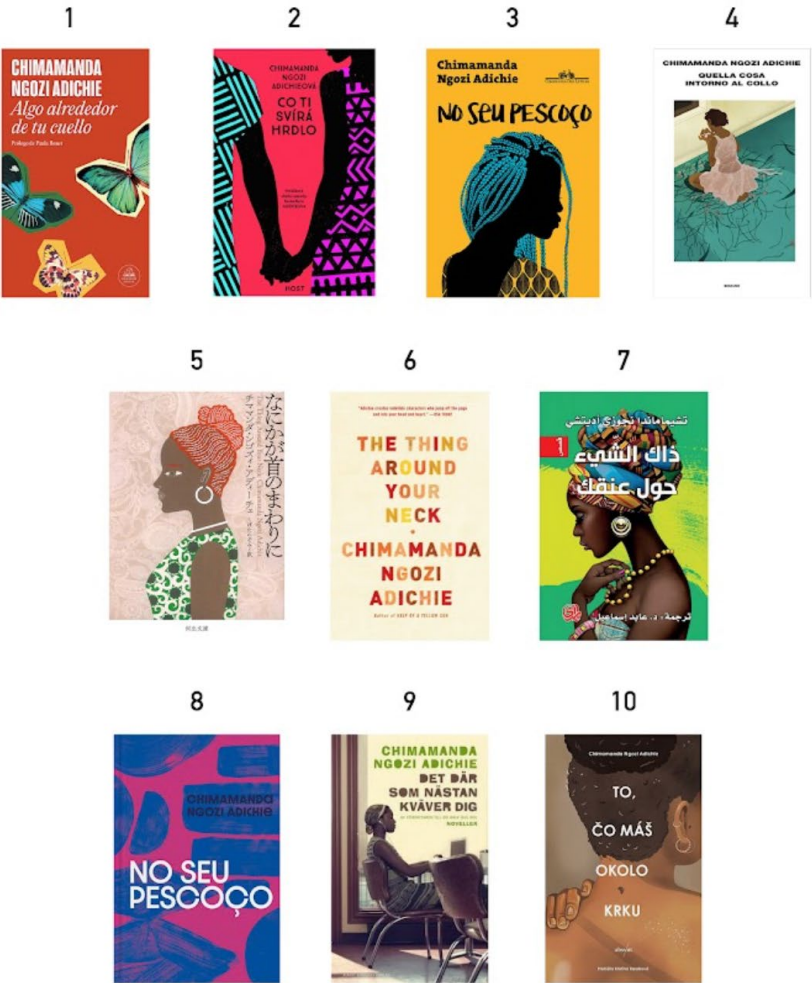
Capa menos atrativa



Capa mais estereotipada



Responda de acordo com a sua opinião pessoal (escolha apenas 1 opção)

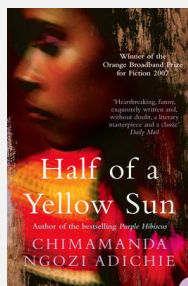


	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Capa mais atrativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Capa menos atrativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Capa mais estereotipada	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

44,3%



35,1%



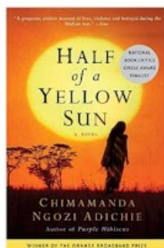
35,1%



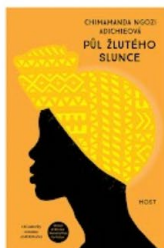
Half of yellow sun

Avalie as seguintes opções de capa e selecione (máximo 3) as que você acredita que melhor reflete os temas: **Guerra Civil, Identidade, Amor, Lealdade, Colonialismo, Trauma**

1



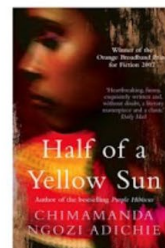
2



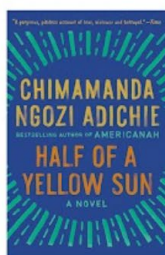
3



4



5



6



7



8



9



10


☐ 1

☐ 6

☐ 2

☐ 7

☐ 3

☐ 8

☐ 4

☐ 9

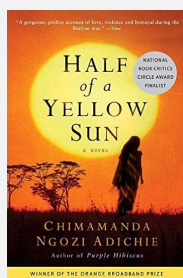
☐ 5

☐ 10

Capa mais atrativa



Capa menos atrativa

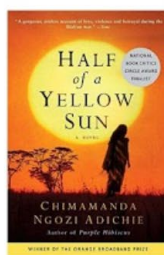


Capa mais estereotipada

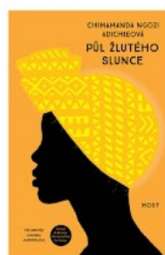


Responda de acordo com a sua opinião pessoal (escolha apenas 1 opção)

1



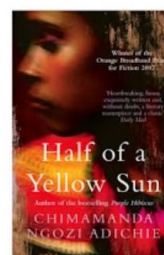
2



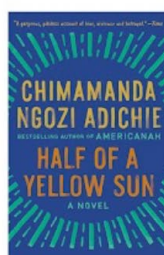
3



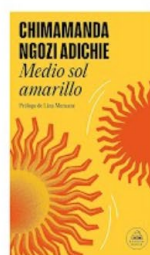
4



5



6



7



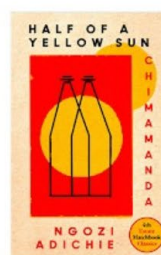
8



9



10



1

2

3

4

5

6

7

8

9

Capa mais
atrativa

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

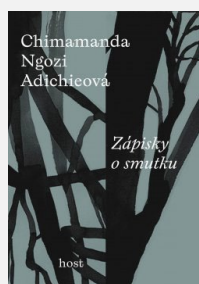
Capa menos
atrativa

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

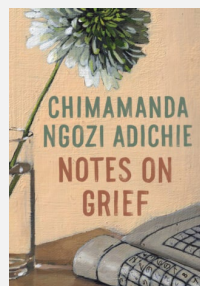
Capa mais
estereotipada

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

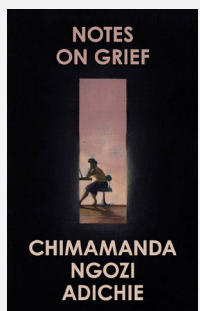
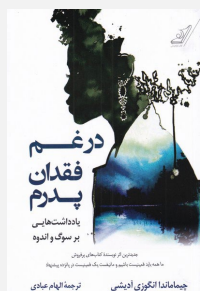
45,4%



39,2%



37,1%



Notes on grief

Avalie as seguintes opções de capa e selecione (máximo 3) as que você acredita que melhor reflete os temas: **Luto, Memória, Família, Amor, Perda, Resiliência**

1



2



3



4



5



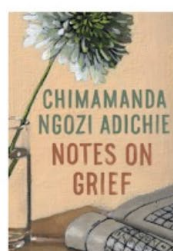
6



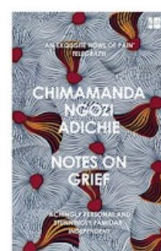
7



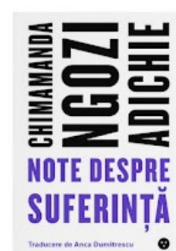
8



9



10



☐ 1

☐ 6

☐ 2

☐ 7

☐ 3

☐ 8

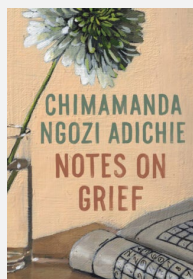
☐ 4

☐ 9

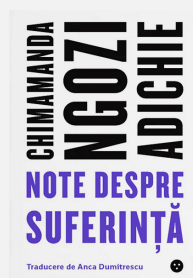
☐ 5

☐ 10

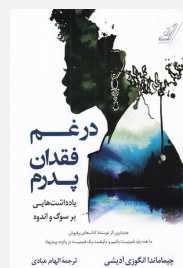
Capa mais atrativa



Capa menos atrativa



Capa mais estereotipada



Responda de acordo com a sua opinião pessoal (escolha apenas 1 opção)

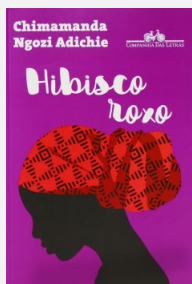


	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Capa mais atrativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Capa menos atrativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Capa mais estereotipada	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

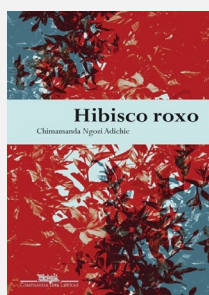
48,5%



47,4%



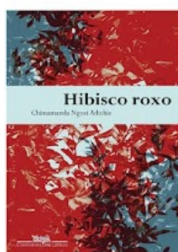
25,8%



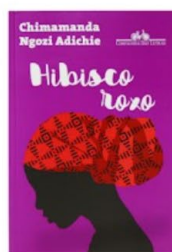
Purple Hibiscus

Avalie as seguintes opções de capa e selecione (máximo 3) as que você acredita que melhor reflete os temas: **Autoritarismo, Liberdade, Família, Religião, Cultura, Resiliência**

1



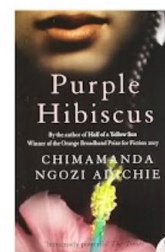
2



3



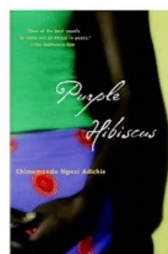
4



5



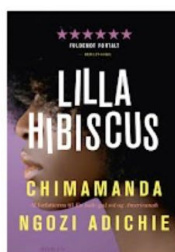
6



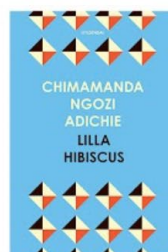
7



8



9



10



☐ 1

☐ 6

☐ 2

☐ 7

☐ 3

☐ 8

☐ 4

☐ 9

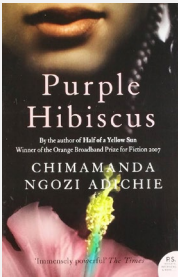
☐ 5

☐ 10

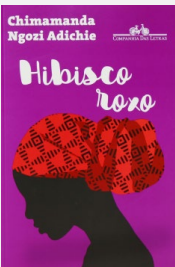
Capa mais atrativa



Capa menos atrativa



Capa mais estereotipada



Responda de acordo com a sua opinião pessoal (escolha apenas 1 opção)



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Capa mais atrativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Capa menos atrativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Capa mais estereotipada	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

57,1%



48%



38,8%



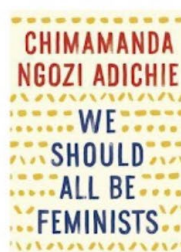
We should all be feminists

Avalie as seguintes opções de capa e selecione (máximo 3) as que você acredita que melhor reflete os temas: **Igualdade de Gênero, Feminismo, Cultura, Estereótipos de Gênero, Empoderamento, Educação**

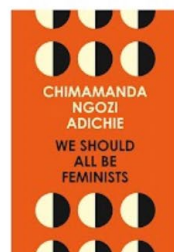
1



2



3



4



5



6



7



8



9

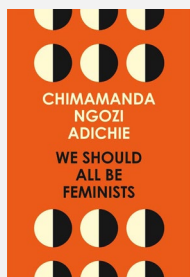


10



- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| ☐ 1 | ☐ 6 |
| ☐ 2 | ☐ 7 |
| ☐ 3 | ☐ 8 |
| ☐ 4 | ☐ 9 |
| ☐ 5 | ☐ 10 |

Capa mais atrativa



Capa menos atrativa



Capa mais estereotipada

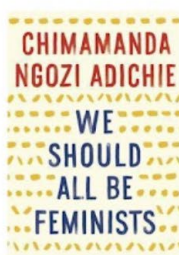


Responda de acordo com a sua opinião pessoal (escolha apenas 1 opção)

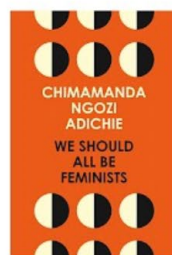
1



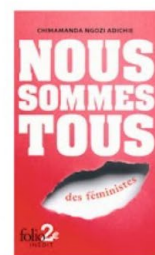
2



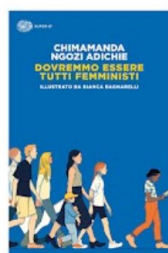
3



4



5



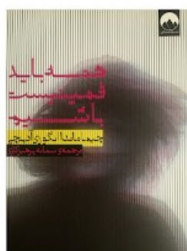
6



7



8



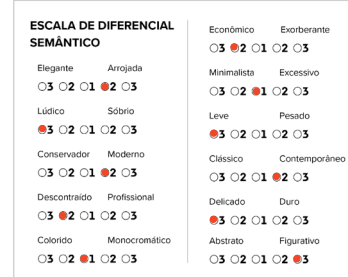
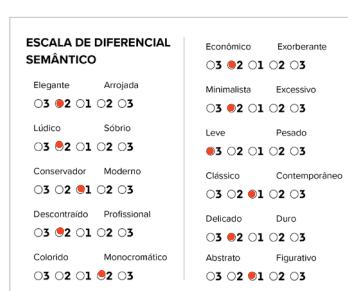
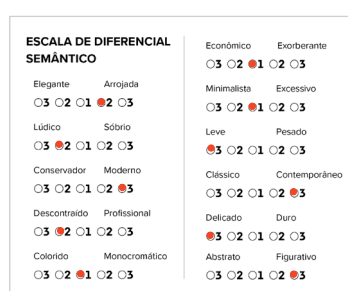
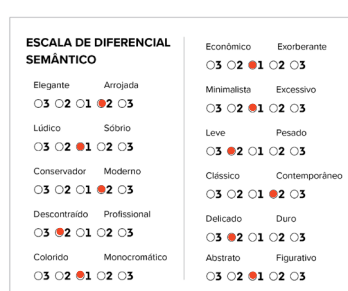
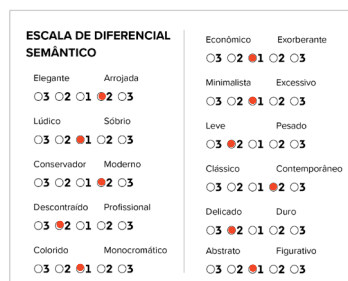
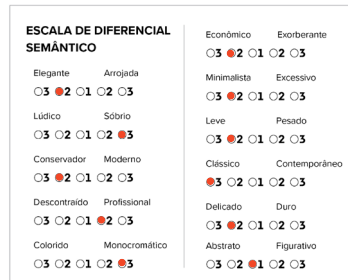
9

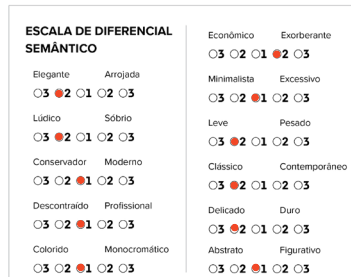
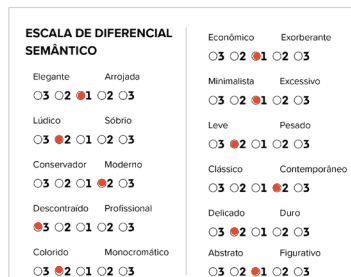
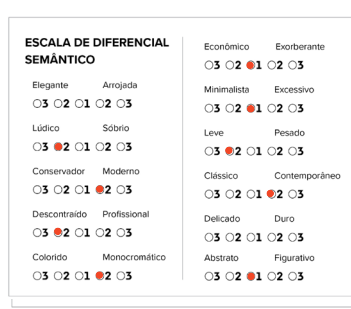
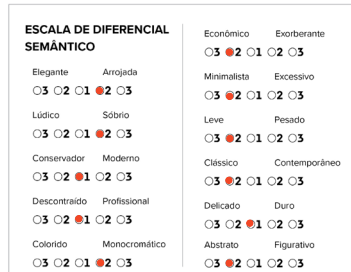
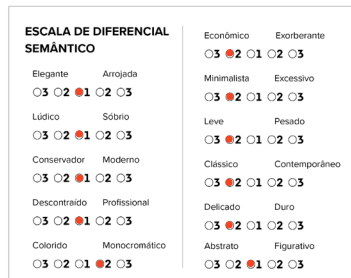


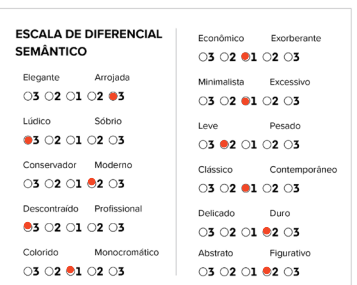
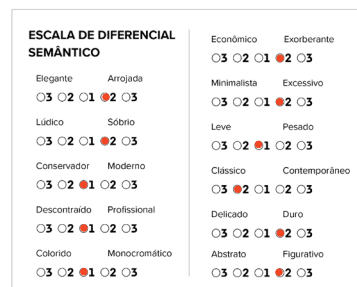
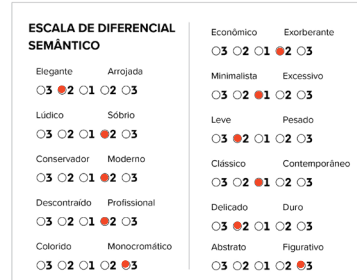
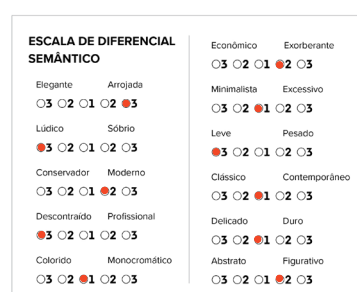
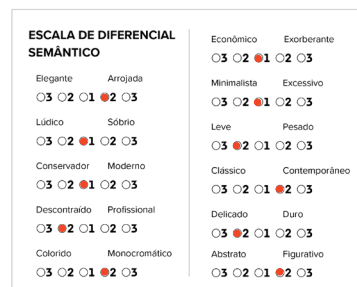
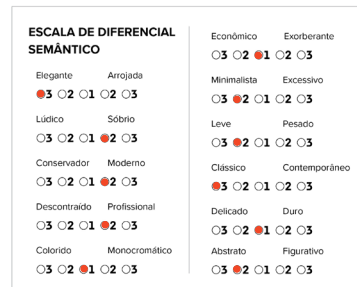
10

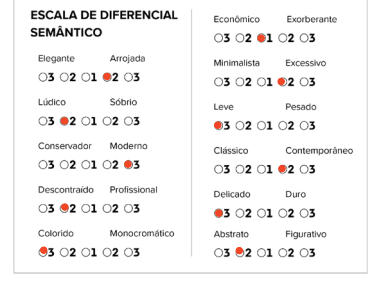
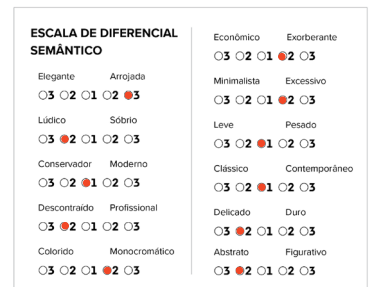
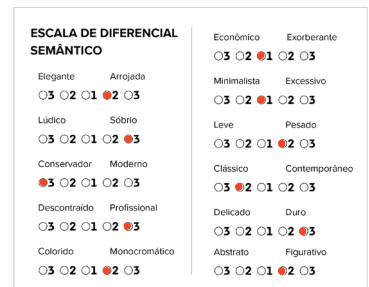
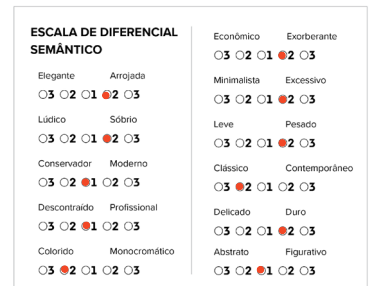
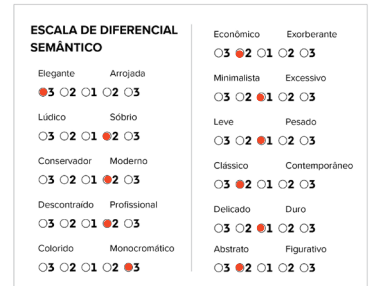
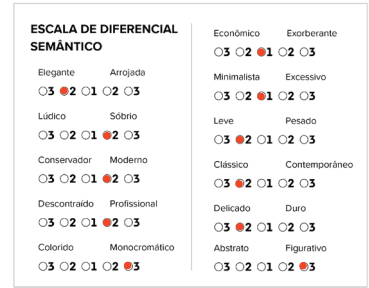


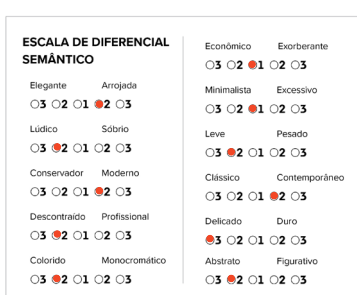
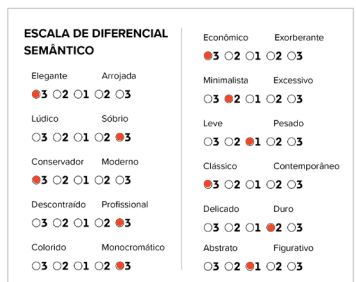
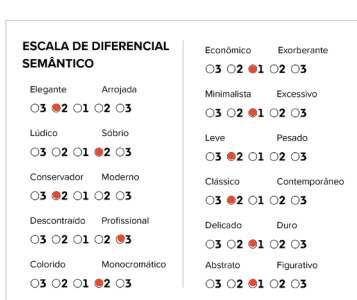
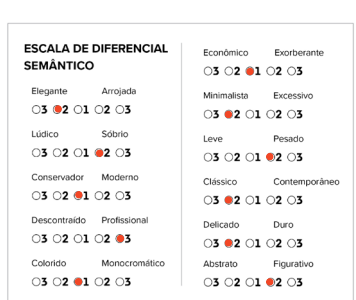
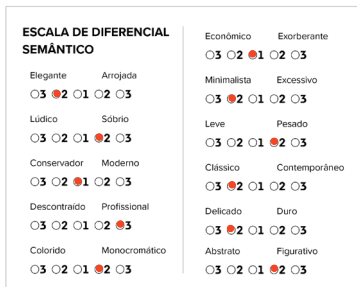
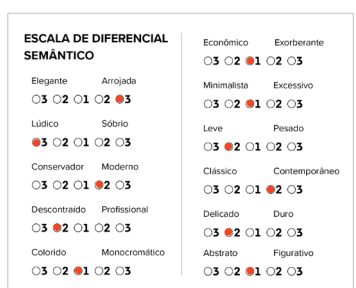
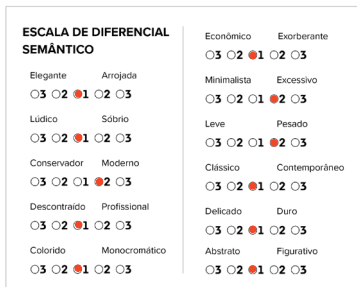
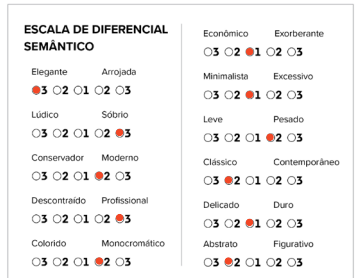
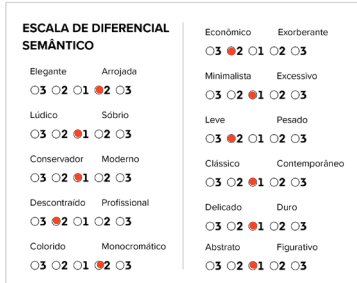
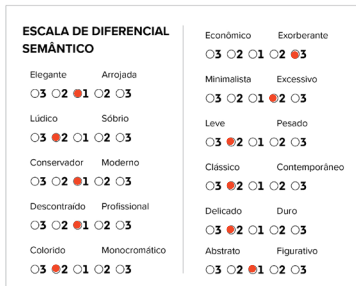
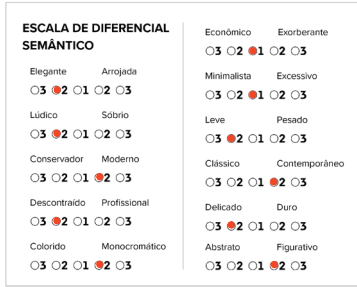
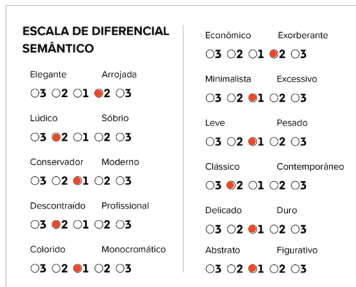
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Capa mais atrativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Capa menos atrativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Capa mais estereotipada	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

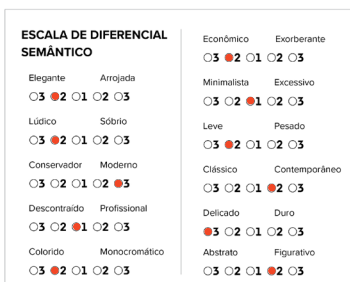
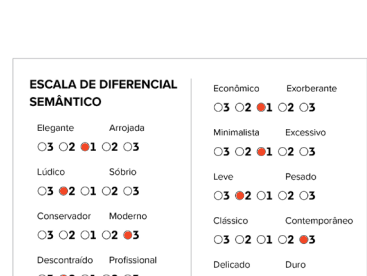
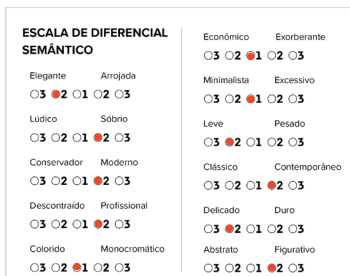
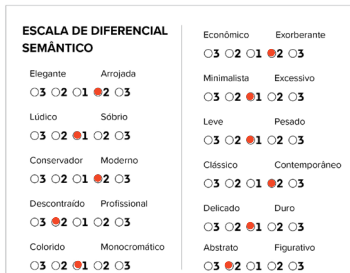
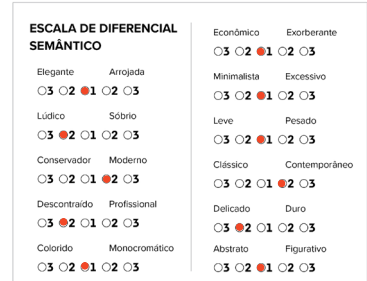
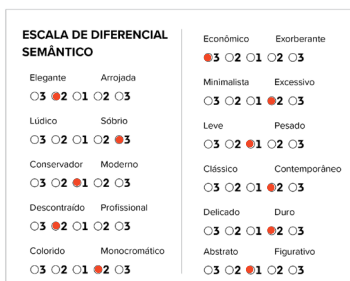
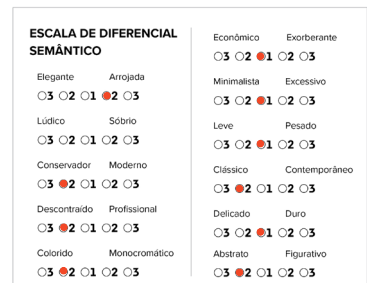
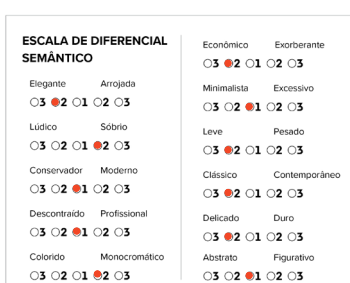
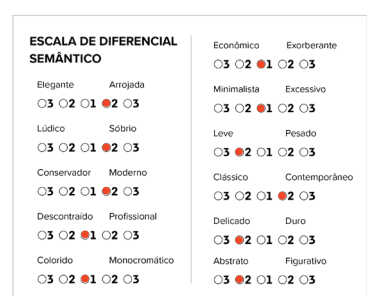
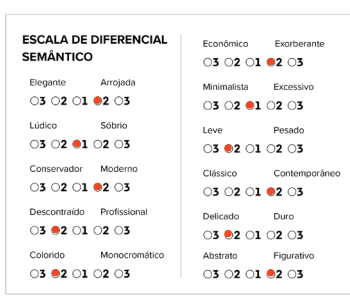


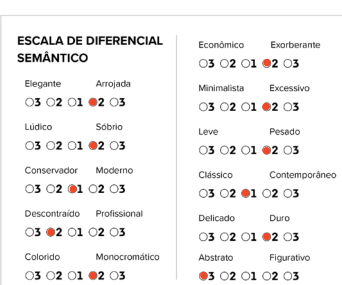
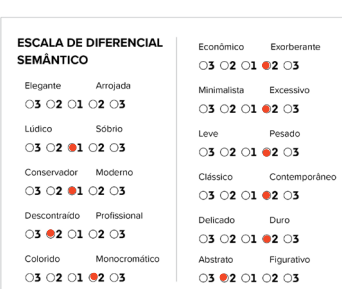
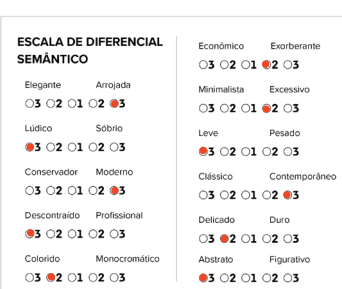
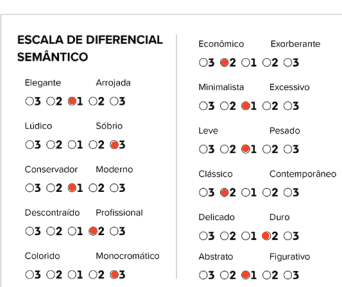
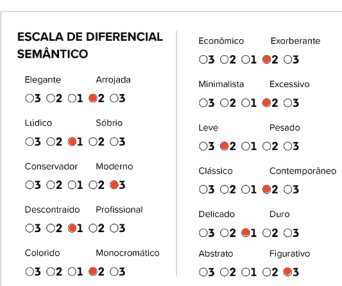
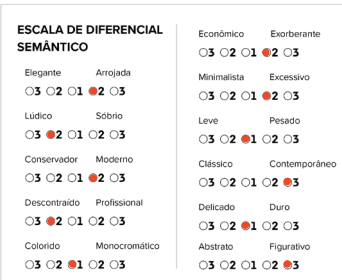
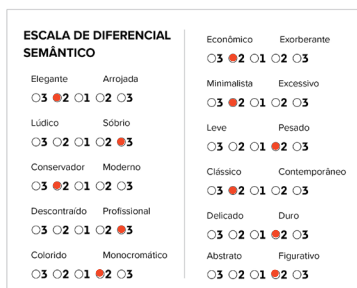
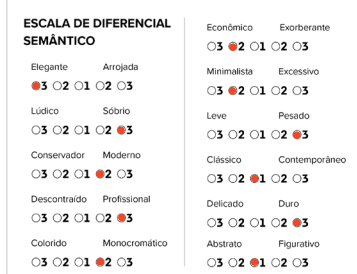
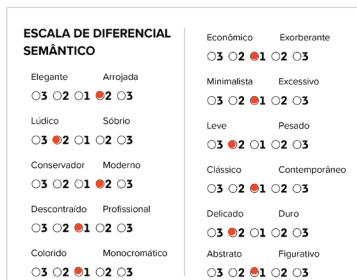
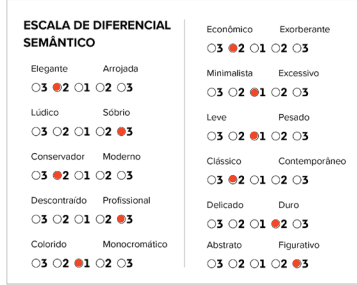
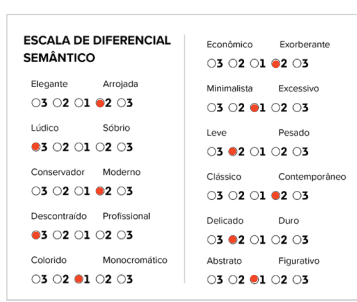
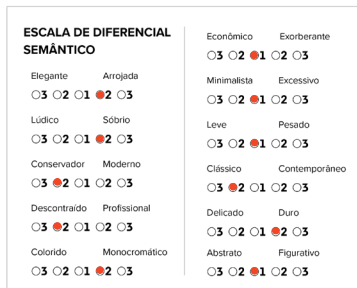


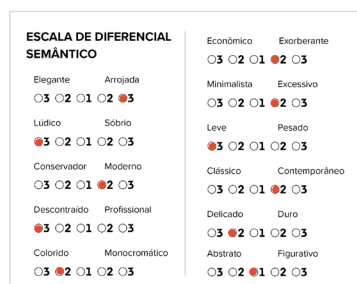
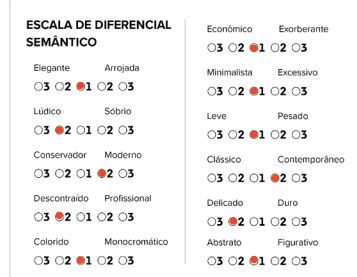
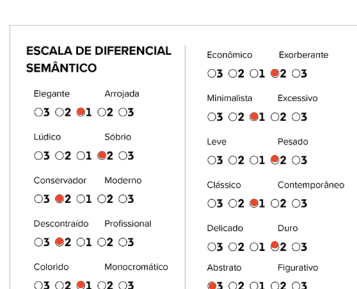
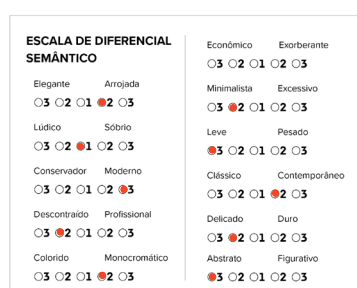
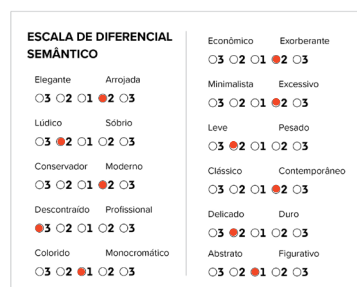
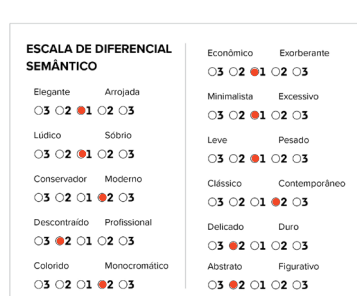












ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÂNTICO		Econômico	Exorbitante
Elegante	Arrojada	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Lúdico	Sóbrio	Minimalista	Excessivo
03 02 01 02 03	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Leve	Pesado	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Conservador	Moderno	Clássico	Contemporâneo
03 02 01 02 03	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Descontraído	Profissional	Delicado	Duro
03 02 01 02 03	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Colorido	Monocromático	Abstrato	Figurativo
03 02 01 02 03	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03

ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÂNTICO		Econômico	Exorbitante
Elegante	Arrojada	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Lúdico	Sóbrio	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Leve	Pesado	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Conservador	Moderno	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Descontraindo	Profissional	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Colorido	Monocromático	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03
Abstrato	Figurativo	03 02 01 02 03	03 02 01 02 03

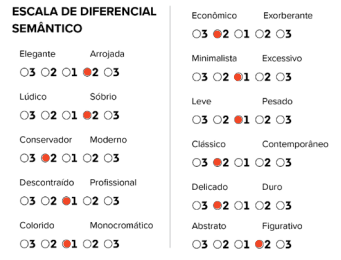
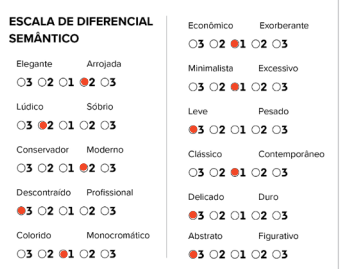
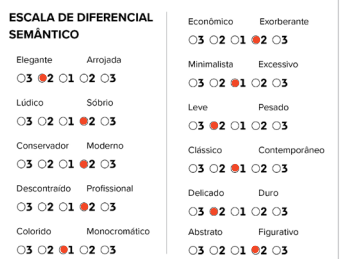
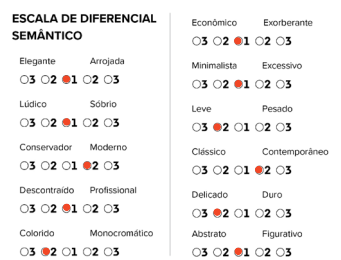
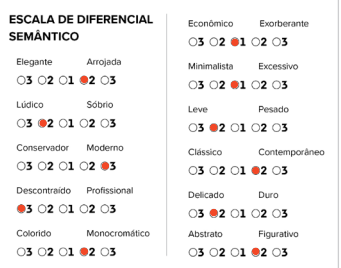
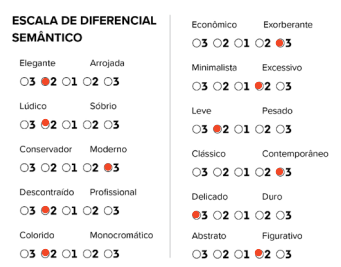
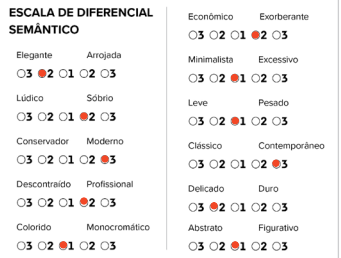
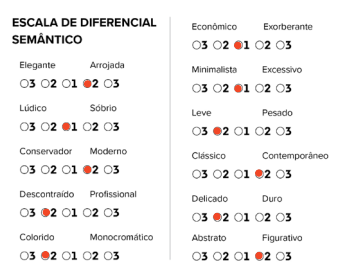
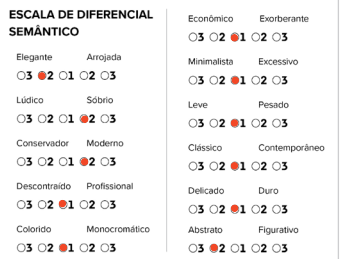
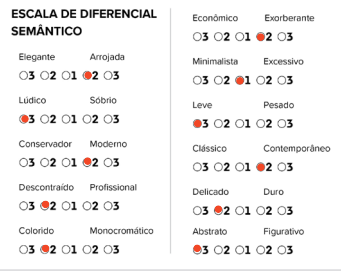
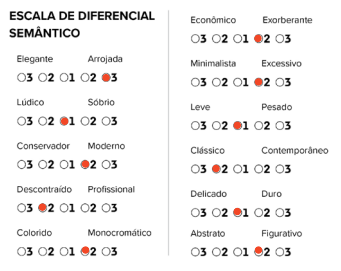
ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÂNTICO						
Elegante	Arrojada	Econômico	Exorbitante			
○ 3	○ 2	● 1	○ 2	○ 3		
Lúdico	Sóbrio	Minimalista	Excessivo			
○ 3	○ 2	● 1	○ 2	○ 3		
Conservador	Moderno	Leve	Pesado			
○ 3	○ 2	● 1	○ 2	○ 3		
Descontraído	Profissional	Clássico	Contemporâneo			
○ 3	○ 2	● 1	○ 2	○ 3		
Colorido	Monocromático	Delicado	Duro			
○ 3	○ 2	● 1	○ 2	○ 3		
		Abstrato	Figurativo			
		○ 3	○ 2	● 1	○ 2	○ 3

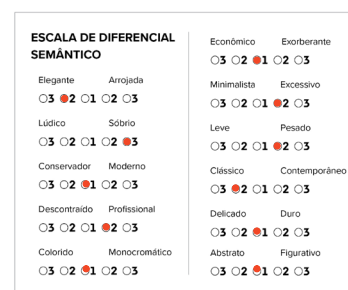
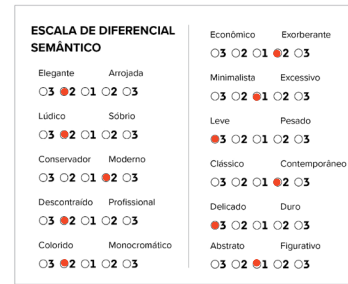
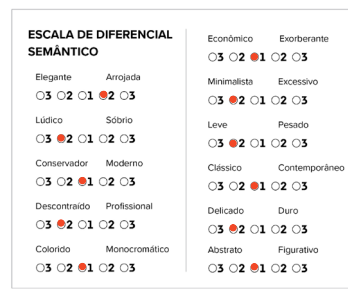
ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÂNTICO

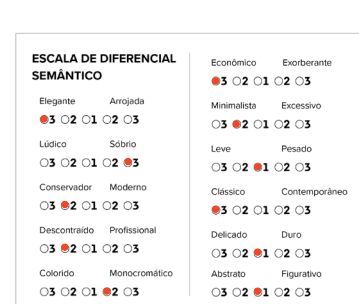
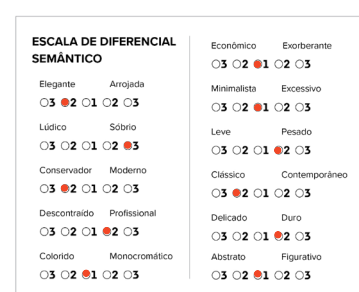
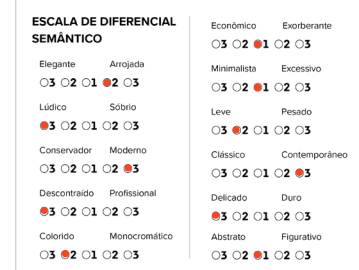
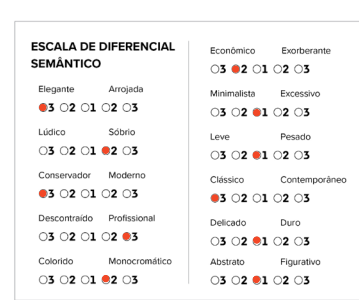
Elegante	03	02	01	02	03	Econômico	Exorbatante			
Arrojada						03	02	01	02	03
Lúdico	03	02	01	02	03	Minimalista	Excessivo			
Sóbrio						03	02	01	02	03
Conservador	03	02	01	02	03	Leve	Pesado			
Moderno						03	02	01	02	03
Descontraído	03	02	01	02	03	Clássico	Contemporâneo			
Profissional						03	02	01	02	03
	03	02	01	02	03	Delicada	Duro			
Colorido	03	02	01	02	03	Abstrato	Figurativo			
Monocromático						03	02	01	02	03

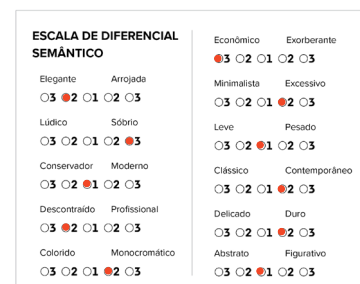
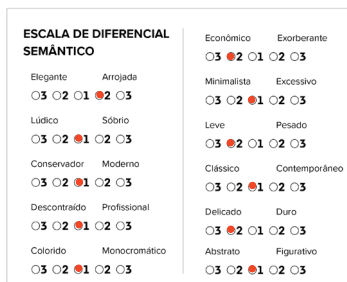
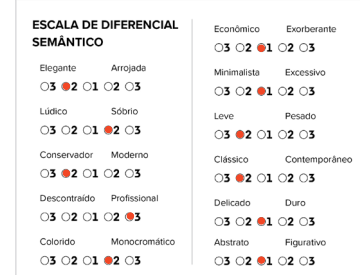
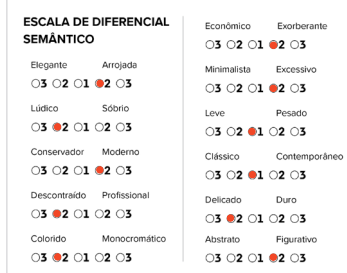
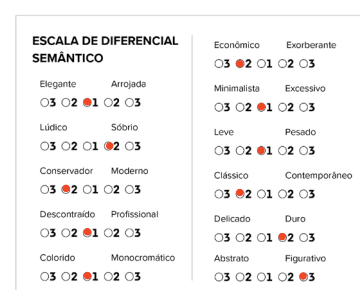
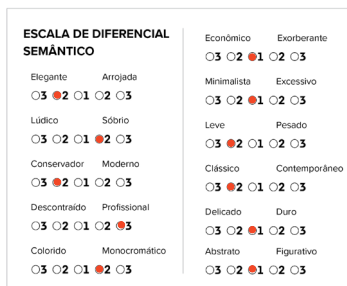
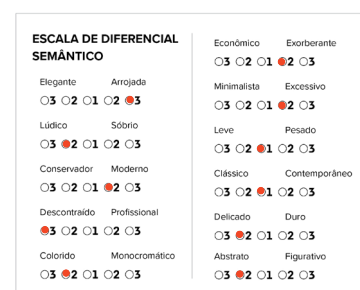
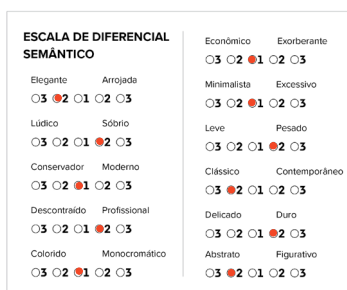
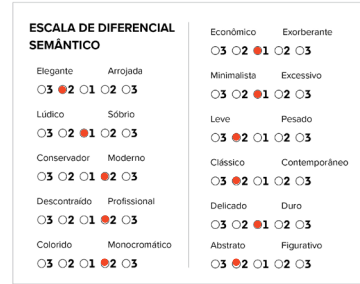
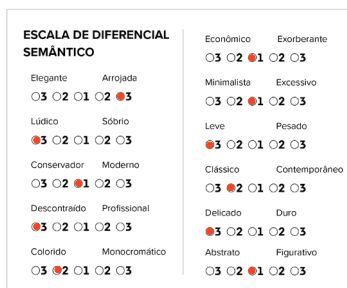
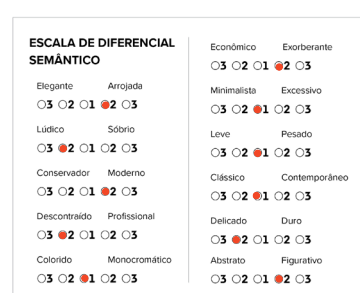
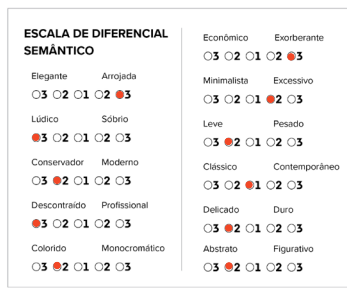
ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico		Exorbitante	
		0 3	0 2	0 1	0 2 0 3
Elegante	Arrojada				
0 3	0 2	0 1	0 2	0 3	
Lúdico	Sóbrio				
0 3	0 2	0 1	0 2	0 3	
Conservador	Moderno				
0 3	0 2	0 1	0 2	0 3	
Descontrolado	Profesional				
0 3	0 2	0 1	0 2	0 3	
Colorido	Monocromático				
0 3	0 2	0 1	0 2	0 3	

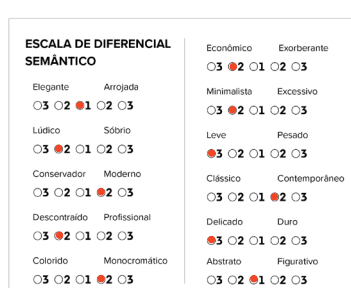
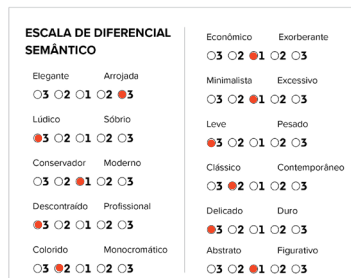
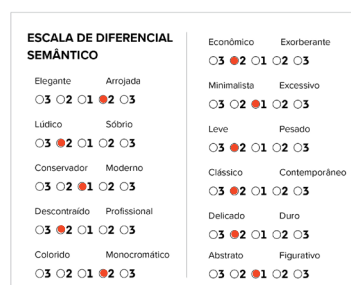
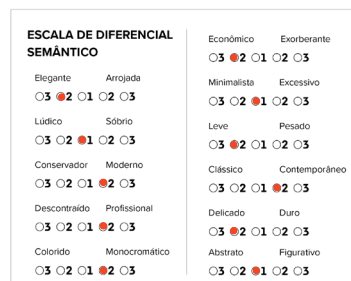
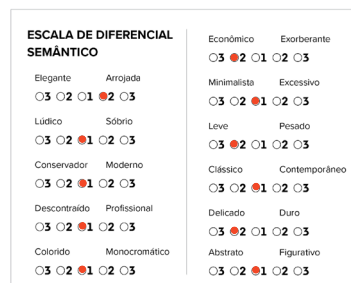
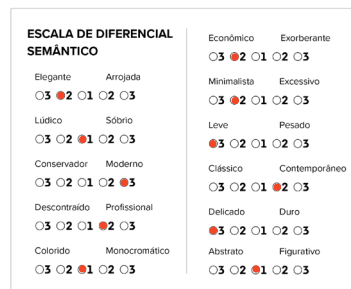
ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico	Exorbitante
Elegante	Arrojada	○3 ○2 ●1 ●2 ○3	○2 ○3
Minimalista	Excesivo	○3 ○2 ●1 ●2 ○3	○2 ○3
Lúdico	Sobrio	Leve	Pesado
○3 ●2 ○1 ○2 ○3		●3 ○2 ○1 ○2 ○3	
Conservador	Moderno	Clásico	Contemporáneo
○3 ○2 ○1 ○2 ●3		○3 ○2 ○1 ○2 ●3	
Descontraído	Profesional	Delicado	Duro
●3 ○2 ○1 ○2 ○3		○3 ●2 ○1 ○2 ○3	
Colorido	Monocromático	Abstrato	Figurativo
○3 ○2 ●1 ●2 ○3		○3 ○2 ○1 ○2 ●3	













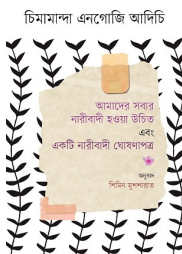
ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico	Exorberante
Elegante	Arrojada	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Lúdico	Sóbrio	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Conservador	Moderno	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Descontraído	Profissional	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Colorido	Monocromático	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
		Minimalista	Excessivo
		Leve	Pesado
		Clássico	Contemporâneo
		Delicado	Duro
		Abstrato	Figurativo



ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico	Exorberante
Elegante	Arrojada	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ●2 ○1 ○2 ○3
Lúdico	Sóbrio	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Conservador	Moderno	●3 ○2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Descontraído	Profissional	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Colorido	Monocromático	○3 ○2 ●1 ○2 ○3	○3 ●2 ○1 ○2 ○3
		Minimalista	Excessivo
		Leve	Pesado
		Clássico	Contemporâneo
		Delicado	Duro
		Abstrato	Figurativo



ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico	Exorberante
Elegante	Arrojada	○3 ○2 ●1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Lúdico	Sóbrio	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Conservador	Moderno	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Descontraído	Profissional	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Colorido	Monocromático	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
		Minimalista	Excessivo
		Leve	Pesado
		Clássico	Contemporâneo
		Delicado	Duro
		Abstrato	Figurativo



ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico	Exorberante
Elegante	Arrojada	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Lúdico	Sóbrio	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Conservador	Moderno	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Descontraído	Profissional	●3 ○2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Colorido	Monocromático	○3 ○2 ●1 ○2 ○3	○3 ●2 ○1 ○2 ○3
		Minimalista	Excessivo
		Leve	Pesado
		Clássico	Contemporâneo
		Delicado	Duro
		Abstrato	Figurativo



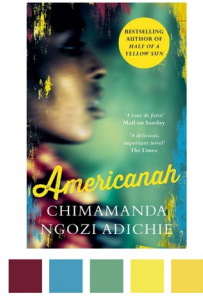
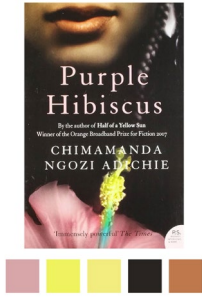
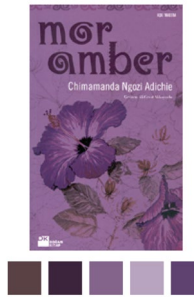
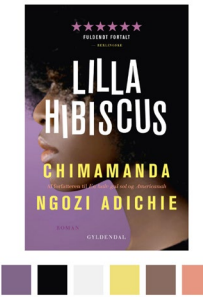
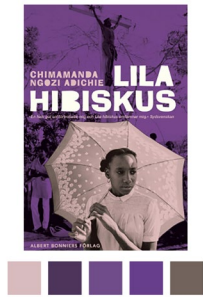
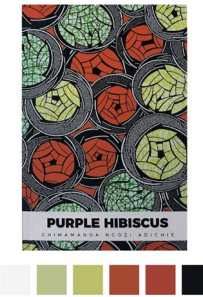
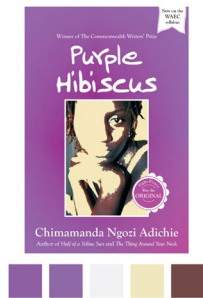
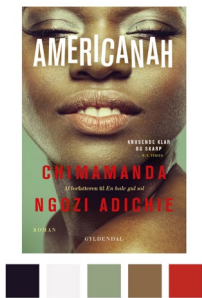
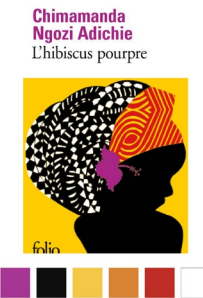
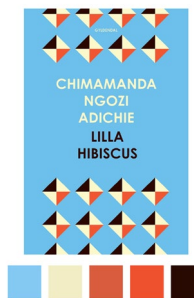
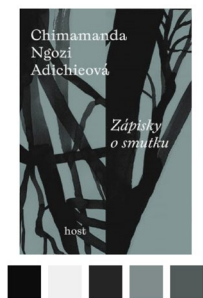
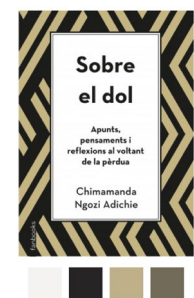
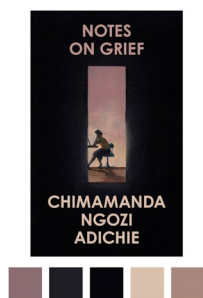
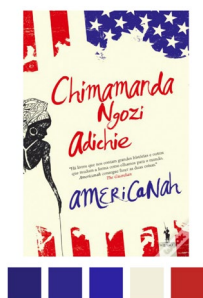
ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico	Exorberante
Elegante	Arrojada	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Lúdico	Sóbrio	●3 ○2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Conservador	Moderno	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Descontraído	Profissional	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Colorido	Monocromático	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
		Minimalista	Excessivo
		Leve	Pesado
		Clássico	Contemporâneo
		Delicado	Duro
		Abstrato	Figurativo

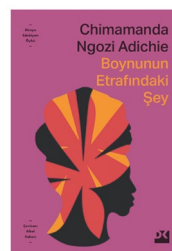
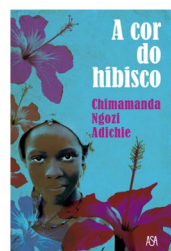
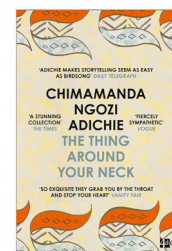
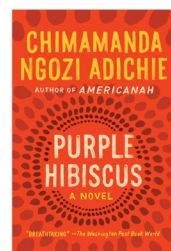
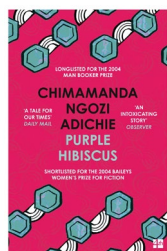
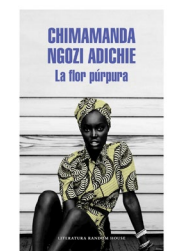
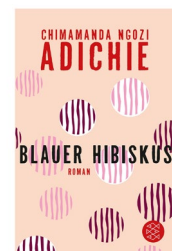
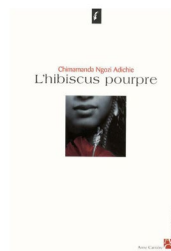
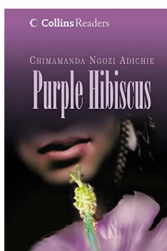
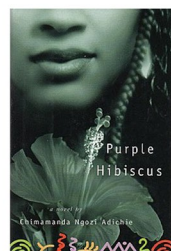
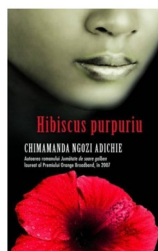
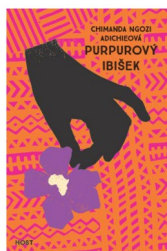
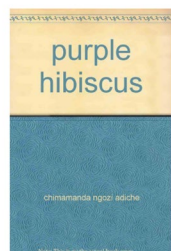
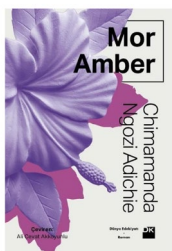
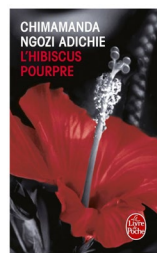
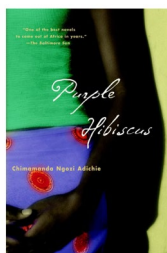
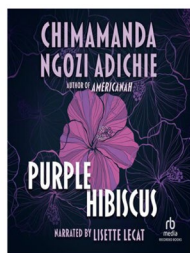


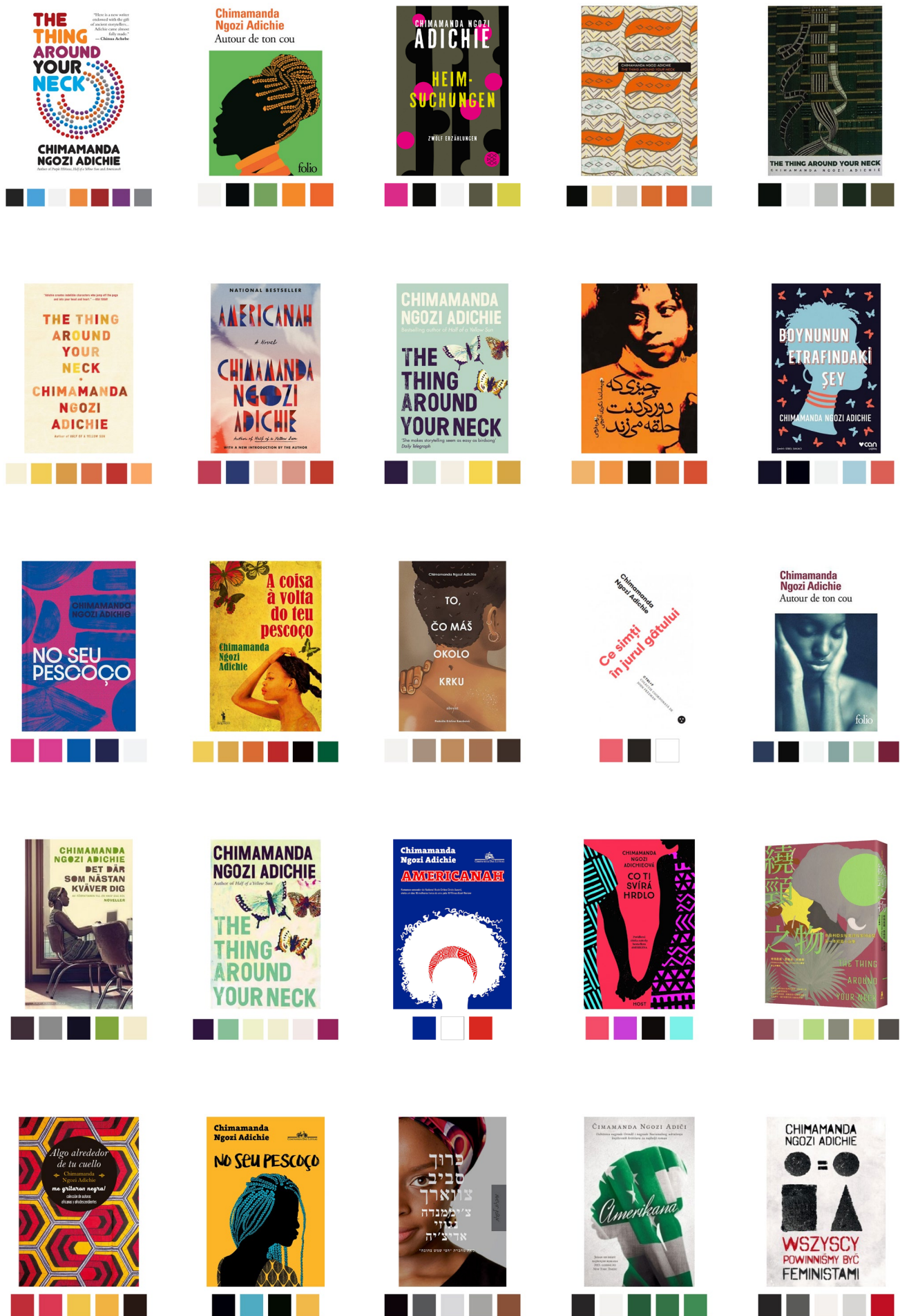
ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico	Exorberante
Elegante	Arrojada	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Lúdico	Sóbrio	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Conservador	Moderno	○3 ●2 ○1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Descontraído	Profissional	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Colorido	Monocromático	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
		Minimalista	Excessivo
		Leve	Pesado
		Clássico	Contemporâneo
		Delicado	Duro
		Abstrato	Figurativo

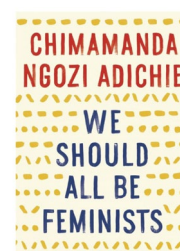
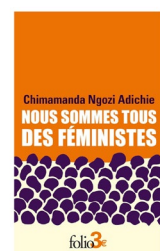
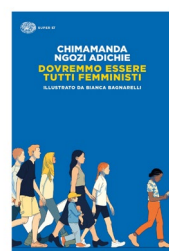
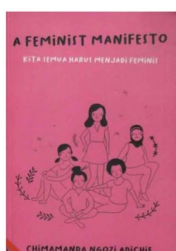
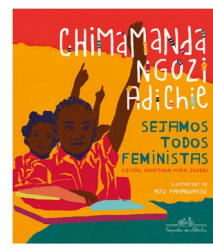
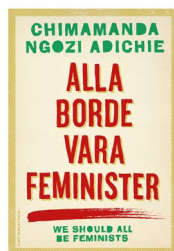
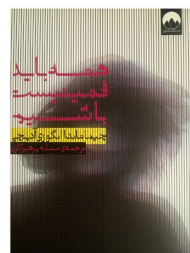
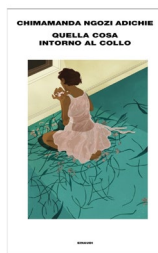


ESCALA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO		Económico	Exorberante
Elegante	Arrojada	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Lúdico	Sóbrio	○3 ○2 ●1 ○2 ○3	○3 ○2 ○1 ○2 ○3
Conservador	Moderno	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Descontraído	Profissional	○3 ○2 ○1 ●2 ○3	○3 ○2 ○1 ●2 ○3
Colorido	Monocromático	○3 ○2 ●1 ○2 ○3	○3 ●2 ○1 ○2 ○3
		Minimalista	Excessivo
		Leve	Pesado
		Clássico	Contemporâneo
		Delicado	Duro
		Abstrato	Figurativo











Chimamanda
Ngozi Adichie

Nous sommes tous
des féministes

