



P E N

S A N

D O

Endrigo
Valadao

B E M

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE ARQUITETURA
DEPARTAMENTO DE DESIGN E EXPRESSÃO GRÁFICA
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN GRÁFICO

ENDRIGO VALADÃO DA CUNHA CAPRA

PENSANDO BEM: A CONSTRUÇÃO DE UM LIVRO DE PENSAMENTOS
TIPOGRÁFICO, VISUAL E SENSORIAL

PORTO ALEGRE

2020

ENDRIGO VALADÃO DA CUNHA CAPRA

PENSANDO BEM: A CONSTRUÇÃO DE UM LIVRO DE PENSAMENTOS
TIPOGRÁFICO, VISUAL E SENSORIAL

Relatório de projeto apresentado como trabalho de conclusão de curso, requisito parcial para a obtenção do diploma na especialização em Design Gráfico da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Orientador: Sandro Fetter

PORTO ALEGRE

2020

*Ao meu pai, Darci,
por ser a inspiração para este projeto.*

*À minha mãe, Elizabete,
e aos meus irmãos, Bruno e Betina,
por sempre torcerem por mim.*

*Ao meu marido, Pablo,
por ser fonte inesgotável de zelo,
paciência, suporte e amor.*

RESUMO

O livro impresso, enquanto produto, é item de grande relevância para o mercado. O design editorial é, portanto, matéria fundamental para garantir ao livro-produto o apelo comercial e visual. O presente trabalho consiste no projeto da diagramação do livro *Pensando Bem*, ainda inédito, de autoria de Darci Cunha. Aqui, o processo de realização do design da capa e do miolo recorre, na pesquisa e na tomada de decisões, aos diversos conhecimentos aprendidos em aula, em especial nas disciplinas de Tipografia, Ilustração, Pesquisa Visual, Criação e Design Editorial. Na parte da execução, envolve ampla utilização criativa dos softwares da plataforma *Adobe Creative Cloud*. Trata-se de um livro de pensamentos, compostos por frases separadas e espaçadas, o que permite interessante utilização do espaço com exploração da tipografia e ilustração. Os caminhos e escolhas descritas no corpo deste relatório levam muito em conta o fato de que há um cliente real, com seus receios e expectativas.

Palavras-chave: Design Editorial. Livro. Ilustração. Distorção.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
1.1 PROBLEMA DO PROJETO	7
1.2 JUSTIFICATIVA	8
1.3 OBJETIVOS	8
1.3.1 Objetivo Geral	8
1.3.2 Objetivo Específico	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 DESIGN EDITORIAL	10
2.2 POESIA CONCRETA E POESIA VISUAL	11
2.3 LIVROS DE ARTISTA E LIVRO-PRODUTO	13
2.4 DESIGN PÓS-MODERNO	15
3 CONCEITO	18
4 METODOLOGIA	19
5 DESENVOLVIMENTO DA SOLUÇÃO	21
5.1 CAPA	21
5.1.1 Briefing	21
5.1.2 Brainstorm e geração de ideias	22
5.1.3 Pesquisa de referências	23
5.1.4 Esboço da capa e escolha de software	25
5.1.5 Pesquisa e definição de fotos	26
5.1.6 Pesquisa e definição de tipos	27
5.1.7 Grid	29
5.1.8 Execução	29
5.2 MIOLO	37
5.2.1 Definição de software, fonte e grid	37
5.2.2 Páginas pré e pós-textuais	39
5.2.3 Páginas de começo de capítulo	41
5.2.4 Páginas de pensamentos	63
6 AVALIAÇÃO DA PROPOSTA	69
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS	72

1 INTRODUÇÃO

O mercado editorial tem grande importância na economia e passou, na última década, tal como em outros setores, por uma revolução digital, através dos *e-books*, audiolivros e novas plataformas de leitura, comercialização e autopublicação. Com as grandes mudanças, alguns lados saem ganhando e outros perdendo: se por um lado a *Amazon* vem se consolidando como principal ponto de venda de livros, com alta lucratividade e distribuição imbatível, têm sido frequentes as notícias sobre a crise das grandes livrarias nacionais e as pequenas livrarias de bairro. Nem sempre a excelência garante a permanência de uma empresa no setor, vide o caso da *Cosac Naify*, uma das editoras responsáveis pela elevação do patamar da qualidade editorial no país, acabou encerrando suas operações em 2015.

O Brasil, em tese, tem um público consumidor em potencial muito expressivo. O cenário é, todavia e desde sempre, muito adverso, seja por sucessivas crises econômicas, pelos índices ruins de educação e alfabetização funcional ou até pelo excesso de tempo gasto em redes sociais. O resultado disso é um nível baixo de leitura de livros per capita. Segundo a 5ª edição da pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, realizada com 8.067 pessoas em 208 municípios pelo Instituto Pró Livro e pelo Itaú Cultural, entre outubro de 2019 e janeiro de 2020, o brasileiro lê em média cinco livros por ano, sendo somente 2,5 livros lidos do começo ao fim. Em um período de três meses, somente 52% dos entrevistados leram algum livro. Em 2015, o mesmo índice chegava a 56% (AGÊNCIA BRASIL, 2020, n.p).

De acordo com a coordenadora da pesquisa, Zoara Failla, a internet e as redes sociais são razões para a queda no percentual de leitores, sobretudo entre as camadas mais ricas e com ensino superior.

“[Essas pessoas] estão usando o seu tempo livre, não para a leitura de literatura, para a leitura pelo prazer, mas estão usando o tempo livre nas redes sociais”, diz.

[...]

O estudo mostra que 82% dos leitores gostariam de ter lido mais. Quase a metade (47%) diz que não o fez por falta de tempo. Entre os não leitores, 34% alegaram falta de tempo e 28% disseram que não leram porque não gostam. Esse percentual é 5% entre os leitores.

A internet e o WhatsApp ganharam espaço entre as atividades preferidas no tempo livre entre todos os entrevistados, leitores e não leitores. Em 2015, ao todo, 47% disseram usar a internet no tempo livre. Esse percentual aumentou para 66% em 2019. Já o uso do WhatsApp passou de 43% para 62%.

[...]

A pesquisa mostra ainda uma série de dificuldades de leitura. Entre os entrevistados, 4% disseram não saber ler, outros 19% disseram ler muito de-

vagar; 13%, não ter concentração suficiente para ler; e, 9% não compreender a maior parte do que leem.

Há ainda entraves para acesso aos livros. “O Brasil está vivendo uma crise na economia, vemos dificuldade para o acesso, para a compra [de livros]. As pessoas estão frequentando menos bibliotecas”, diz Zoara. (AGÊNCIA BRASIL, 2020, n.p, grifos do autor)

Para efeito de comparação, o *Centre National du Livre*, da França, indica que 88% da população francesa se declaram leitores regulares e leram, em média, 21 livros nos últimos 12 meses, como relata Adriana Brandão em 2019 para o portal RFI. Isso representa 5 vezes mais que os brasileiros. Na matéria, Adriana ainda aborda a crise do setor:

Sem surpresas, o mercado editorial brasileiro encolheu 21% entre 2006 e 2017, o que corresponde a uma perda de R\$ 1,4 bilhões. O impacto da crise econômica na indústria do livro a partir de 2015 explica somente em parte esse recuo, acredita Vitor Tavares [presidente da Câmara Brasileira do Livro]. Ele pensa que as mudanças de comportamento e de compra do consumidor nos últimos tempos representam “um grande desafio para o mercado de livros em todo o mundo” e que haverá “um período de grandes transformações nos próximos anos para encontrar caminhos e retomar o crescimento do mercado”. A delicada situação financeira e as ameaças de fechamento da livrarias Cultura e Saraiva comprovam a fragilidade do setor. (RFI, 2019, n.p)

Com este panorama à vista, o desafio do presente projeto é a diagramação do livro inédito *Pensando Bem*, da autoria de Darci Cunha. O escritor, natural de Arroio Grande/RS, é engenheiro agrônomo e já lançou quatro obras: *2056 – Cenários do Brasil e do Mundo* (ficção filosófica, de 2002), *Naquela Cabine* (contos e crônicas, em coautoria com Nena Sarti, de 2003), *Poesia Descalça* (poesia, de 2007) e *Bazar dos Poetas* (contos e crônicas, em coautoria com Ileides Müller, de 2013). O foco de sua atuação literária costumava ser a comunidade cultural de Campo Grande e do Mato Grosso do Sul, pois, apesar de hoje residir em Pelotas/RS, por anos residiu lá. *Pensando Bem* tem a incumbência de fazer com que o autor entre no mercado literário gaúcho e, em uma visão mais otimista, nacional.

A escolha do projeto e do autor não é aleatória, e aqui permito-me utilizar brevemente a primeira pessoa para revelar que Darci é meu pai. O livro *Poesia Descalça* foi meu primeiro projeto de design editorial, inclusive. A conexão pai-filho é, portanto, a principal motivação para o presente trabalho e tem, por óbvio, grande valor emocional.

Em um mercado que já tem suas complexidades, em que é difícil para um autor se destacar e se fazer conhecido, com as dificuldades adicionais de logística e distribuição, o autor deseja, com esta obra, fazer algo “inovador, surpreendente, acima da média” ao julgamento das possíveis candidatas a editora e dos seus leitores.

Sobre o conteúdo textual do livro, o autor descreve-o, nas páginas de Apresentação, da seguinte maneira:

Pensando bem reúne textos concisos e frases curtas que carregam em si a avaliação de um momento, de uma situação, regra ou indignação, registrados pelo autor a partir dos anos 70 do Séc. XX, quando os primeiros registros aparecem em seus arquivos.

São descrições através do ângulo pelo qual o autor vê e entende o mundo que o cerca.

Alguns dos textos compõem outras obras já publicadas pelo autor, mas em sua maioria são inéditos.

A necessidade de reunir estes pensamentos em um livro se deve ao fato de que ao longo do tempo, em seus momentos de criação, o autor fez os referidos registros em formatos e tamanhos que não se encaixam na poesia, na crônica ou em outros segmentos da literatura.

Para um melhor entendimento, a distribuição dos textos obedece a uma linha de raciocínio, portanto agrupados em vinte subtítulos, com números variados de pensamentos, alguns ilustrados. [...]

O conteúdo é fiel à linha de entendimento do autor, expondo toda sua liberdade comportamental que, em alguns momentos, pode pressionar o leitor a uma posição de concordância ou não, sobre o tema, mas jamais à indiferença, pois sua forma de ver e se portar no mundo avançam, em determinados momentos, os espaços da polêmica.

O que o autor deseja com esta obra é que o leitor, ao final da sua leitura, leve para sua vida algum pensamento que, de maneira especial marque sua vida porque, pensando bem, o ser humano é o que pensa e assim se consolida com o que faz.

O texto, apesar de fundamental para as decisões de design, não será aqui avaliado pela ótica da literatura, dos gostos pessoais ou de quaisquer ciências relativas a discurso. Nem será julgado moralmente. O projeto e o relatório, que a partir daqui se desenrolam, envolve analisar unicamente o desempenho do designer, aplicando suas competências e os conhecimentos aprendidos em aula.

1.1 PROBLEMA DE PROJETO

Em posse do conteúdo textual do livro *Pensando Bem*, o problema básico do projeto é: como o projeto de design editorial de um livro de pensamentos e frases curtas pode valorizar a obra, contornando o risco de ser recebida como de pouco conteúdo ou desinteressante editorial e comercialmente?

1.2 JUSTIFICATIVA

A conexão pai-filho é a justificativa pessoal e primordial. Mas para além dela, o fato de o livro – que será impresso e distribuído – fazer parte de um projeto acadêmico é deveras benéfico, pois traz atenção muito mais extensa e criteriosa à sua diagramação. Outros olhares e opiniões de pessoas qualificadas são muito úteis para que o produto final seja mais assertivo.

Ao transformar o design desse livro em um projeto acadêmico, a obra, que originalmente teria diagramação linear com poucos elementos gráficos, passa a ter recursos visuais que a tornam multidisciplinar, multifacetada, mais rica de significados e com mais valor agregado. Um livro-produto precisa do impacto visual para disputar a atenção de um público que está cada vez menos lendo livros e cada vez mais voltados à internet e às redes sociais.

Procura-se, com esse projeto, não só fazer um design fundamentado nos conhecimentos do campo, mas também explorando recursos técnicos avançados dos aplicativos gráficos da plataforma *Adobe Creative Cloud*. É, de certa forma, um teste de performance do designer, enquanto profissional que já tem anos de carreira e portfólio considerável. Vale aqui ressaltar que, diferente de projetos da graduação, este é um projeto de pós-graduação, então, é já esperado que o produto final deva ser medido também pela régua da qualidade do mercado.

A sociedade sempre sai beneficiada quando a produção cultural robustece. Lançar uma obra que, para além de seu conteúdo textual, traz uma atenção especial ao visual, engrandece e diversifica o mercado editorial gaúcho e nacional.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

A partir da obra escrita, realizar o projeto editorial e a edição de design do livro, buscando agregar valores simbólicos e conceituais, assim como o seu interesse comercial.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Explorar a cadência de leitura a partir da valorização simbólica dos pensamentos com o uso criativo da tipografia e da ilustração, sem distorcer ou prejudicar o sentido original do texto.
2. Aplicar um estilo visual inusitado, inserindo elementos da poesia concreta e da pós-modernidade.
3. Empregar novas formas de interação com a mensagem da obra, tais como realidade aumentada ou animações em uma versão de publicação digital.
4. Utilizar as potencialidades dos aplicativos gráficos *InDesign*, *Illustrator* e *Photoshop*, integrantes da plataforma *Adobe CC*.
5. Atender as expectativas do cliente, quanto às suas subjetividades, simbolismos e intenções editoriais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Vale munir-se de conceitos, definições e categorizações acerca do campo. Alguns dos temas – é importante frisar – foram surgindo ao longo do processo de criação, não necessariamente antes. Eles serão aqui abordados antes da descrição da execução do projeto em si. O projeto tem no design editorial sua matéria principal, mas envolve também poética visual, poesia concreta, pós-modernidade, bem como alguns efeitos, técnicas e estilos visuais.

2.1 DESIGN EDITORIAL

O design gráfico, tal qual como conhecemos hoje, tem no design do livro uma de suas primeiras ocorrências. Caroline Roberts, na introdução de *O Livro e o Designer I* (2007, p. 6), assim relata:

O design do livro é um dos primeiros exemplos do que hoje chamamos de “design gráfico”. A Igreja foi sua primeira patrocinadora. No Ocidente, os primeiros designers de livros foram os monges copistas do século IX, que copiavam as escrituras em pergaminhos. As primeiras tentativas de impressão foram realizadas com o intuito de imitar essas lindas peças produzidas manualmente. (ROBERTS; FAWCETT-TANG, 2007, p. 6)

O design editorial não envolve só a diagramação de livros, mas sim de todos os textos. Ele tem como objetivo primordial “favorecer a compreensão de um texto por meio da disposição das informações deste e dos elementos de apoio visual” (MAYA; DE FRANCESCHI; NEROSKY, 2016, p.125). Os autores assim completam:

Seja em uma revista, em um jornal, em um pôster ou em um livro, o esforço visual para aproximar o leitor, favorecer a compreensão e otimizar a experiência dele, é chamado de design editorial. Segundo Caldwell e Zappaterra (2014), a maior parte dos conteúdos editoriais procura comunicar uma ideia ou contar uma história por meio da disposição dos títulos, do corpo do texto e dos elementos visuais. (MAYA et al, 2016, p. 126)

Toda publicação tem em seu projeto gráfico a sua identidade visual. É por ele que se consolidam as escolhas dos diversos elementos visuais: *grid*, *mancha*, hierarquia, cor, disposição de imagens etc. Contudo, projeto gráfico não é sinônimo de

projeto editorial, enquanto o primeiro aborda as visualidades, o segundo engloba não só o design, mas também o conteúdo textual.

Por óbvio, essa não é uma ciência exata. Segundo Roberts (2007, p.7), assim como qualquer espécie de design, seja de embalagem, de produto, de interface ou outro, o design editorial “está sempre sujeito a mudanças de rumo e de abordagens estilísticas que influenciam o design como um todo”. A autora ainda afirma que “os designers irão até onde for necessário para criar o design mais apropriado ao conteúdo e ao público-alvo” (2007, p.7).

O design editorial é um conceito amplo, porém o design de livros, em específico, carrega em si a preocupação de o livro ser um produto persuasivo e, por conseguinte, facilmente vendável para o seu público-alvo.

Henry Ward Beecher, o clérigo americano do século XIX, disse: “Existe lugar onde a natureza humana seja mais fraca do que em uma livraria?”. E os designers, mais do que ninguém, parecem felizes em endossar essa teoria. Poucos dos livros que compramos são, rigorosamente falando, compras essenciais, exceto talvez um dicionário ou um código de trânsito. Os livros, na verdade, são apenas uma maneira de gastarmos nosso dinheiro disponível e por isso eles devem ter um elemento de sedução. Embora todos os vários elementos (como o layout, a tipografia, o uso de imagens, a qualidade de impressão e o tipo de papel e o acabamento) combinem-se para nos oferecer uma sensação geral, é a capa que fica com a maior parte desse trabalho. (ROBERTS; FAWCETT-TANG, 2004, p.7)

2.2 POESIA CONCRETA E POESIA VISUAL

A poesia concreta nasceu a partir do concretismo, movimento artístico de vanguarda que se espalhou pelo mundo a partir dos anos 1930. A *Exposição Nacional de Arte Concreta*, no Museu de Arte Moderna de São Paulo em 1956, é considerado o marco inicial da poesia concreta no Brasil. Leandro Guimarães, em seu artigo *Poesia Concreta*, no portal Mundo Educação UOL, resume bem sobre o tema:

A principal bandeira estética dessa vertente da poesia brasileira é a composição do poema-objeto, em que o verso tradicional é abolido em prol de uma construção que explora os recursos sonoros, visuais, semânticos, e principalmente o espaço tipográfico e a disposição geométrica dos vocábulos na página.

(...)

O concretismo objetivava principalmente a construção do poema-objeto, que seria encarado como um produto semelhante ao fabricado industrialmente. Esse procedimento propiciaria que o poeta, no processo de composição do poema, eliminasse qualquer marca subjetiva ou psicológica do autor em seu produto. Os poetas concretistas opunham-se à manifestação da subjetividade no poema, propondo, portanto, o fim do eu lírico. Além disso, um outro

objetivo principal dos concretistas era eliminar o verso tradicional, dispondo as palavras de forma não linear com base na exploração do espaço gráfico da página. (MUNDO EDUCAÇÃO UOL, 2020, n.p)

Há na poesia concreta a valorização dos aspectos visuais do poema com o emprego de caracteres tipográficos, desenhos e formas. O poema concreto comunica-se por meio de sua estrutura-conteúdo. Todavia, o poeta, ao longo dos séculos e desde bem antes do concretismo, sempre esteve sujeito a um formato – qualquer que seja – ao escrever o seu poema. Ora moldado pela caligrafia, ora pela máquina de escrever ou por eventuais explorações de forma e ilustração. Antônio Miranda, introduz o tema poesia visual da seguinte maneira:

A caligrafia (principalmente na poesia oriental) como a diagramação dos versos na página ou tela, constituem-se em recursos ao alcance do poeta. Stéphane Mallarmé, muito antes de Pound, ao radicalizar com seu *Un coup de dès...*, no final do século 19, já entendia que a poesia não ocupa apenas o espaço das palavras grafadas na “página em branco” mas todo o espaço circundante, inclusive os vazios. O espaço do poema é virtual, espaço-temporal.

(...)

O poeta inscreve, modela, geometriza, diagrama sobre a superfície plana da página, dos muros, da tela ou parte para suportes mais amplos como o disco sonoro, o cinema e o vídeo, e à publicação digital, com recursos multimídia e holografia [...]. Vale tudo no processo de criação e expressão. (MIRANDA, 2005, s.p)

Figura 1: Exemplo de texto diagramado em forma figurativa



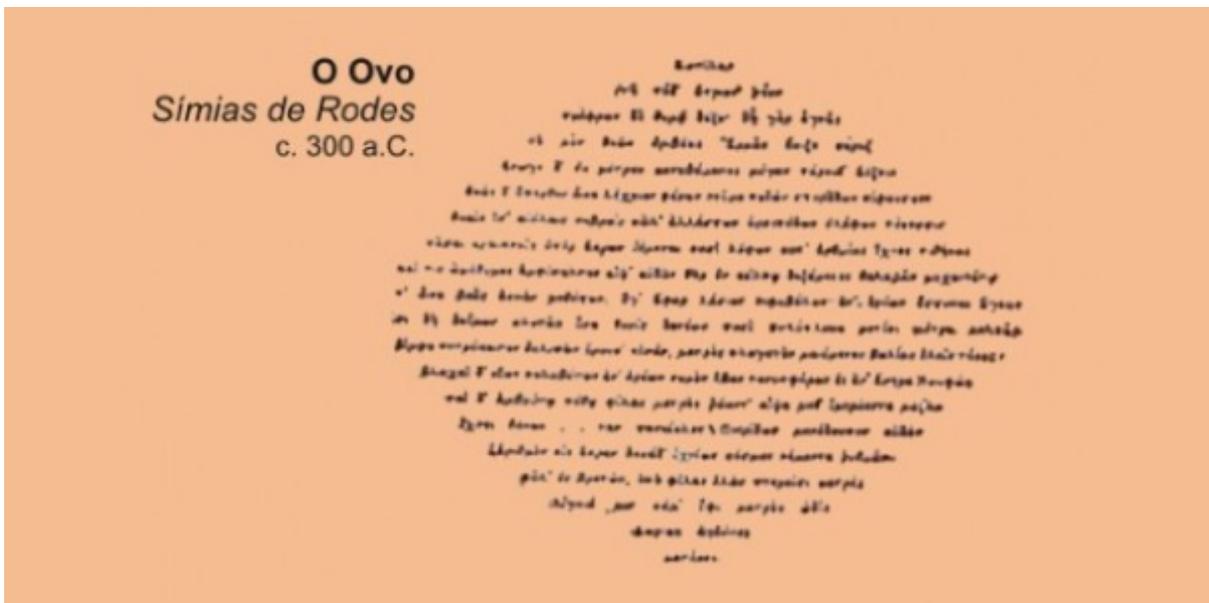
Fonte: APOLLINAIRE, G., 1967 apud MIRANDA, 2005, s.p

Sobre a conceituação de poesia visual, em contraste com a poesia concreta, Miranda (2005, s.p) entende que o concretismo era uma proposta teórica de vanguarda muito objetiva e precisa, enquanto que o termo poesia visual é mais abrangente e, até mesmo, ambíguo, “como uma espécie de termo guarda-chuva para abrigar diferentes e até opostas experimentações”, sejam elas caligramáticas, ideogramáticas, geométricas, abstratas, verbais, sonoras etc. A poesia visual tem, portanto, um caráter muito mais inclusivo e multifacetado que a poesia concreta, apesar de esta possuir forte caráter imagético.

Outro artigo, no portal Beduka, traz interessante curiosidade:

Surpreendentemente, o Poema Visual mais antigo que se tem conhecimento é anterior ao ano 0: A obra “O ovo” de Símias de Rodes (300 a.C.) é uma forma de poema em que discorre sobre o ovo e que o poema foi feito no formato de um ovo. Este poema era uma espécie de caligrama (poema em que o formato corresponde ao objeto-tema). Não se sabe o motivo dessa forma literária não ter sido reproduzida por outros artistas de sua época. Sabe-se que ela foi esquecida e retomada relevantemente apenas no Modernismo. (BEDUKA, 2020, s.p)

Figura 2: O Ovo – Símias de Rodes



Fonte: BEDUKA, 2020, s.p

2.3 LIVROS DE ARTISTA E LIVRO-PRODUTO

Em seu trabalho de conclusão de curso, intitulado *Nova experiência literária através do design editorial*, Bianca Dias Cheung (2019) recorre ao artigo *O livro*

como *forma de arte*, de Júlio Plaza (1982) para fazer um breve apanhado sobre a categorização dos livros:

No texto, Plaza indicia definindo o livro como “uma sequência de espaços (planos) em que cada um é percebido como um momento diferente. O livro é, portanto, uma sequência de momentos. O livro é signo, é linguagem espaço-temporal.” Plaza coloca aqui, o livro de artista como um objeto de design em que o autor pensa o livro como um todo, tanto em conteúdo quanto em forma. Plaza acredita que a criação de um livro em forma de arte traga novas possibilidades quando se distancia dos modos de leitura convencional ocidental, usando fotografias, ilustrações, diagramas, tipografia, entre outros. Para cada tipo de interpretação artística do livro convencional, seja ela sutil, ou não, Plaza as categoriza em um diagrama publicado no mesmo artigo, em que as define como ‘livro de artista’, estes, divididos em grupos: no primeiro, denominado de sintético-ideográfico, encontram-se: o livro ilustrado, poema-livro e o livro-poema (livro-objeto ou livro-obra). O segundo grupo denominado analítico-discursivo é formado por: livro conceitual, livro-documento e livro intermedia. E, por fim, última categoria, já fora dos livros de artista, é vista por Plaza como o Antilivro “onde a ideia do livro se esvai e extrapola para uma linguagem”, como uma obra de arte e não como um livro de artista. (CHEUNG, 2019, p. 24-25)

Aprofundando-se na conceitualização de Plaza (1982), trazida por Cheung (2019, p. 26), livro ilustrado é aquele em que a ilustração “amplia, traduz e organiza visualmente o significado do texto”, dando ênfase para alguns trechos significantes do texto, sem descaracterizá-los. Já poema-livro é aquele em que sua estrutura espaço-temporal não é dominante, e “a informação gráfica contida pode permanecer, sem perda de informação, num outro meio: filme, cartaz, dispositivo etc.” (PLAZA, 1982 apud CHEUNG, 2019, p. 26). O livro-poema é o contrário, pois sua estrutura espaço-temporal depende da forma como foi configurado no suporte, não sendo possível a troca de veículo ou estética, sem que haja prejuízo do conjunto da obra. Por fim, no livro-objeto “pode predominar o uso de materiais outros que não o papel, como metal ou mesmo uma problemática espacial que faz com que o livro sature na escultura” (PLAZA, 1982 apud CHEUNG, 2019, p. 27).

Para fazer o paralelo com estas denominações, faz-se aqui necessário o reconhecimento do livro enquanto produto, no sentido mercadológico da palavra. Para Kotler e Armstrong, produto é “qualquer coisa que pode ser oferecida a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou uma necessidade” (2007, p. 244). Eles continuam:

Os produtos são um elemento-chave da oferta ao mercado. O planejamento do mix de marketing (ou composto de marketing) começa com o desenvolvimento de uma oferta que proporcione valor aos clientes-alvo. Essa oferta se

torna a base sobre a qual a empresa constrói relacionamentos lucrativos com os clientes. (KOTLER; ARMSTRONG, 2007, p. 245)

2.4 DESIGN PÓS-MODERNO

A pós-modernidade é um tema tão amplo e denso que não convém aqui, neste relatório, se aprofundar. Porém uma brevíssima contextualização do *momentum* do design em que este projeto se desenrola faz-se necessária. A descrição do início do design pós-moderno que Philip Meggs traz em seu livro *História do Design Gráfico* é a seguinte:

Nos anos 1970, muitos acreditavam que a Idade Moderna se arrastava para seu final na arte, no design, na política e na literatura. As normas culturais da sociedade ocidental eram esmiuçadas e questionava-se a autoridade das instituições tradicionais. O pluralismo crescia à medida que as pessoas passavam a contestar as doutrinas subjacentes ao modernismo. (...) Pessoas de muitos campos adotavam o termo pós-modernismo para expressar um clima de mudança cultural. (...)

No design, o pós-modernismo significava o rompimento com o Estilo Internacional dominante desde a Bauhaus. Nadavam contra a corrente, ao desafiar a ordem e a clareza do design moderno, particularmente do design corporativo. (MEGGS, 2009, p. 600-601)

Sobre o caráter intuitivo e espirituoso do design pós-moderno, bem como o alto envolvimento pessoal dos designers, Meggs discorre:

Os designers pós-modernos atribuem uma forma ao espaço mais poque “sentem” que deve ser assim do que para atender a uma necessidade racional de comunicação. (...) o design pós-moderno é frequentemente subjetivo e até excêntrico; o designer se torna um artista que se apresenta diante da plateia com o virtuosismo de um músico de rua, e o público se sensibiliza ou segue seu caminho. (MEGGS, 2009, p. 601)

Com a revolução digital, o design avançou ainda mais em sua pós-modernidade. Meggs diz que o “design gráfico foi irrevogavelmente transformado pelo hardware e software dos microcomputadores e pelo crescimento explosivo da internet” (2009, p. 626). E continua:

Apesar da forte resistência inicial por parte de muitos designers, a nova tecnologia foi rapidamente aperfeiçoada e obteve a aceitação geral. Os usuários de computadores conquistaram maior controle sobre o processo do 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, 2009, p. 627)

São inúmeras as formas inéditas de manipulação possibilitadas pelos softwares. Aqui vale exemplificar duas, que têm se tornado bastante frequentes em portfólios e blogs especializados: distorção líquida e *glitch*. Não há propriamente grandes teorizações sobre estes efeitos visuais, mas, pode-se dizer que distorção líquida é o efeito de distorcer determinada forma de caráter sólido e definido, a ponta de esta adquirir um aspecto líquido e menos definido. Tanto que a ferramenta, dentro do *Photoshop*, que permite esta distorção se chama “*Liquify*”. Já o *glitch* é a consequência de uma falha de hardware ou software, causando interferências e distorções na imagem original. Como, às vezes, o resultado da falha causava uma sensação visual melhor que a imagem original, o *glitch*, antes involuntário, passou a ser um efeito desejável.

Figura 3: Exemplo de distorção líquida



Fonte: Imagem encontrada no Pinterest. Arte de Milou Maass.

Figura 4: Exemplo de *glitch*



Fonte: Imagem encontrada no Pinterest. Arte de *Glitch News*.

3 CONCEITO

Tendo passado pelo referencial teórico e considerando os objetivos previamente descritos, conceitua-se o presente trabalho como um projeto gráfico editorial de um livro inédito de pensamentos categorizados em temas, que, em sua base, segue regras primordiais do design editorial, para se encaixar no mercado editorial brasileiro como produto de bom apelo comercial.

Pensando Bem, em sua visualidade, pode ser classificado tanto como livro ilustrado – pois possui ilustrações que dão cadência e ritmo ao folhear, marcando e embelezando momentos do livro, sem interferir no conteúdo textual – como também poema-livro, pois possui ilustrações e interferências estéticas que não prejudicam o conteúdo textual, porém o enriquecem em significados. O seu aspecto de livro ilustrado fica mais ressaltado nas páginas de começo de capítulo, e o seu aspecto de poema-livro fica mais ressaltado nas ocorrências de poesia visual. Apesar de ser assemelhada, esta poesia não pode ser classificada como concreta, pois não segue alguns princípios fundamentais desse estilo literário.

É importante frisar que o livro não foi, originalmente, pensado como uma obra contendo poesia visual, pois o autor é, em seu estilo poético, até então essencialmente verbal e linear. Mas no estágio de briefing, entendeu-se que a poesia visual seria um elemento que agregaria valor ao livro, como obra e como produto. Com essa sinergia, o autor se sente mais designer e o designer se sente mais poeta.

O design do livro encaixa-se no *zeitgeist* pós-moderno, afinal, é focado muito mais na subjetividade e na autoexpressão, do que na funcionalidade e na formalidade. Além disso, o trabalho deve ser reconhecido como evidentemente pós-moderno, pois o processo de execução foi muito pautado pelo emprego de softwares e estilos visuais somente possibilitados pela computação gráfica recente.

O resultado final do projeto será o protótipo do livro impresso, pronto para ser apresentado às editoras. Há espaço, porém, para posterior conversão do livro em formato digital e outras formas de interação, tal como realidade aumentada.

4 METODOLOGIA

A linha de trabalho do presente projeto se assemelha a de outros projetos já realizados pelo designer. Não se trata de metodologia consolidada pela academia, e sim um passo a passo mais empírico. Porém, assemelha-se às 8 etapas da “metodologia projetual para produtos gráfico-impresos” de Volnei Antônio Matté (2004, p. 61-66): problematização, pesquisa, análise, definição, modelação inicial, modelação final, normatização e supervisão.

As etapas do trabalho, adaptadas pelo designer, são as seguintes:

1. Pedido inicial de diagramação por parte do autor
2. Briefing, buscando extrair solicitações específicas do autor
3. Conferência do conteúdo textual (com análise)
4. Problematização
5. Pesquisa de contexto, referência e recursos
6. Definição do projeto, estrutura do relatório e orientação
7. Criação de capa e algumas páginas internas (modelação inicial)
8. Apresentação em *mockups*
9. Aprovação com o autor
10. Diagramação completa do livro (modelação final)
11. Nova aprovação com o autor
12. Entrega do relatório completo ao orientador
13. Orientação e revisão
14. Finalização do arquivo
15. Apresentação acadêmica

As ações posteriores não fazem parte deste projeto acadêmico, mas fazem sim parte do projeto editorial do livro:

15. Registro de propriedade intelectual e catalogação na Biblioteca Nacional
16. Testes de emprego de realidade aumentada
17. Testes de publicação digital (*e-pub/ kindle*) e interativa
18. Criação e diagramação do conteúdo extra (se os testes forem favoráveis)
19. Apresentação às editoras
20. Escolha da editora
21. Finalização dos arquivos para impressão e digitalmente

22. Criação de materiais de divulgação

23. Distribuição, lançamento e divulgação.

Além dos conhecimentos obtidos em aula e na vida profissional, os fundamentos de determinados livros foram levados em conta, na hora da criação:

- *Design e Tipografia: 100 Fundamentos do Design com Tipos* de Ina Saltz (2009).
- *100 Habits of Successful Publication Designers* de Laurel Saville (2008).
- *O Livro e o Designer II – Como criar e produzir livros* de Andrew Haslam (2006).
- *Tipos de Capa – Análise tipográfica das capas selecionadas pelo Academy of British Cover Design Awards 2016* de Cristiane Lisboa Viana (2016).
- *Visual Grammar* de Christian Leborg (2006).

É difícil sintetizar, neste relatório, quais fundamentos foram utilizados em todos os momentos de criação, pois cada criação de ilustração envolveu fundamentos e formas de criar diferentes. No capítulo seguinte, na descrição do passo a passo da solução, além da capa e dos elementos pré-textuais, serão exemplificados alguns dos pensamentos ilustrados.

5 DESENVOLVIMENTO DA SOLUÇÃO

5.1 CAPA

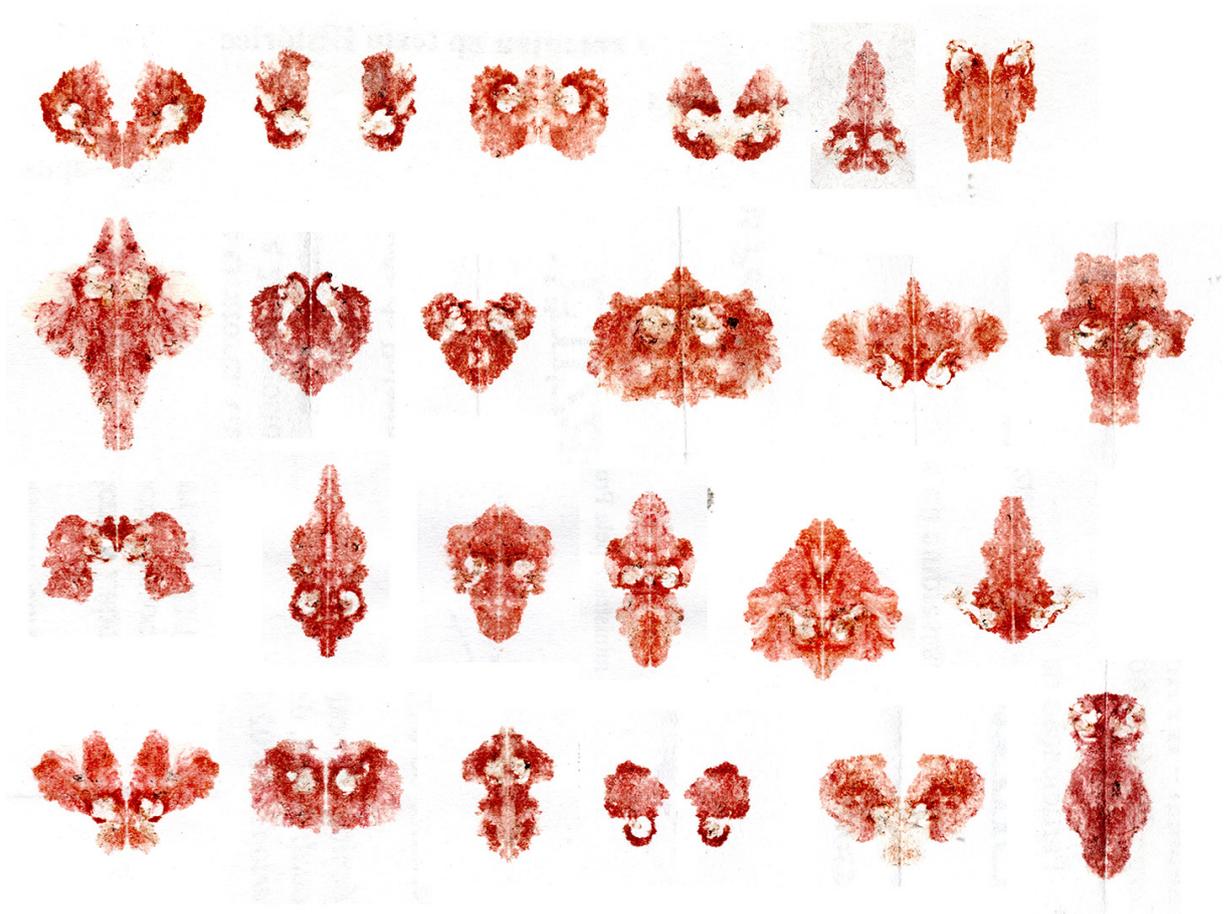
A divisão em dois subcapítulos, Capa e Miolo, faz-se necessária, afinal, tratam-se de processos de criação bem distintos. Enquanto a capa é uma peça única, mesmo que dividida em primeira capa, orelhas, quarta capa e lombada, o miolo é uma peça de muitas páginas corridas e, portanto, de muitos momentos de apreciação.

5.1.1 Briefing

O briefing inicial foi realizado junto ao autor de maneira informal. Quanto à capa, o pedido do autor foi para que fosse inovadora e surpreendesse o seu público, em especial, os seus colegas de literatura do Mato Grosso do Sul. Capas clássicas ou minimalistas não o agradam. Darci também ressaltou que seria interessante representar, de alguma forma, a diversidade e variedade dos pensamentos, da imaginação e da mente. Ele pediu, também, para que o livro medisse 15 cm de largura por 21 cm de altura, com capa mole e duas orelhas de 7 cm, tal como seus livros anteriores.

O autor também foi bastante enfático ao fazer uma exigência inusitada: ele queria que, de certa forma, as seguintes imagens fossem incluídas no livro, ou na capa ou no miolo:

Figura 5: Manchas



Darci forneceu todos os textos, inclusive os dois referentes às orelhas. Para a quarta capa, além do código de barras, ele solicitou que se colocasse somente a seguinte frase: “Verdades são camaleões adestrados à sombra”.

5.1.2 *Brainstorm* e geração de ideias

Na posse de todas estas informações, os maiores desafios eram:

- Como representar algo tão abstrato como o pensamento e a imaginação?
- Como preencher a quarta capa com uma frase?
- Como fazer algo que pudesse ser percebido como moderno e inovador?
- Como encaixar as manchas na arte do livro?

A ideia inicial era sim fazer um *brainstorm* e gerar o máximo de alternativas. Porém, as informações iniciais do autor guiavam para uma capa que levava em conta os seguintes aspectos:

- mancha;
- representação do pensamento e da imaginação;
- pós-modernidade;
- camaleão, mutação.

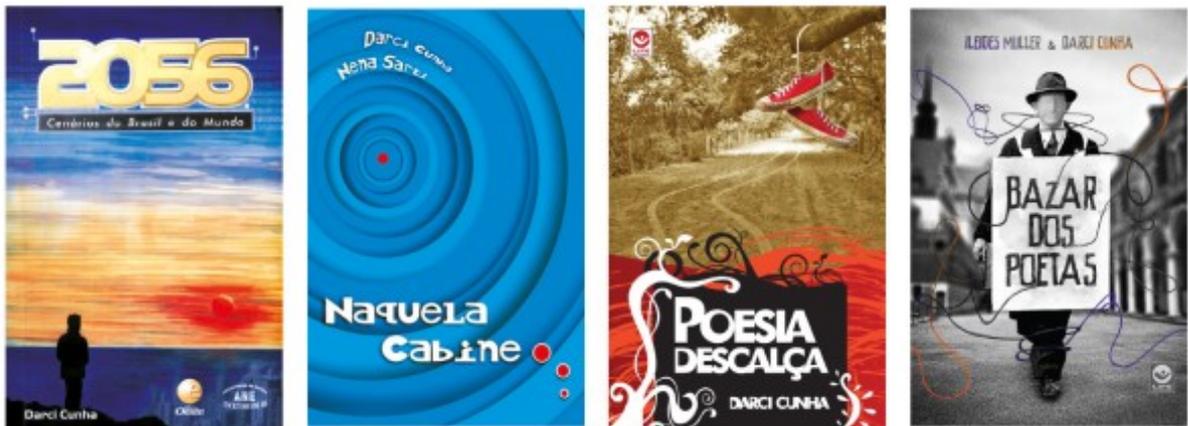
Com esses aspectos considerados, surgiu a ideia de a mancha, ou uma distorção, ser a representação da imaginação e também ser a mutação do camaleão, isso aplicado à própria foto do autor, ou de alguém que representasse a persona do autor. Nesse momento foi perguntado ao autor se ele gostaria de ter a foto utilizada na capa, e ele informou que gostaria só na orelha. Na capa poderia ser alguém com o perfil do autor.

A partir de então, alguns estilos visuais foram surgindo à mente, bem como ideias de fotos-base.

5.1.3 Pesquisa de referências

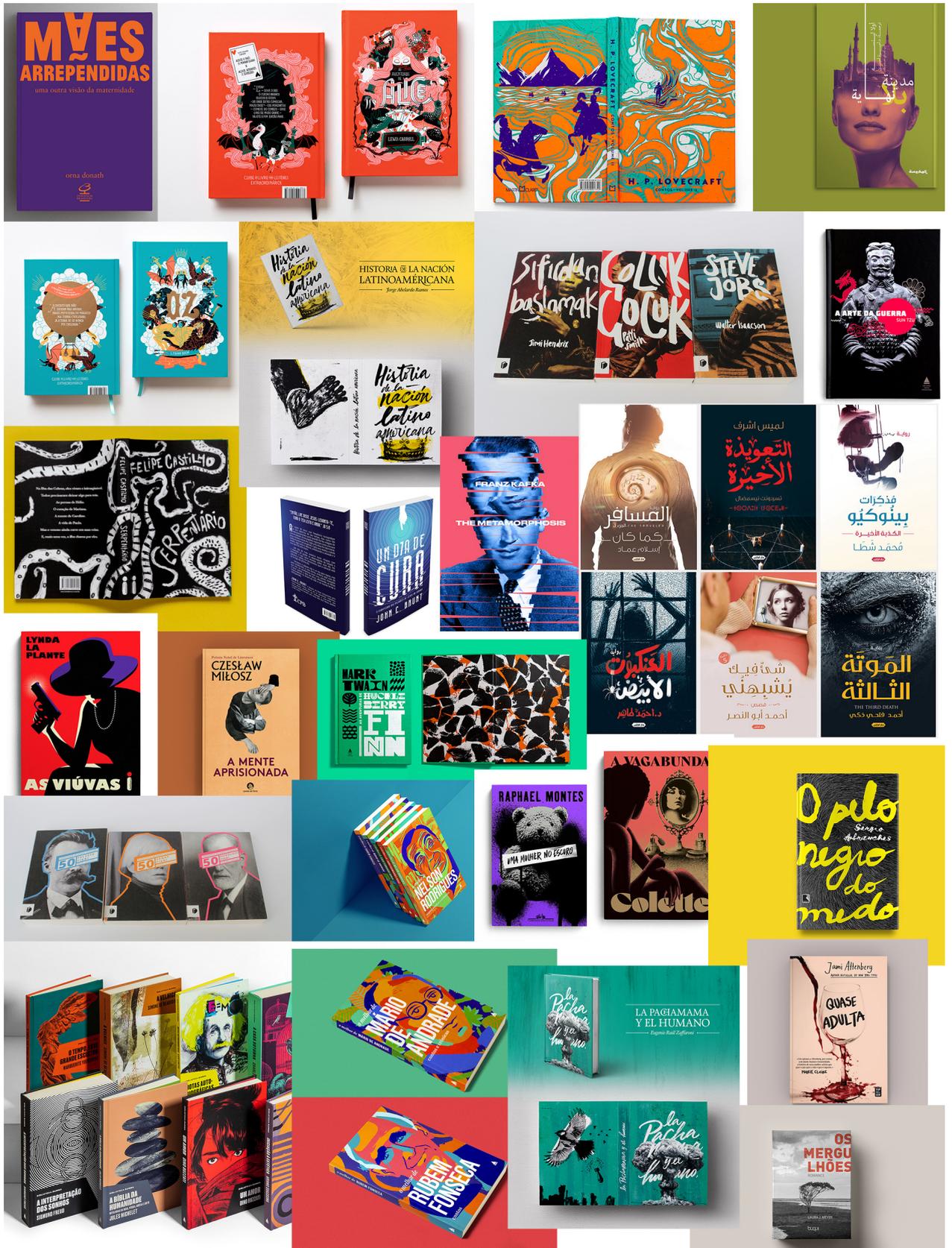
Primeiramente, era necessário resgatar as capas dos livros anteriores do autor:

Figura 6: Capas de Darci Cunha



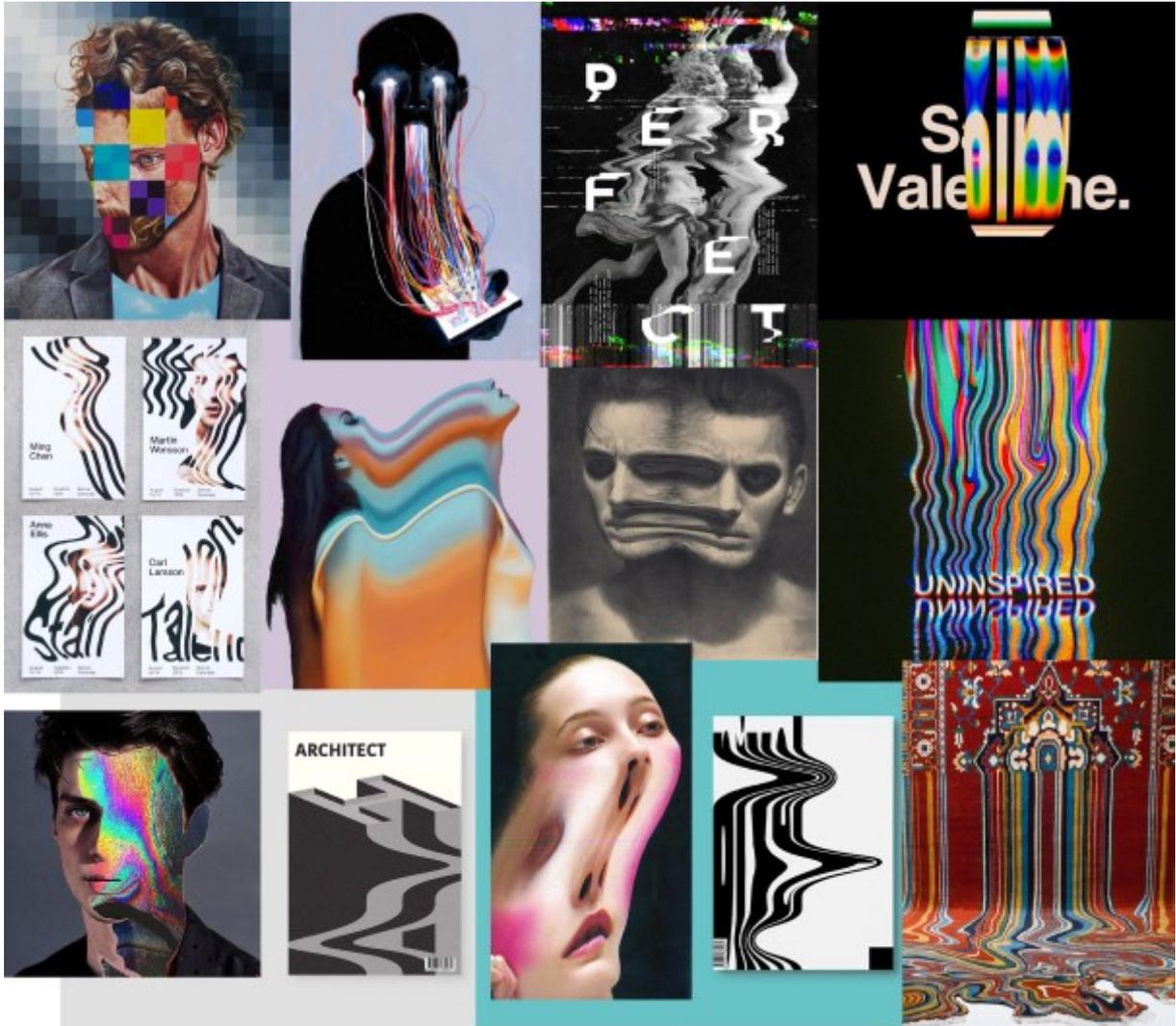
Depois, inciou-se a pesquisa de boas práticas no design de capas de livros comerciais, com ênfase no destaque visual, tipografia e imagens manipuladas:

Figura 7: Pesquisa de referências de capa



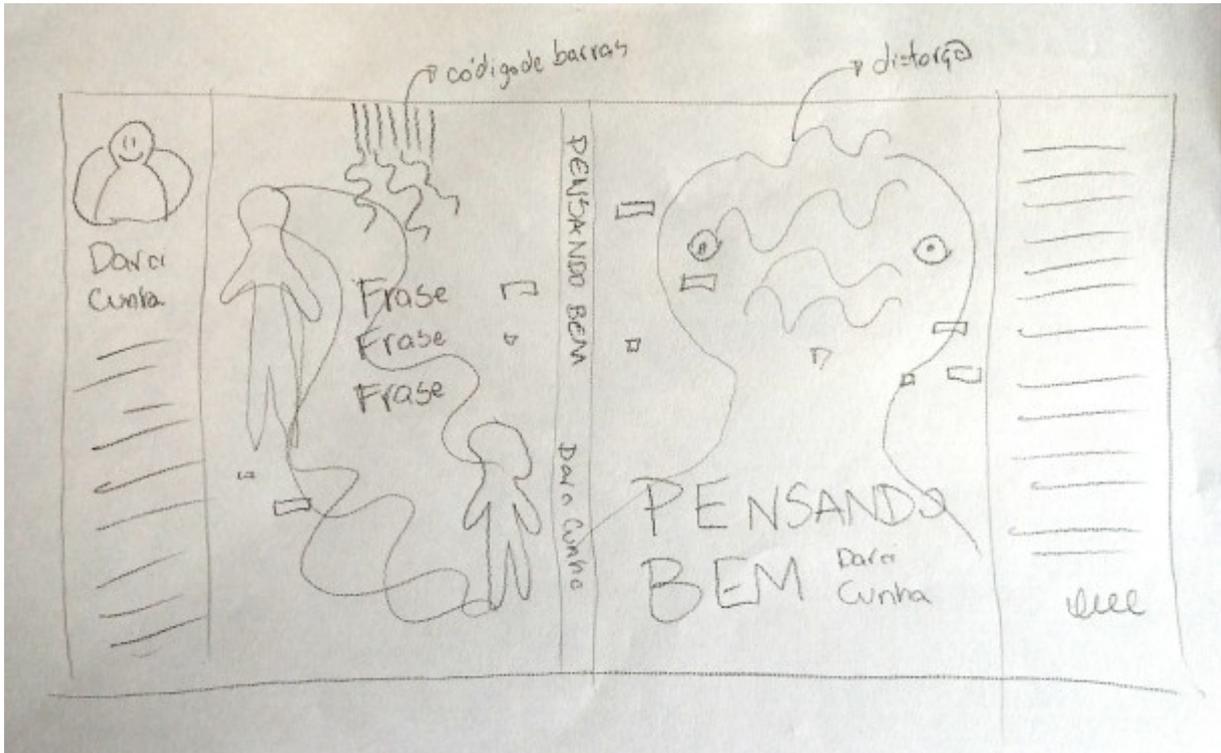
Como nesse momento, já havia a intenção de efetivar uma capa de aparência pós-moderna, pesquisou-se também inspiração de efeitos visuais, em especial, distorção líquida e *glitch*:

Figura 8: Pesquisa de referências de efeitos visuais



5.1.4 Esboço da capa e escolha de software

Para o esboço, os conceitos que permeavam o pensamento do designer eram, basicamente, distorção e *glitch* na figura humana, para representar a imaginação que está dentro da pessoa, como se o cérebro se abrisse. Na parte de trás, a mesma pessoa, com distorção semelhante, só que dessa vez, parecendo um camaleão.

Figura 9: Esboço inicial

Por conta das várias manipulações de imagem, o software utilizado para realizar o layout da capa foi o *Photoshop*.

5.1.5 Pesquisa e definição de fotos

Fez-se uma busca por personagem que se assemelhasse ao escritor e que houvesse várias fotos, com o modelo em posições diferentes. Foram utilizadas as assinaturas dos bancos de imagens *Freepik Premium* e *iStockPhoto*.

As seguintes imagens foram selecionadas:

Figura 10: Foto para a capa

Figuras 11 e 12: Fotos para a quarta capa

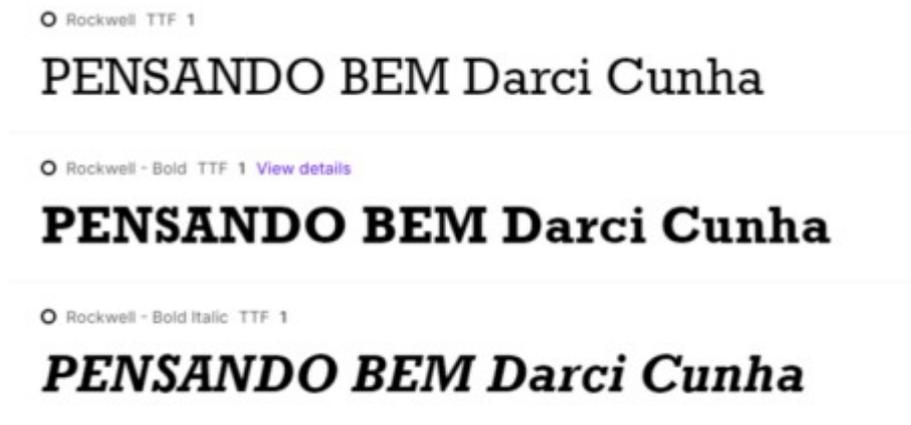


5.1.6 Pesquisa e definição de tipos

Para a fonte principal da capa, pretendia-se algo que remetesse à modernidade, e que fosse geométrica o suficiente para preservar certa harmonia quando fosse distorcida. Porém, as fontes sem serifa tradicionais encontradas possuíam pouca

personalidade. Logo, surgiu a ideia de utilizar uma família de fontes que tivesse serifa quadrada (*slab serif*), porém preservando a geometria das fontes sem serifa. A *Rockwell* era uma opção.

Figura 13: Primeira opção de fonte – Família *Rockwell*



Entretanto, a *Rockwell* possuía uma grande diferença de largura entre certos caracteres que não era ideal para o projeto, além de ser uma fonte já amplamente utilizada. Uma opção mais adequada foi encontrada: a família *Bio Rhyme*.

Figura 14: Segunda opção de fonte – Família *Bio Rhyme*



Empregou-se a mesma família nos títulos internos.

5.1.7 Grid

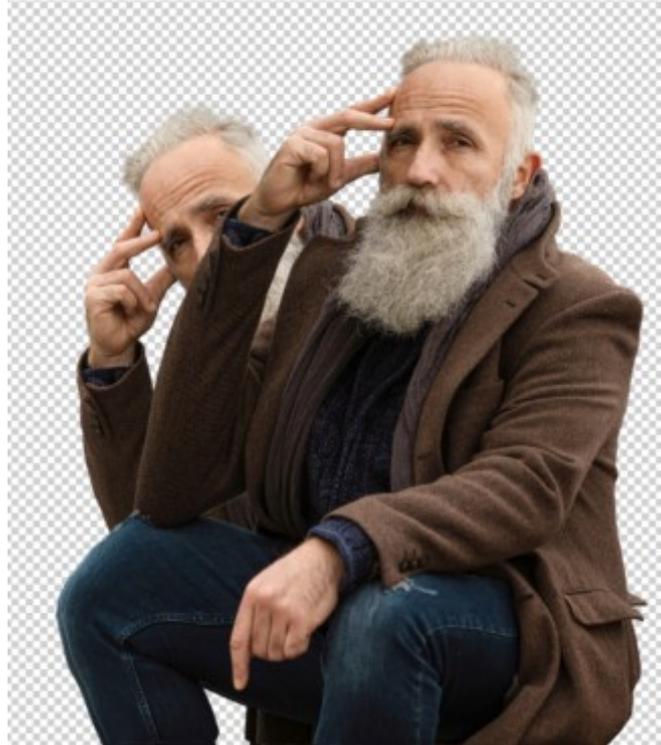
O livro fechado teria 15 cm de largura e 21 cm de altura com 7 cm de largura nas duas orelhas. No layout inicial, quando ainda não se tem à disposição a quantidade de páginas, faz-se a lombada com 1 cm, depois podendo ser alterada. Empregou-se para as faces principais uma margem de 15 mm para todos os lados e de 7,5 mm para as laterais das orelhas. Utilizou-se uma sangra de 5 mm, valor amplamente recomendado pelas gráficas.



5.1.8 Execução

Para a parte da frente, recortou-se a foto do modelo e ele foi distorcido em sua parte superior, usando a ferramenta “Distorção de marionete”, de forma que ele estivesse na mesma posição na parte de baixo, mas em posições diferentes na parte de cima:

Figura 15: Recorte e distorção de marionete



Depois utilizaram-se a ferramenta Dissolver (*Liquify*) e máscaras de transparência, para que o personagem “fluísse” de uma posição para outra:

Figura 16: Dissolver



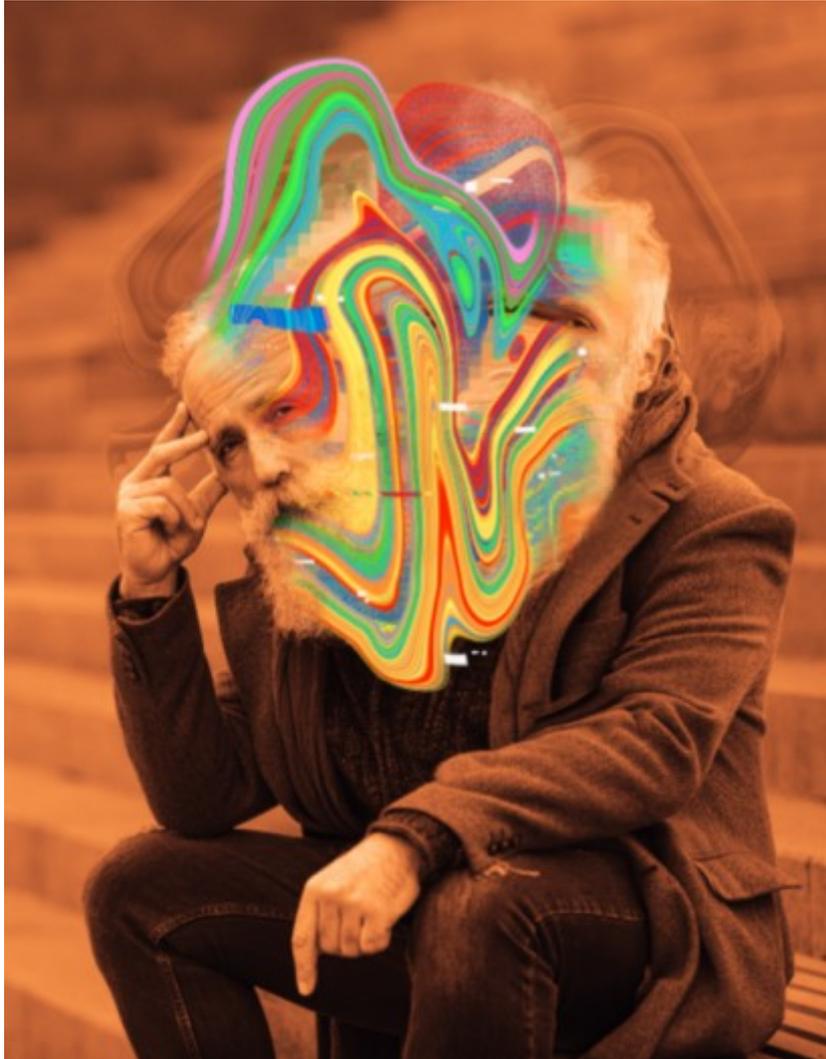
Partiu-se então para distorções de cor e um uso mais exagerado da ferramenta Dissolver, com inserção de retângulos que se assemelhassem a pedaços de pixel:

Figura 17: Cor e mais distorção



Aplicou-se no restante da imagem um tom sépia, para contrastar com o colorido exagerado da “mancha-pensamento”. Aplicaram-se também ruídos e filtros LUT para dar a textura necessária para uniformizar a imagem. Desfocou-se o fundo para dar sensação de profundidade.

Figura 18: Cor, mais distorção e filtros LUT

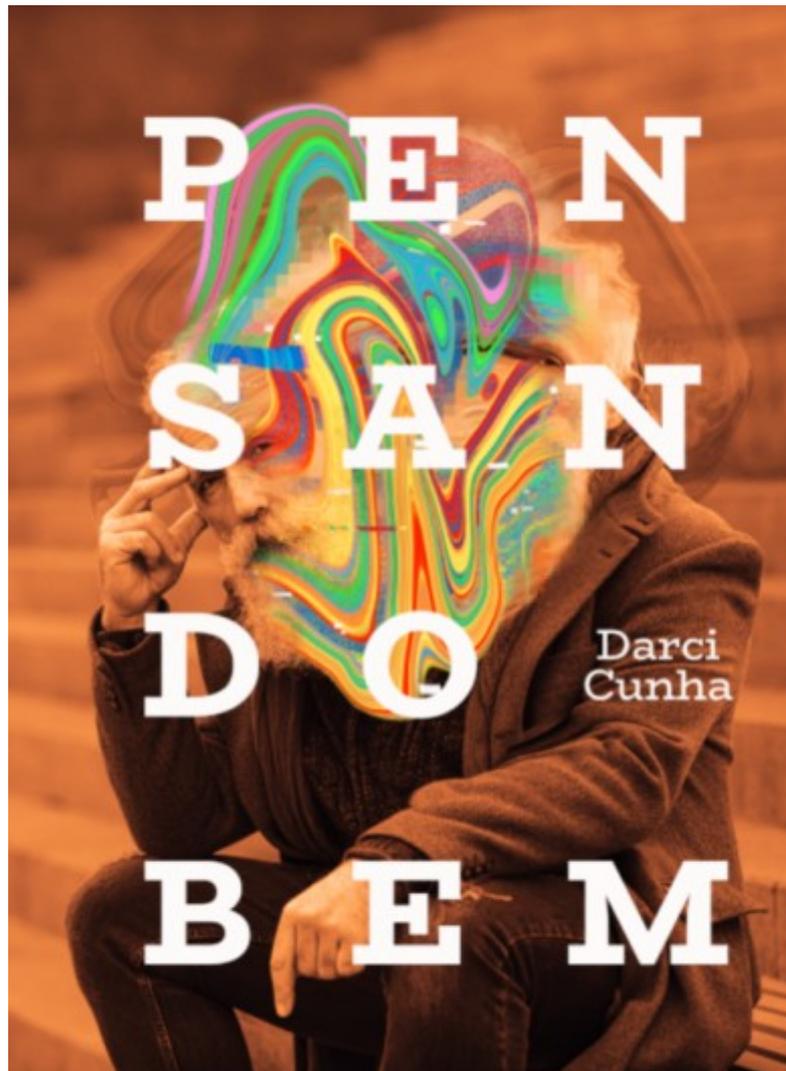


Depois adicionou-se o texto. A ideia era fazer com que o título fosse o maior possível e integrado à arte, entretanto, as duas palavras “Pensando” e “Bem” possuem número de caracteres muito diferente. A solução encontrada foi posicionar as letras em forma de grade:

P E N
S A N
D O
B E M

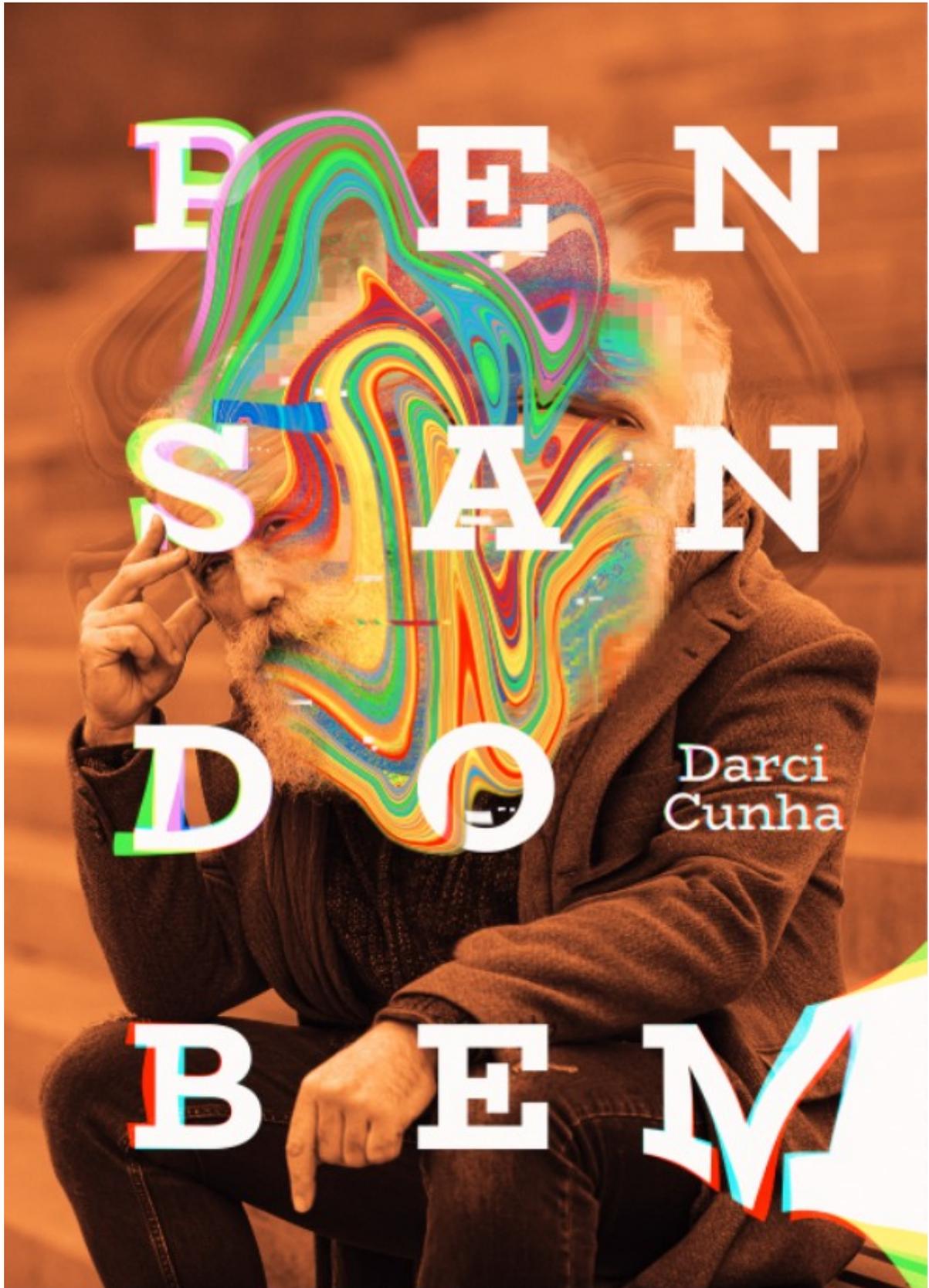
Desta forma, acabou sobrando um espaço ideal para o nome do autor, ao lado da letra “O”.

Figura 19: Inserção do título e do nome do autor



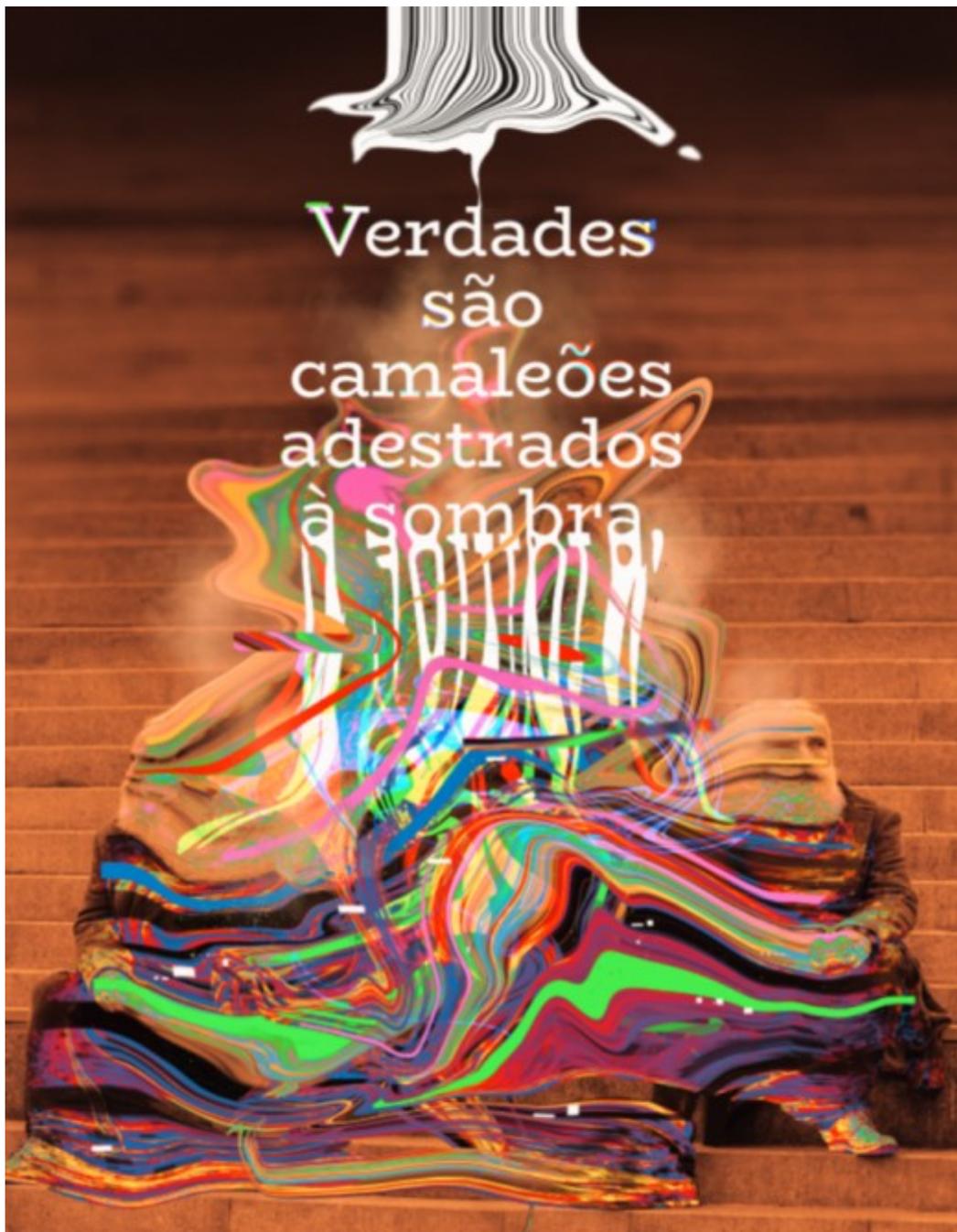
Depois, utilizou-se o recurso dos *smart objects* para criar três cópias de cada palavra, cada cópia sendo um canal de cor RGB diferente. Quando as três camadas ficavam alinhadas, gerava branco (afinal, é a soma de todas as luzes). Mas ao distorcer uma destas camadas, gerava um efeito interessante de distorção de canal de cor. Foram feitas algumas máscaras de transparência nas letras, para dar a impressão de que o fluído da mancha-pensamento passava por entre as letras, assim integrando o texto à arte. Assim finalizou-se a parte da frente da capa.

Figura 20: Distorção de canais e máscaras de transparência nas letras



Para a quarta capa (parte de trás da capa), utilizou-se o mesmo processo. O código de barras, em cima, também ficou em parte distorcido, para se integrar à arte. Restou espaço suficiente sem distorcer, para que seja lido sem ocorrência de erros. O código de barras ISBN oficial é obtido somente depois do cadastro do livro na Biblioteca Nacional. O uso de *smart objects*, entretanto, permite com que posteriormente se troque o código de barras, com uma nova distorção automaticamente gerada.

Figura 21: Quarta capa



O restante da capa seguiu a mesma lógica, inclusive com distorções em partes dos textos das orelhas e na foto do autor.

Figura 22: Capa completa

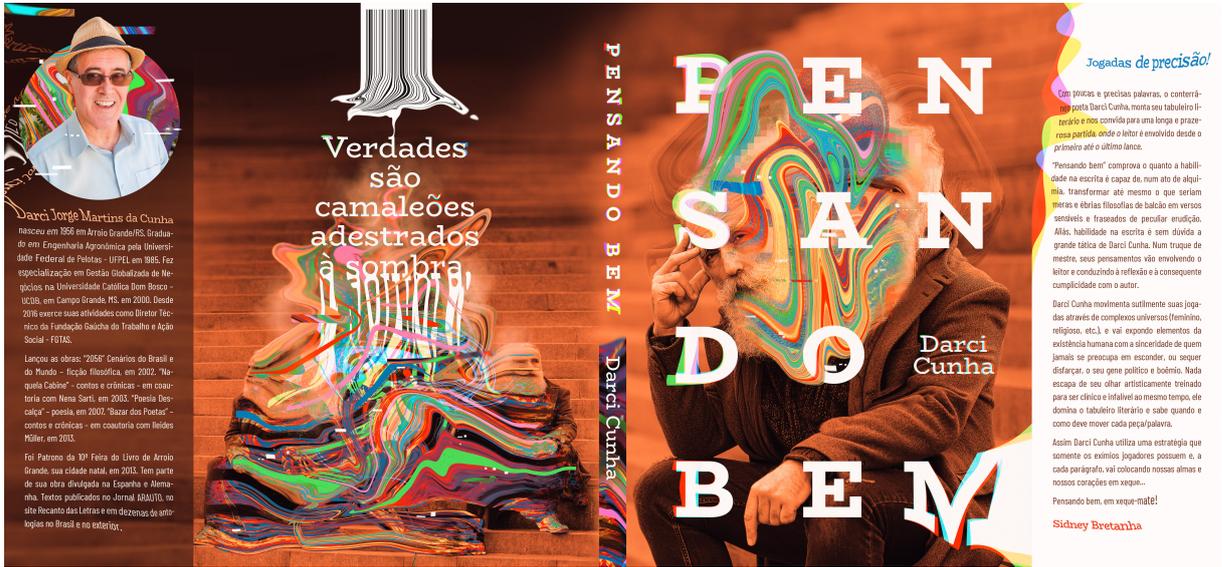


Figura 23: Mockup do livro aberto



Definições a respeito de eventuais acabamentos – verniz UV com reserva, por exemplo – ocorrerão somente após a conversa com a editora escolhida.

Figura 24: *Mockup do livro fechado*



5.2 MIOLO

O livro resultou em 208 páginas. Nos subcapítulos a seguir, o processo de diagramação do miolo, que é bem diferente da capa, será descrito, com ampla exposição de imagens. Vale ressaltar que as imagens também podem ser conferidas, em maior resolução, no PDF de visualização do livro diagramado.

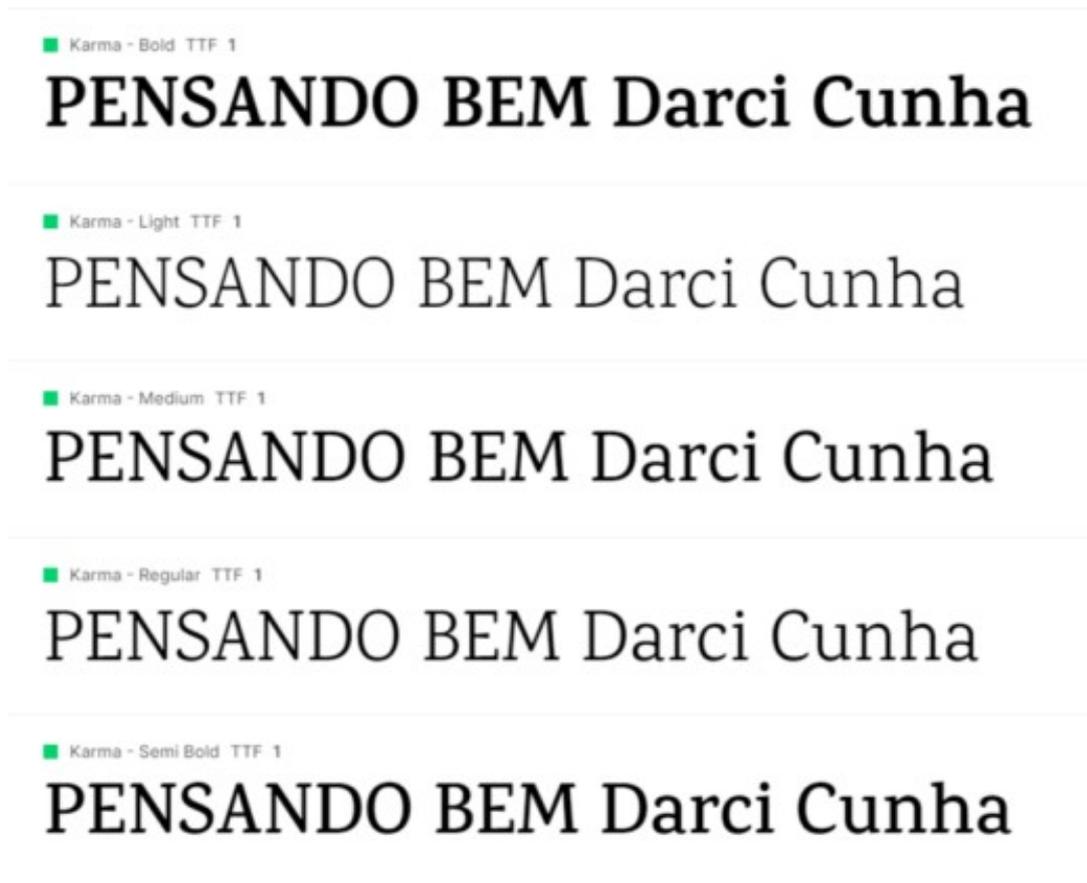
5.2.1 Definição de software, fonte e *grid*

Para publicações desse tamanho, o software *InDesign* é o *mais adequado*. Para as ilustrações internas, utilizaram-se o *Illustrator* para ilustrações vetoriais (principalmente nas páginas dos pensamentos), o *Photoshop* para ilustrações que demandavam muitas distorções e efeitos visuais (principalmente nas páginas de começo de capítulo) e o *Adobe Fresco*, no dispositivo *iPad*, para ilustrações mais manuais. O *InDesign* é facilitador pois permite a inserção de imagens “linkadas” de outros softwares sem que o arquivo fique grande.

Além da fonte escolhida para a capa e, conseqüentemente, para os títulos internos, optou-se por uma fonte serifada para os textos corridos e os pensamentos.

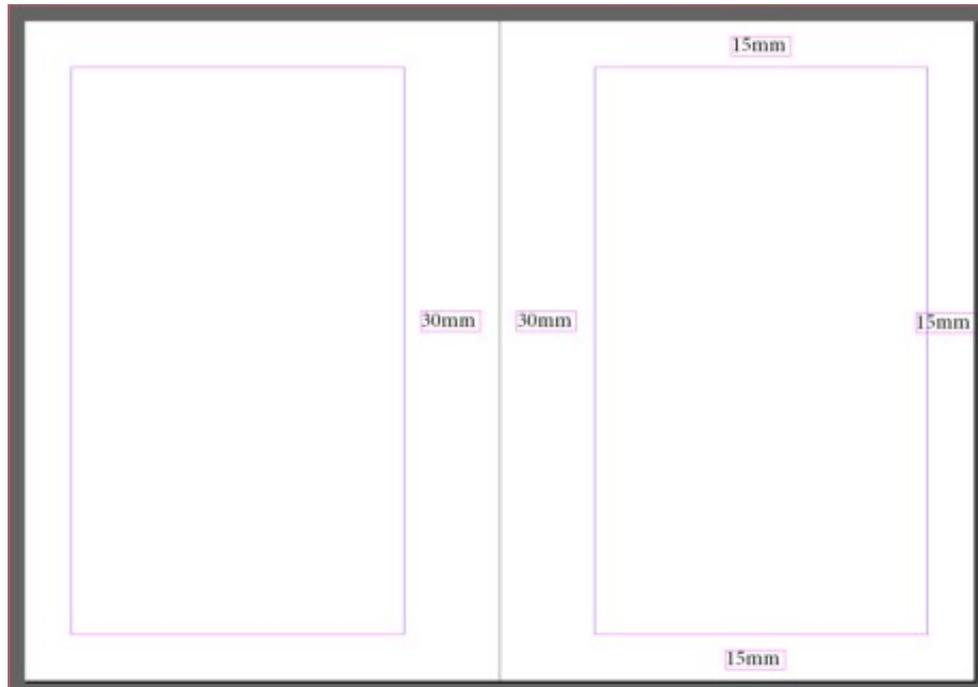
Esta fonte precisava ser eficiente para textos longos, porém versátil e curvilínea para os pensamentos, em especial, os ilustrados. Ela também não podia ter muita personalidade nem ser muito histórica, tal como a *Caslon* ou *Garamond*. Escolheu-se a família *Karma*, com tamanho do tipo para textos extensos de 12 pontos e para os pensamentos de 14 pontos:

Figura 25: Fonte *Karma*, para textos internos



Quanto ao *grid*, diferente da capa, as margens internas precisaram ser maiores (30 mm), para não prejudicar a visualização por conta da dobra do livro.

Figura 26: *Grid* das páginas internas



5.2.2 Páginas pré e pós-textuais

Antes de falar da sequência de páginas, decidiu-se fazer uma textura utilizando as manchas distorcidas tanto no verso da capa (segunda e terceira capas), como também na falsa capa (anverso da primeira folha do miolo) e na última página (verso da última folha do miolo).

Figura 27: Textura do verso da capa



Definiu-se a sequência de páginas desta maneira:

- 1 – Falsa capa
- 2 – Página em branco
- 3 – Folha de rosto
- 4 – Ficha catalográfica
- 5 – Dedicatória
- 6-9 – Prefácio
- 10-11 – Apresentação
- 12-13 – Índice
- 14-206 – Pensamentos categorizados em 20 capítulos
- 207 – Outras obras do autor
- 208 – Contato

O livro foi editado de tal maneira que se encaixasse em 208 páginas, para resultar em um número múltiplo de 16, afinal, em geral os livros são impressos em cadernos de folhas com 16 páginas.

Utilizou-se o mesmo processo de criação da capa, tendo em mente as referências e os efeitos visuais pretendidos. Por isso, para simplificar a exposição, seguem nas páginas seguintes as imagens de antes (fotos cruas) e depois (imagens manipuladas).

Figura 29: Capítulo 1 antes



Figura 30: Capítulo 1 depois



Figura 31: Capítulo 2 antes



Figura 32: Capítulo 2 depois

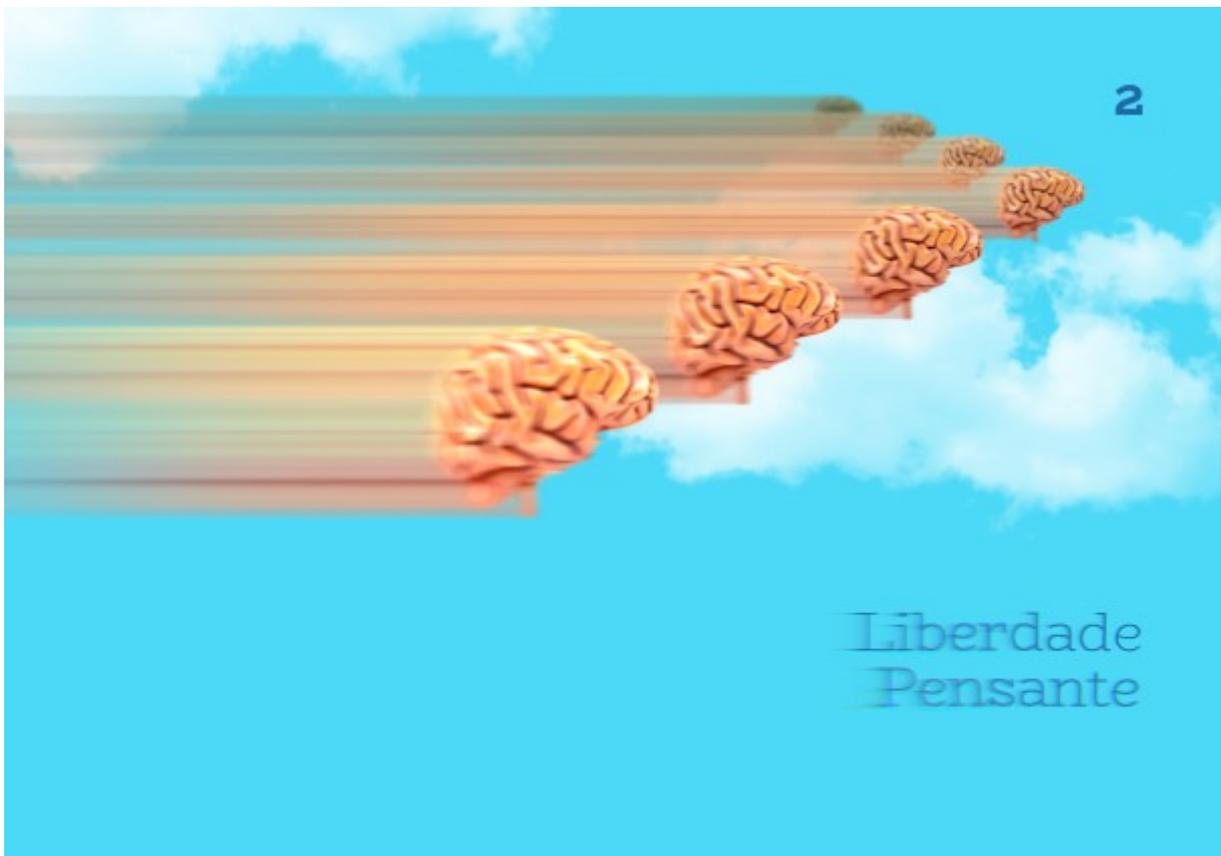


Figura 33: Capítulo 3 antes



Figura 34: Capítulo 3 depois



Figura 35: Capítulo 4 antes



Figura 36: Capítulo 4 depois



Figura 37: Capítulo 5 antes



Figura 38: Capítulo 5 depois



Figura 39: Capítulo 6 antes



Figura 40: Capítulo 6 depois



Figura 41: Capítulo 7 antes



Figura 42: Capítulo 7 depois



Figura 43: Capítulo 8 antes



Figura 44: Capítulo 8 depois



Figura 45: Capítulo 9 antes



Figura 46: Capítulo 9 depois



Figura 47: Capítulo 10 antes



Figura 48: Capítulo 10 depois



Figura 49: Capítulo 11 antes

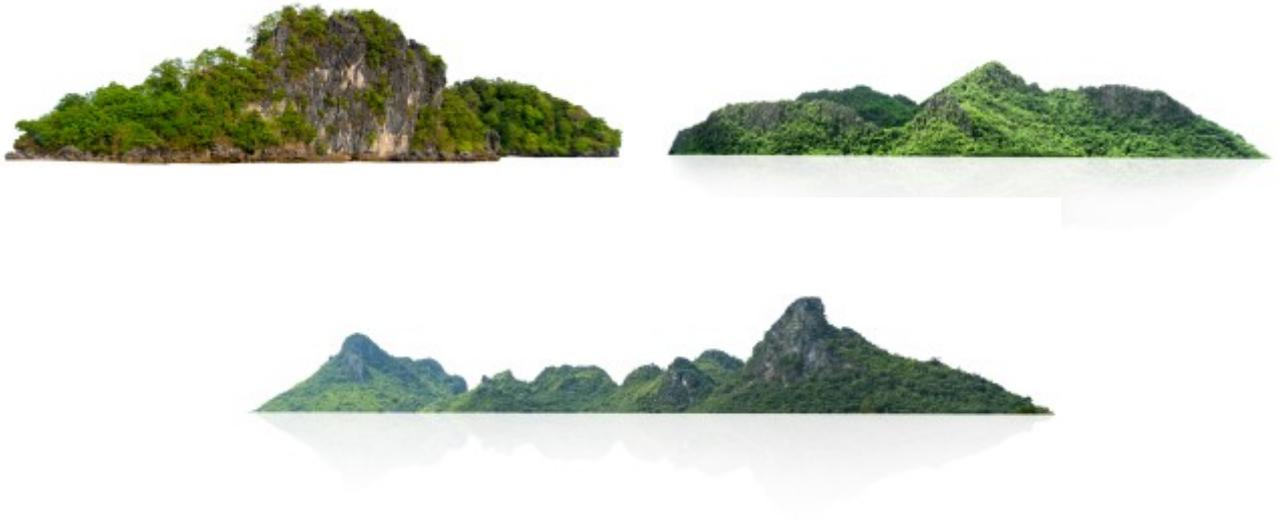


Figura 50: Capítulo 11 depois



Figura 51: Capítulo 12 antes



Figura 52: Capítulo 12 depois



Figura 53: Capítulo 13 antes



Figura 54: Capítulo 13 depois

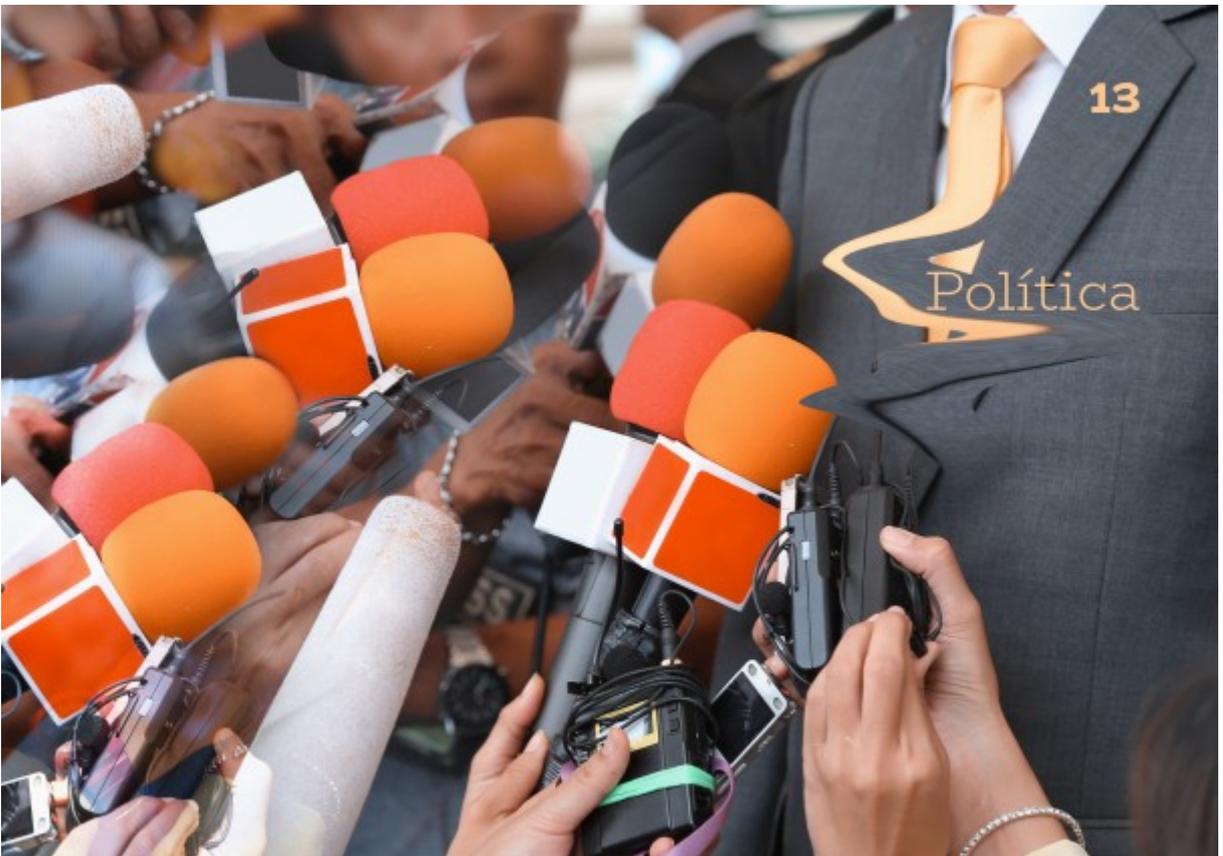


Figura 55: Capítulo 14 antes

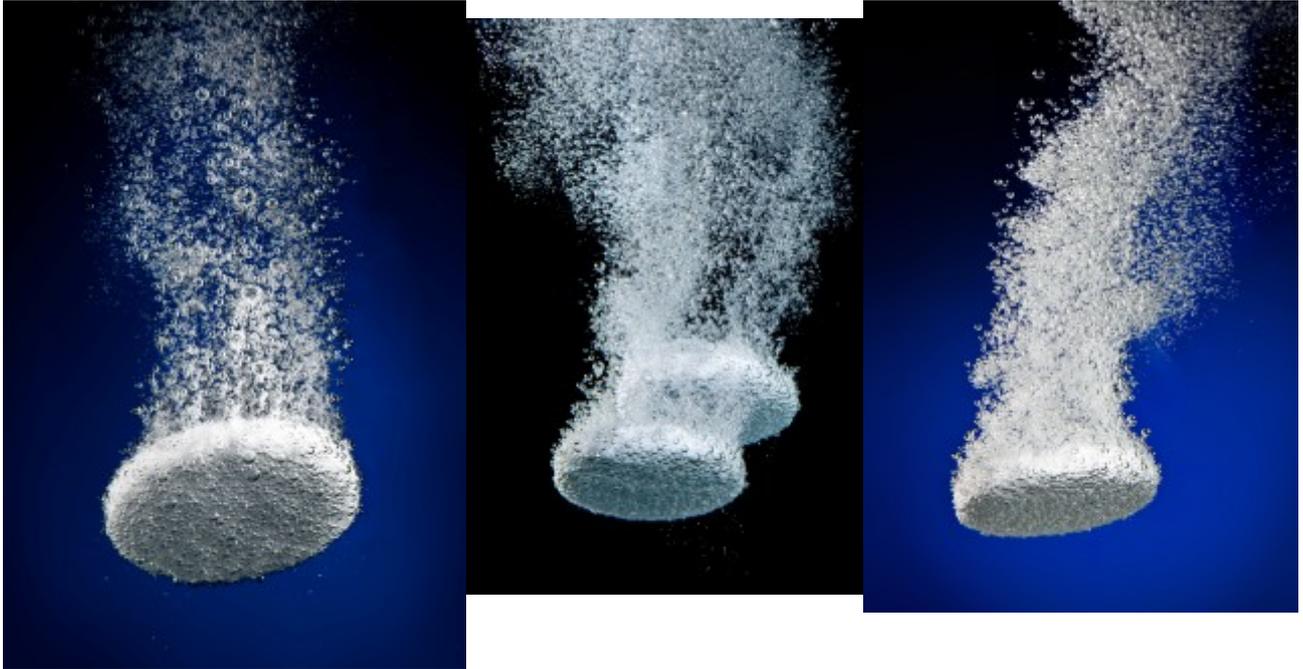


Figura 56: Capítulo 14 depois



Figura 57: Capítulo 15 antes

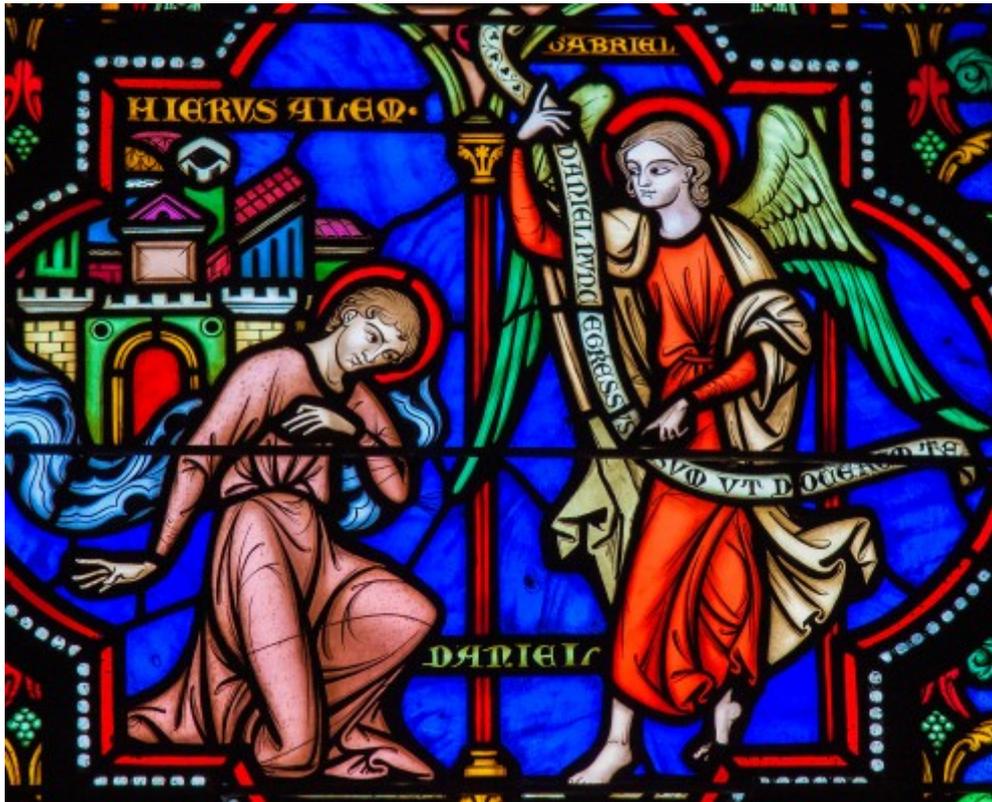


Figura 58: Capítulo 15 depois



Figura 59: Capítulo 16 antes

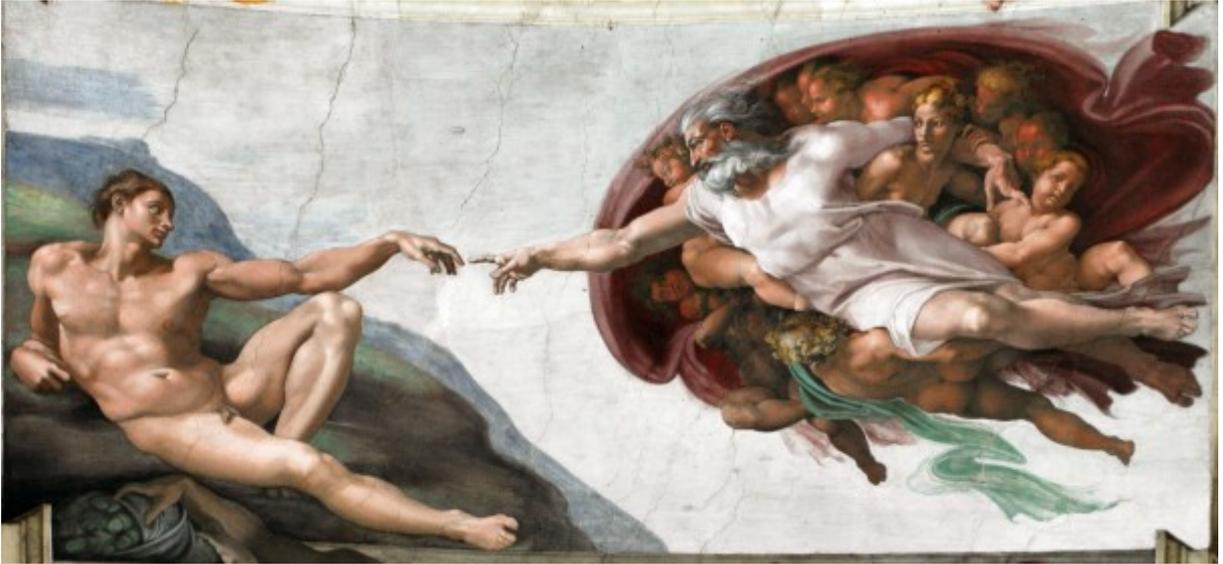


Figura 60: Capítulo 16 depois



Figura 61: Capítulo 17 antes



Figura 62: Capítulo 17 depois



Figura 63: Capítulo 18 antes

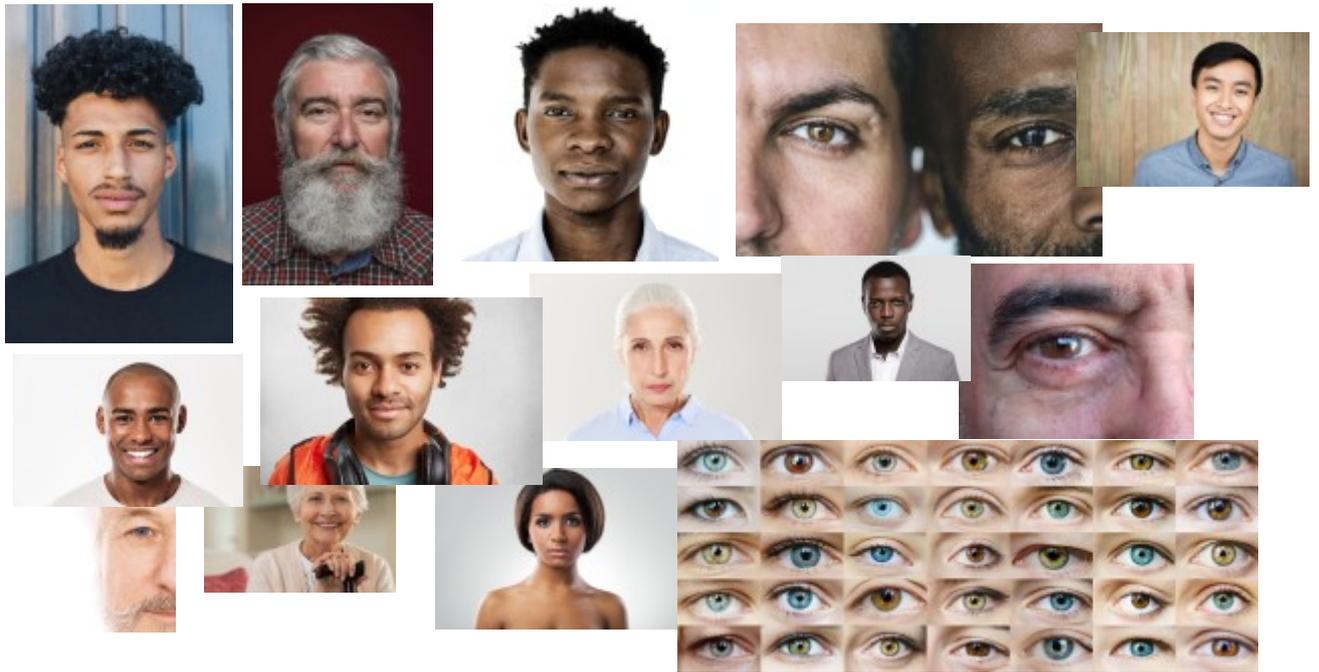


Figura 64: Capítulo 18 depois



Figura 65: Capítulo 19 antes

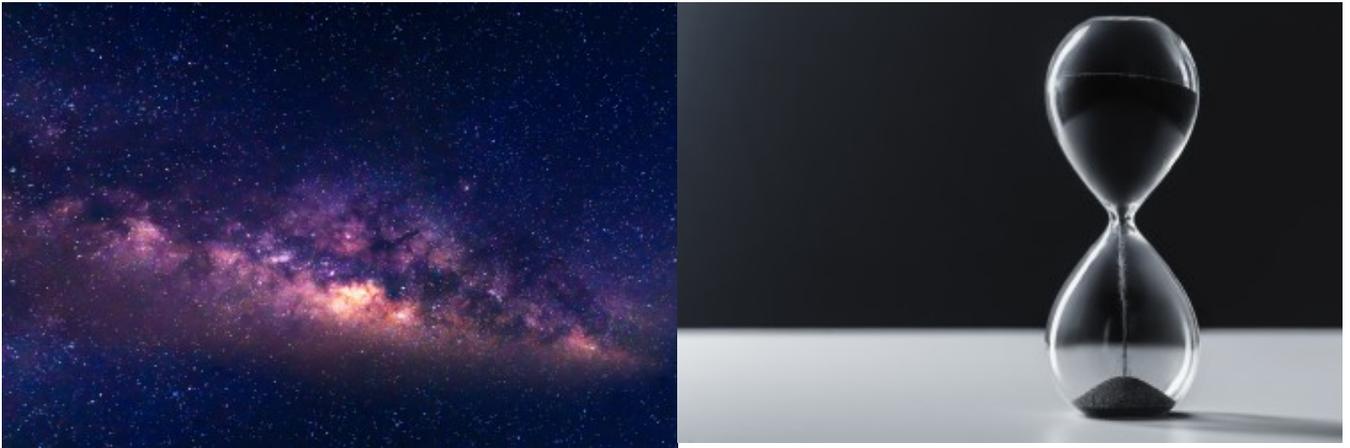


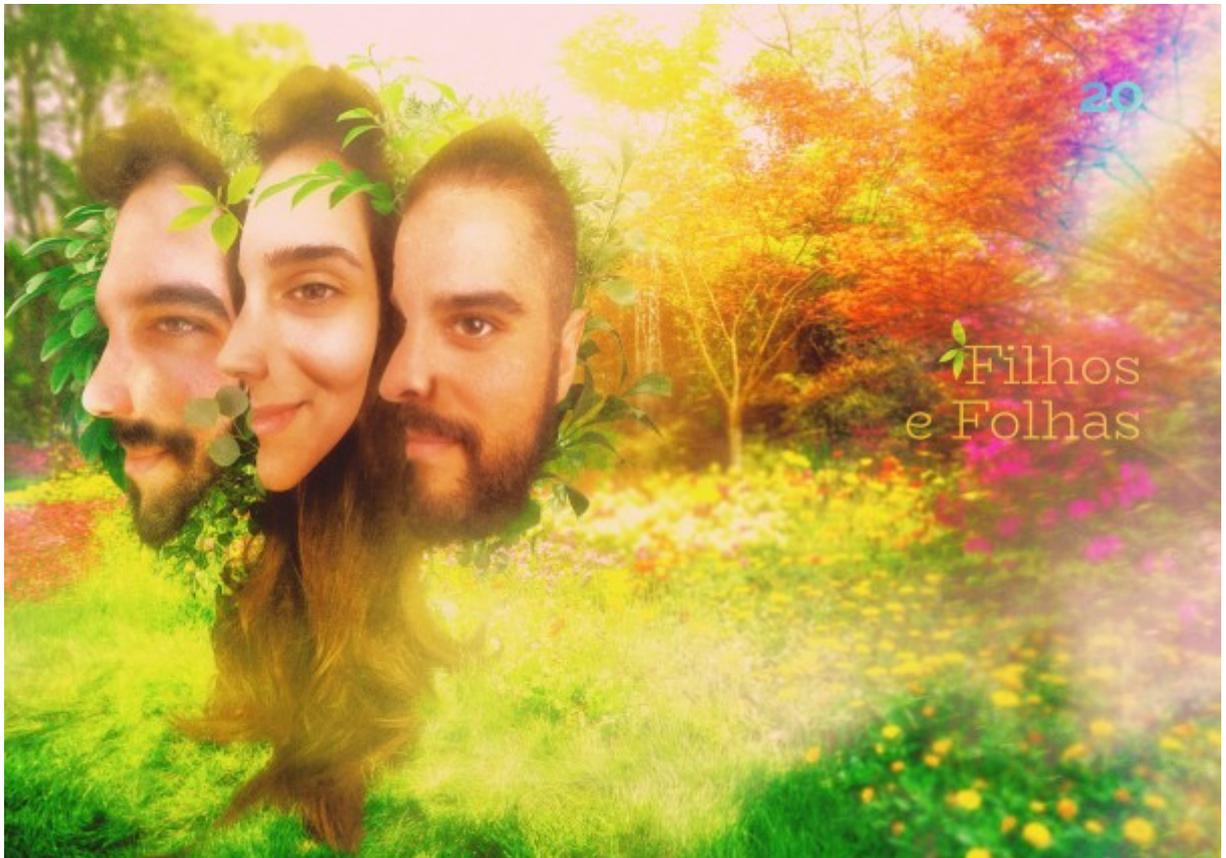
Figura 66: Capítulo 19 depois



Figura 67: Capítulo 20 antes



Figura 68: Capítulo 20 depois



Já para as manchas enviadas pelo autor, o procedimento ocorreu da seguinte maneira: todas elas foram inseridas em um arquivo do *Illustrator*, e aplicou-se a ferramenta “Traçado da imagem”, que vetoriza a imagem de forma automática. O tracejado foi configurado para 5 níveis de cor, o que permitiu com que cada mancha utilizasse a paleta de cores do seu respectivo capítulo.

Figura 69: Manchas vetorizadas

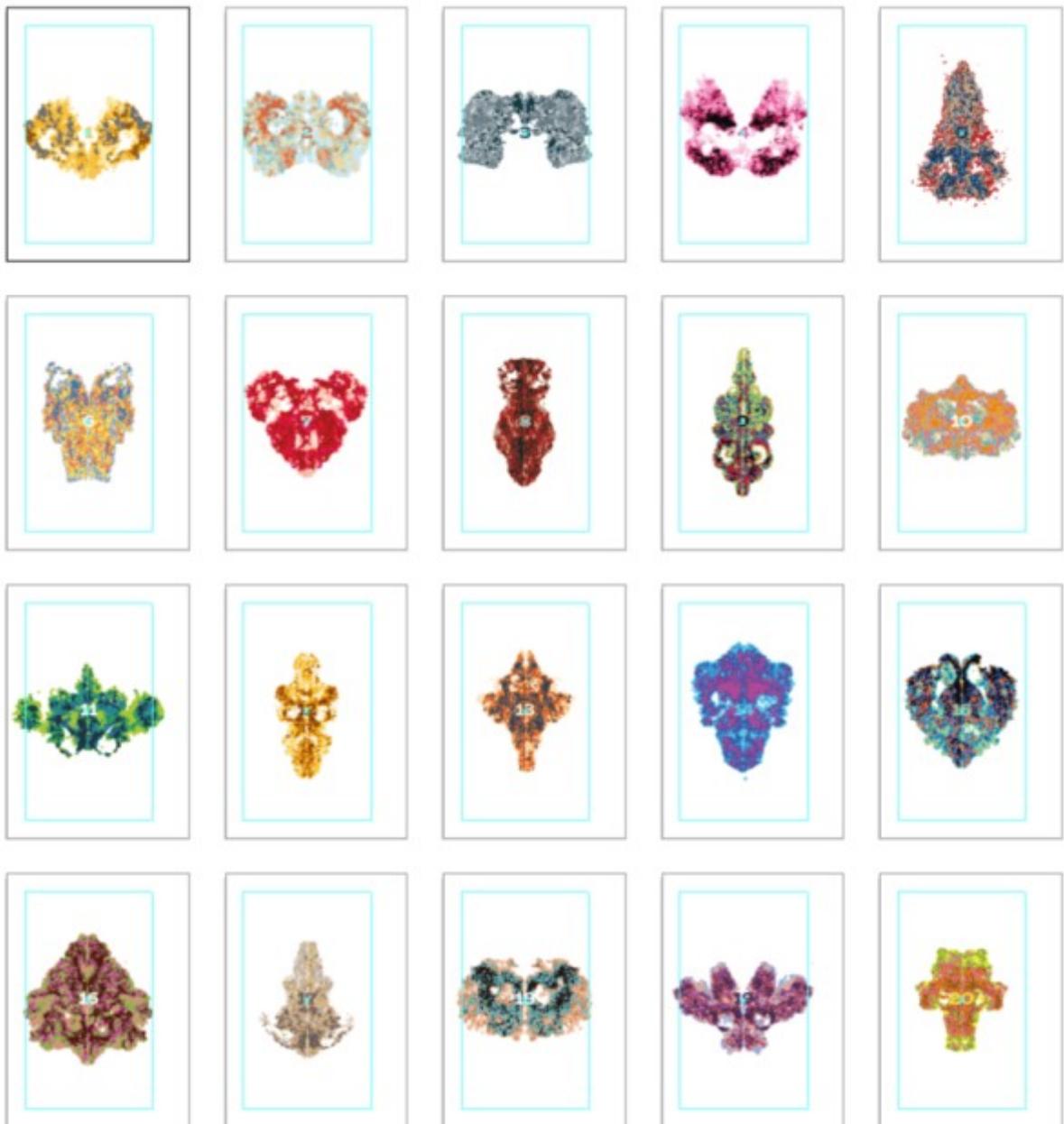
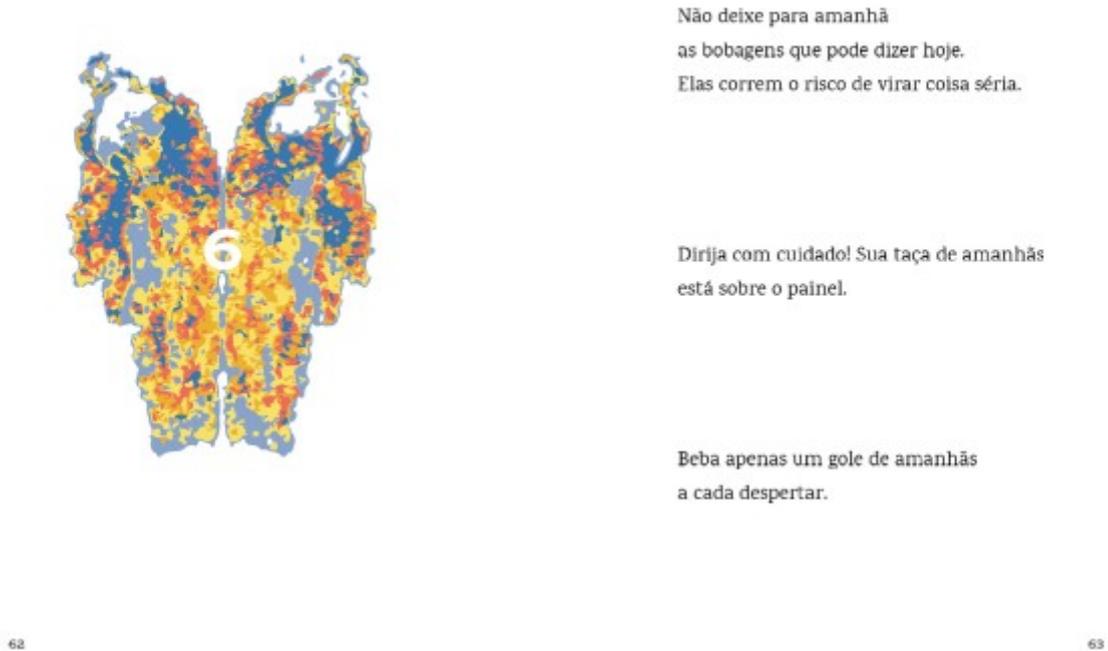


Figura 70: Exemplo de mancha vetorizada, na página par



5.2.4 Páginas de pensamentos

Estas são as páginas mais importantes, pois é nelas onde se localiza o conteúdo textual principal do livro. Para sistematizar quais pensamentos seriam ilustrados, leu-se o livro inteiro e alterou-se a sequência dos pensamentos, com consentimento do autor, para tornar a leitura mais fluida e para dois pensamentos ilustrados não se posicionarem na mesma página. Levou-se em conta o conteúdo textual, deixando mais próximas as frases que possuíam temas em comum.

A sistematização tal qual foi imaginada exigiu que todos os pensamentos fossem impressos, recortados e, posteriormente, colados manualmente em um caderno físico. Isso foi fator essencial para a organização das ideias e do processo. No caderno, marcava-se com um *post-it* o pensamento que “pedia” ilustração. A escolha foi subjetiva e intuitiva.

Figura 71: Caderno da sistematização



Figura 72: Exemplo da parte interna do caderno

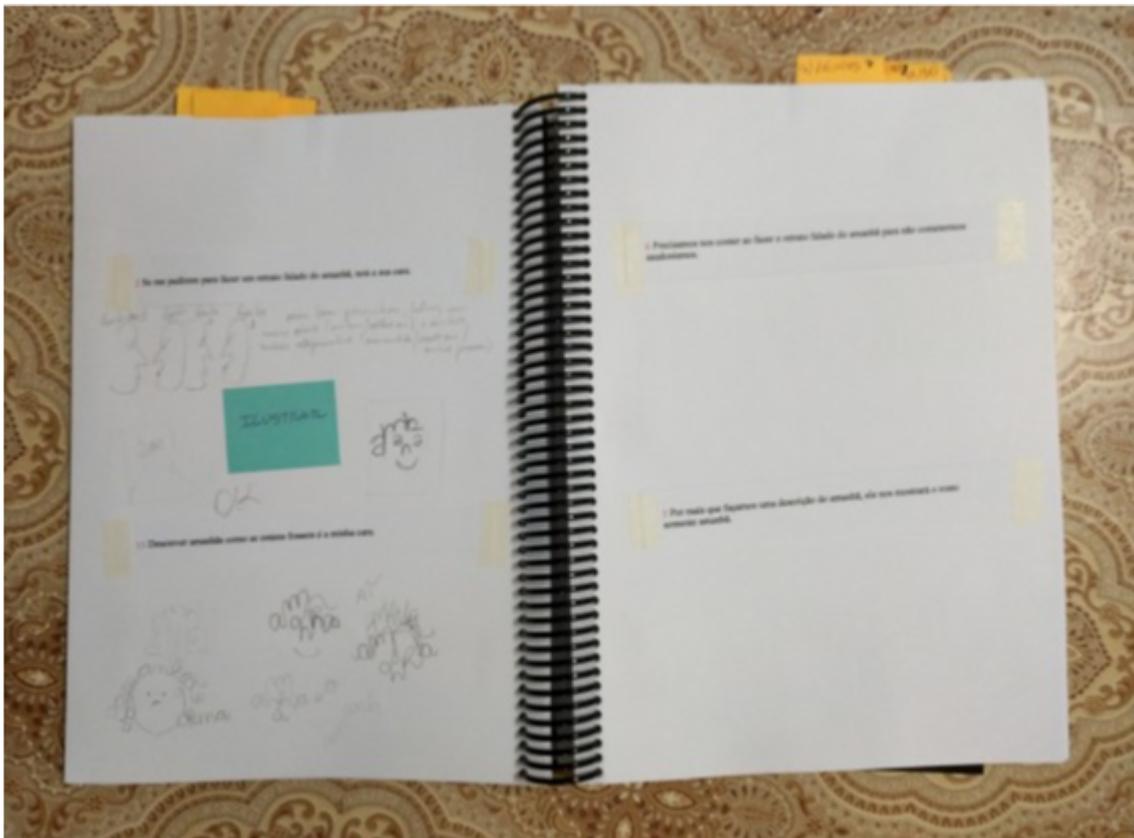
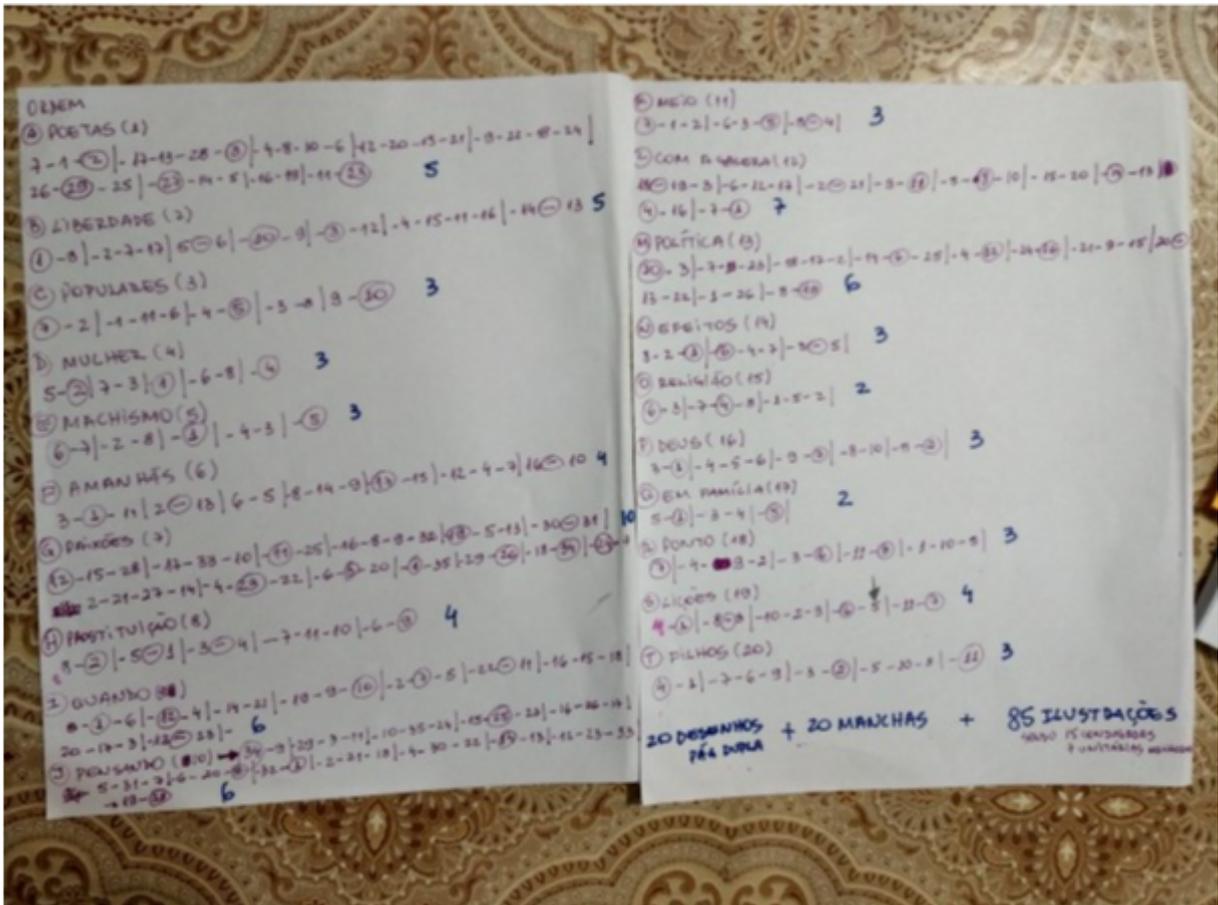


Figura 73: Mudança de ordem dos pensamentos



Conforme a natureza do pensamento, optava-se por torná-lo poema visual, distorcendo as letras ou fazendo com que adquirissem formas condizentes com o conteúdo textual, ou optava-se por empregar uma ilustração externa ao texto, ou envolvendo o texto. Ao todo, foram 48 intervenções, ocorrendo de algumas englobarem mais de um pensamento.

Nem todas as ilustrações foram desenhadas do zero pelo designer. Para algumas delas, recorreu-se a pedaços de outras ilustrações disponíveis em bancos de imagem. Para a última ilustração, referente a uma frase sobre filhos, foi utilizada uma arte encomendada de autoria da irmã do designer, Betina Valadão, ilustradora e coincidentemente também aluna de graduação em Design na UFRGS.

A seguir, alguns exemplos:

Figura 74: Exemplo de poesia visual

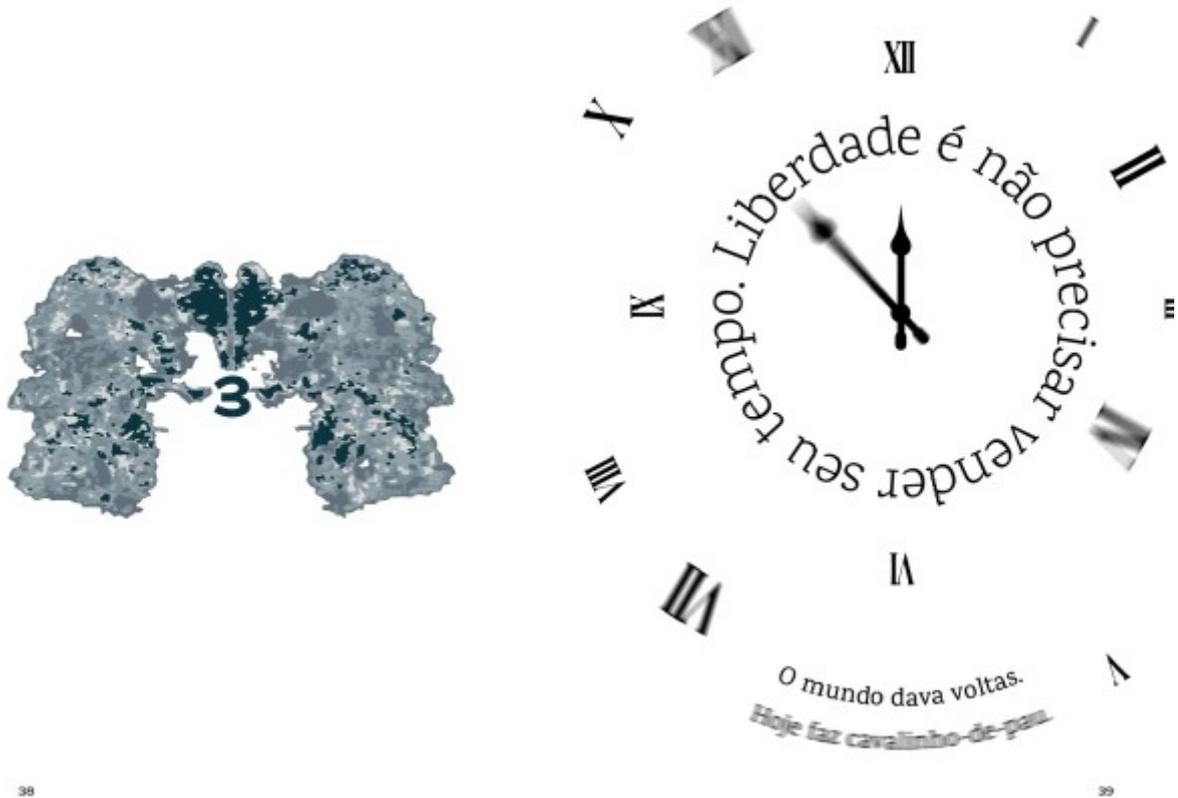


Figura 75: Exemplo de emprego de fontes diferentes

Vivemos na esperança de que
alguém nos descubra e nos apresente.
Delegamos nossa existência
aos nossos personagens.
Morremos como ilustres estranhos
de nós mesmos.

Nossos personagens acabam
com nossas certezas para provar
que também sofrem de TPM.

Namorar é preciso. Respirar, nem tanto.

**A JUVENTUDE
DOS VERBOS
CONTRASTA**
com os adjetivos
no final da tarde



Desanoiteci tardiamente.
Fui à farmácia e comprei um martelo.
Carecia de colorir teu silêncio.

Figura 76: Exemplo de ilustração própria, feita no *Adobe Fresco*, no *iPad*

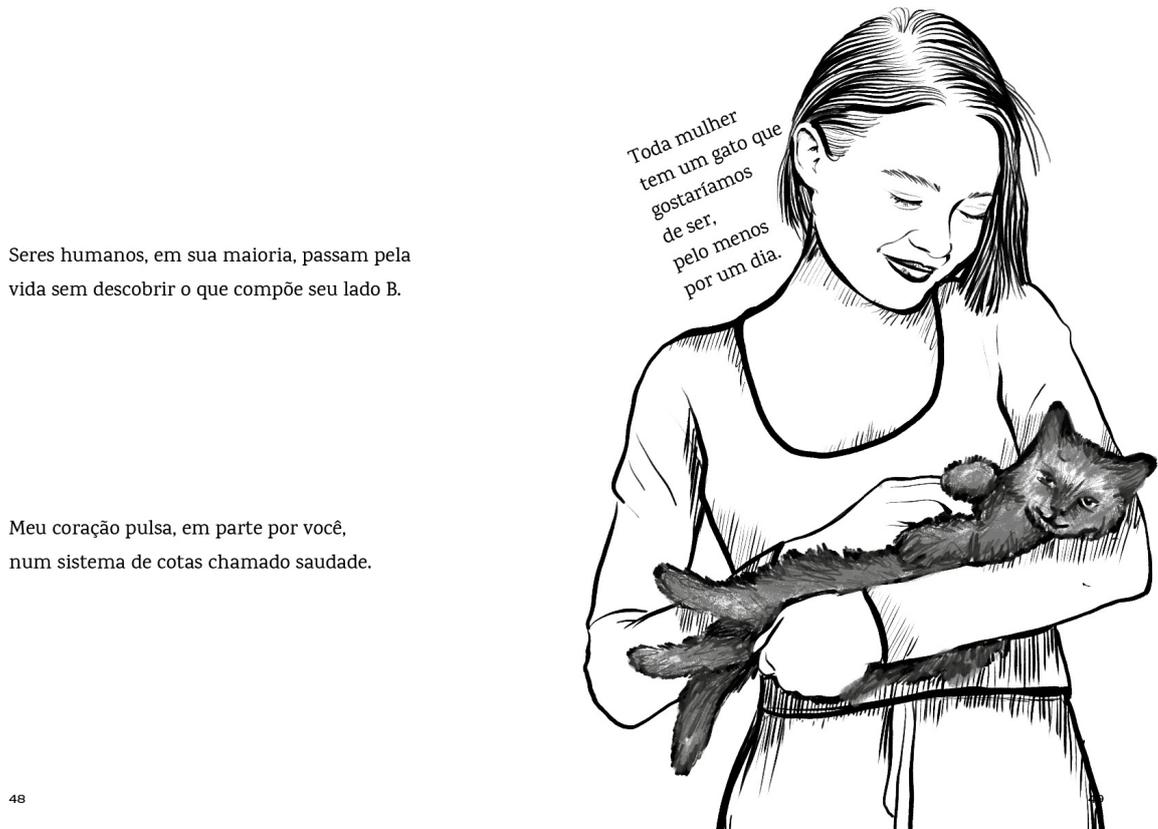


Figura 77: Exemplo de utilização de banco de imagem e de uma ilustração englobar várias frases



Figura 78: Exemplo de poesia visual

Nossos cabelos pretos são exterminados pelo racismo implacável do tempo.

A vida é um contrato de experiência sem a cláusula "validade".

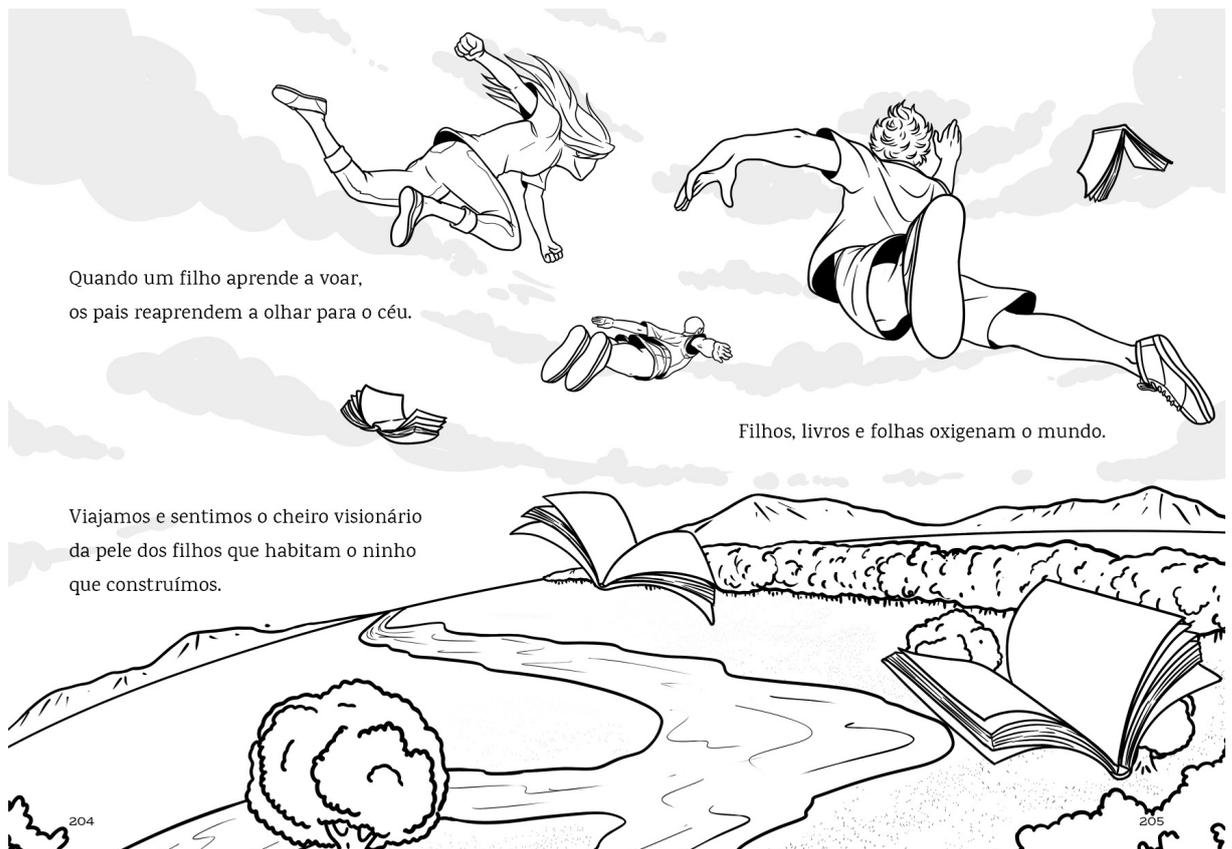
Primeiro, a vida me vicia;
depois, me tira a coima até tirar-me do jogo.

Por mais que façamos atalhos, a vida permanecerá do mesmo tamanho.
Por mais que façamos atalhos, a vida permanecerá do mesmo tamanho.

196

197

Figura 79: Ilustração da designer Betina Valadão



Quando um filho aprende a voar,
os pais reaprendem a olhar para o céu.

Filhos, livros e folhas oxigenam o mundo.

Viajamos e sentimos o cheiro visionário
da pele dos filhos que habitam o ninho
que construímos.

204

205

6 AVALIAÇÃO DA PROPOSTA

O aspecto primordial a se avaliar é a satisfação do cliente, ainda mais considerando que o trabalho tem uma carga emocional e autoral muito densa. Este livro, antes de ser produto, é como se fosse um filho para o autor. E a reação dele foi a mais positiva possível. Todas as intervenções estéticas, nas palavras dele, potencializaram as mensagens e a poesia que ele quer comunicar. O livro, enquanto obra artística, também nas palavras dele, ficou uniforme, coeso e harmônico. Como se todas as artes nele contidas fossem uma arte só.

Sob a ótica do designer, os objetivos originais foram em sua maioria cumpridos:

- O livro, agora diagramado, apresenta-se mais chamativo e interessante comercialmente. Há outros livros ilustrados, tais como: *Eu me chamo Antônio* de Pedro Gabriel, *Pó de lua* de Clarice Freire e *Palavra de designer: Citações, ironias e doses de sabedoria* organizado por Sara Bader, que muito serviram de inspiração. O designer acredita que *Pensando Bem* figuraria muito bem entre estes livros nas prateleiras de uma livraria.
- A degustação do texto se tornou mais pausada por conta das intervenções. Consiste em um livro de pouco texto, pelo fato de conter somente pensamentos, e que seria lido de forma demasiadamente rápida se não fossem as ilustrações. O sentido original do texto não foi alterado. Foi sim amplificado, conforme percepção do autor (que é a que mais importa).
- Todas as distorções e amplo emprego de softwares tornaram a obra indubitavelmente pós-moderna e fora do padrão clássico. O autor confessa estar ansioso para lançar a obra e mostrar aos seus pares, muito por conta disso.
- As possibilidades dos softwares do pacote *Adobe* são inúmeras. O designer acredita que explorou muitas delas na capa, nos 20 começos de capítulo e nas 48 intervenções. E, mesmo com anos de experiência, precisou aprender muitos conteúdos neste processo para conseguir executar algumas artes. Além disso, como se tratou de um trabalho grande, que demandou muitos dias de trabalho, o designer acabou por aprender não só técnicas visuais, mas também formas de *workflow* no pacote *Adobe* que otimizaram o processo.
- Como já dito, o autor diz estar plenamente satisfeito, atendendo “as suas subjetividades, intenções e expectativas”.

Entretanto, o objetivo específico 3 “empregar novas formas de interação com a mensagem da obra, tais como realidade aumentada ou animações em uma versão de publicação digital” não foi cumprido por conta da falta de prazo hábil e do fato de o software da *Adobe* destinado à realidade aumentada ser recente e demandar uma longa curva de aprendizado. Mas a intenção de inserir realidade aumentada e tornar o livro digital permanece, e provavelmente serão efetivados após a apresentação do presente projeto à banca.

Outro ponto que também merece explanação é a dificuldade de aplicar alguma metodologia já consolidada pela academia no presente projeto. Optou-se por descrever o processo exatamente da forma como ocorreu (objetivo primordial deste relatório), em vez de tentar encaixá-lo em alguma outra metodologia que não refletiria a realidade dos fatos.

Em geral, contudo, tal como o autor, o designer está satisfeito com o resultado.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão foi a maneira perfeita de encontrar tempo para se dedicar a um projeto de extrema importância familiar. Não haveria melhor forma de concluir esta especialização.

Acreditamos, designer e autor, que o livro tem tudo para ser aceito por alguma editora e se encaixar no mercado editorial brasileiro e gaúcho. Nossa maior expectativa, e isso encontrará resolução só depois que o livro estiver no varejo, é que *Pensando Bem* ultrapasse a “barreira do lucro do autor”, isto é, que o livro impresso sendo vendido pague os custos de sua impressão e distribuição.

Apesar de o processo ter sido difícil por conta da falta de tempo, contexto de pandemia, compromissos profissionais e o número grande de ilustrações muito diferentes entre si, foram imensos o orgulho e a satisfação de vê-lo concluído e bonito. Obrigado pela oportunidade!

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL, Mariana Tokarnia. **Brasil perde 4,6 milhões de leitores em quatro anos**. Disponível em: <https://bit.ly/31C1hDX>. Acesso em 17 out. 2020.
- BLOG BEDUKA. **O que é Poema Visual**. Disponível em: <https://bit.ly/3olHv9l>. Acesso em 17 out. 2020.
- CHEUNG, Bianca Dias. **Nova experiência literária através do design editorial**. Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Bacharel em Design – UFU, Uberlândia, 2019.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- MATTÉ, V. A. Proposta de metodologia projetual para produtos gráfico-impresos. **Expressão**. Vol. 1, n.1 (jan/jun), p. 60-66. Santa Maria: UFSM, 2004.
- MAYA, Thiago de Barros; DE FRANCESCHI, Reginaldo; NEROSKY, Matheus Riemma. **Design editorial e de informação**. 1ª ed. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.
- MEGGS, Philip B. **História do design gráfico**. 4ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- MIRANDA, Antonio. **Poesia visual brasileira na internet: uma pesquisa em andamento**. In: INSTITUTO DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. VIII Congresso Internacional de Humanidades, 21 out. 2005. Disponível em: <https://bit.ly/2TyFskB>. Acesso em 17 out. 2020.
- MUNDO EDUCAÇÃO UOL, Leandro Guimarães. **Poesia Concreta**. Disponível em: <https://bit.ly/3jmMWkV>. Acesso em 17 out. 2020.
- RFI, Adriana Brandão. **Franceses leem 21 livros por ano, cinco vezes mais que brasileiros**. Disponível em: <https://bit.ly/31FE18m>. Publicado em 13 mar. 2019. Acesso em 17 out. 2020.
- ROBERTS, Caroline; FAWCETT-TANG, Roger. **O livro e o designer I: Embalagem, Navegação, Estrutura e Especificação**. 1ª ed. São Paulo: Edições Rosari, 2007.