

## DE LEVAR NO BOLSO: O REDESIGN DE UMA COLEÇÃO DE LIVROS DE BAIXO CUSTO

**MEDEIROS, Sibelle Carvalho de; BANDEIRA, Ana da Rosa<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – Bacharelado em Design Gráfico; <sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas, Centro de Artes. sibelle.cm@gmail.com, anaband@gmail.com

### 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como temática os chamados livros de bolso e busca a elaboração de um novo conceito gráfico para uma coleção. A escolha de abordar tal objeto ocorreu em virtude da necessidade de valorização dos livros neste formato, desvinculando essas publicações da característica de descarte ou de baixa qualidade e de estrutura inferior que geralmente as acompanham.

Entendemos que esses livros caracterizam-se, principalmente, por seus custos relativamente mais baixos em relação aos demais e por possuir tamanho menor que os livros tradicionais<sup>1</sup>. No entanto, um estudo aprofundado dos livros de bolso não deve considerar apenas os aspectos dimensionais e econômicos para a sua diferenciação. Segundo Laurence Hallewell (2005), no Brasil, onde o acabamento predominante na maioria dos livros é a brochura, a elaboração de um trabalho em formato de bolso proporciona uma economia de aproximadamente 10% em relação ao que seria gasto em um livro de formato maior<sup>2</sup>. É nesse sentido que o livro de bolso pode ser considerado como um conceito de marketing na medida em que seus custos não são reduzidos exclusivamente pelo seu tamanho, mas também pela sua grande tiragem, o que torna necessária a elaboração de um projeto gráfico que possibilite que o leitor/consumidor entenda tal publicação como um objeto diferenciado das edições tradicionais e que este não gere dúvidas em relação à qualidade do mesmo. Hallewell também aponta a utilização de obras de domínio público e a venda em lugares distintos como farmácias e lojas de conveniências como responsáveis pela diferenciação de tais publicações.

Neste sentido, afirmamos que suporte e a forma na qual um determinado texto está escrito e inserido têm o poder de transformar os significados atribuídos ao mesmo. Assim, teoriza Chartier:

Os textos não existem fora dos suportes materiais (sejam eles quais forem) de que são os veículos. Contra a abstração dos textos, é preciso lembrar que as formas que permitem sua leitura, sua audição ou sua visão participam profundamente da construção de seus significados. O “mesmo” texto, fixado em letras, não é o “mesmo” caso mudem os dispositivos de sua escrita e de sua comunicação (2002, p. 61).

Dessa maneira, o estudo das características visuais e materiais do livro de bolso faz-se pertinente e relevante diante da peculiaridade desse padrão editorial; peculiaridade essa que abrange não somente a formatação gráfica deste tipo de

<sup>1</sup> De acordo com Phil Baines (2005) existem dois tamanhos predominantes na indústria dos livros de bolso: O “formato A”, medindo 181 x 111 mm e o “formato b” que mede 198 x 129 mm.

<sup>2</sup> Rosana Pinheiro Machado e Cristian Jobi Salaini (2010) sugerem que na atualidade esta economia pode chegar até 60%.

publicação mas, também, a abordagem comercial por ele engendrada e a percepção do público por ele despertada. Finalmente, acreditamos que o design gráfico é um agente transformador dos suportes e, conseqüentemente, dos significados atribuídos a um determinado texto, podendo ultrapassar a ainda existente barreira entre o grande público e a leitura.

## 2 METODOLOGIA (MATERIAL E MÉTODOS)

A execução desta pesquisa foi realizada através de pesquisa qualitativa de caráter bibliográfico (MARCONI; LAKATOS, 1982) com a finalidade de compreender o design gráfico e o design editorial voltado para o desenvolvimento de coleções de livros de bolso. Além disso, procurou-se a compreensão das principais características destas publicações como a sua história e os hábitos de leitura relacionados a este formato editorial. Também foi efetuada uma breve pesquisa iconográfica e documental buscando analisar coleções de livros de bolso publicados por editoras brasileiras. Nestas análises, foram utilizadas as categorias *variantes* e *invariantes* elaboradas por Chico Homem de Melo (2008), a preferência por esta abordagem ocorreu em virtude de que as mesmas proporcionam pistas da consistência - ou falta delas - de uma determinada coleção.

Para a elaboração do redesign, foi adotada a metodologia elaborada por Bruno Munari (2008). Munari divide sua metodologia em várias etapas constituídas por *problema, definição do problema, componentes do problema, coleta de dados, análise dos dados, criatividade, materiais e tecnologias, experimentação, modelo, verificação, desenho de construção* e, finalmente, *solução*. No entanto, foi percebido o fato de algumas destas etapas não se encaixarem no que se pretendia realizar e houve algumas adaptações.

## 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente estudo faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido durante o primeiro semestre para o curso de design gráfico. As pesquisas e as análises realizadas ao longo do trabalho proporcionaram o desenvolvimento do redesign de algumas obras publicadas pela coleção *L&PM Pocket*. A escolha por um número limitado de obras ocorreu em virtude da grande extensão do catálogo da editora, que abrange diferentes assuntos e autores. Com a finalidade de manter maior identidade visual, optou-se por escolher somente um autor, Fiódor Dostoiévski, e as suas obras publicadas anteriormente no catálogo da coleção. A escolha em criar um redesign para as capas da editora ocorreu em virtude da inconsistência do projeto gráfico presente nos livros publicados e da afinidade da autora do trabalho pela temática.

As capas criadas procuraram ser simples e aproximar o leitor da obra de Dostoiévski, ao invés de ilustração foram utilizadas citações do autor as quais remetiam à trama da obra. Além disso, foram utilizados fios que ao serem meticulosamente alinhados criaram referência ao construtivismo, movimento artístico posterior à vida de Dostoiévski, em uma tentativa de relacionar as capas criadas à Rússia.

Além disso, em uma tentativa de barateamento de custos da coleção optou-se por utilizar uma paleta limitada de cores e por adotar o papel duplex, invertido em relação ao seu uso mais comum, com a parte branqueada para dentro da capa, e a

textura do papel pardo para fora. Isso justifica o fato de que o próprio papel foi utilizado como fundo das composições.

Na figura abaixo (fig.1) é possível ver o conjunto das seis capas criadas no redesign da coleção *L&PM Pocket*.

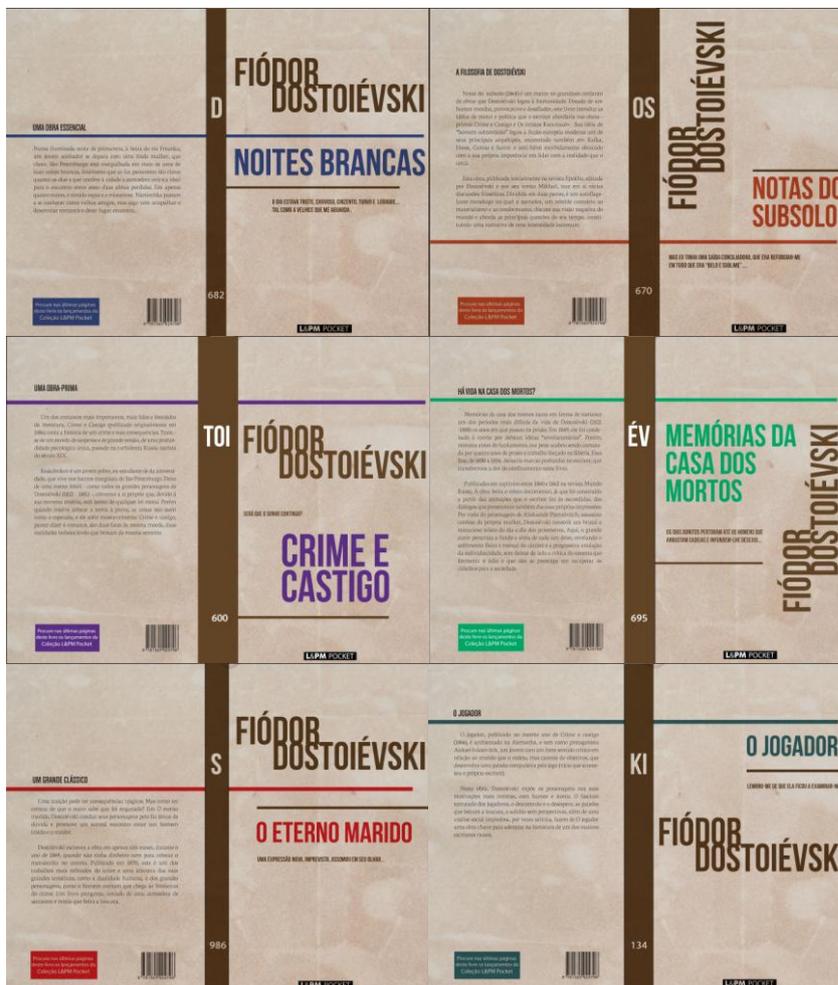


Figura 1 - Capas criadas no redesign da coleção *L&PM Pocket*.

#### 4 CONCLUSÃO

O número de editoras que publicam no formato de bolso está crescendo e propor projetos diferenciados e de qualidade é uma tarefa a ser desempenhada pelos designers interessados na temática. Também é importante considerar que além da questão do barateamento de custos, o design editorial aplicado a livros de bolso deve se preocupar em atrair novos leitores através dos suportes elaborados, pois um livro não é vendido somente por tal parâmetro. Assim, pensar em diferentes nichos, no texto e na linguagem gráfica a ser adotada é relevante.

Finalmente, concluímos que a pesquisa e as análises realizadas possibilitaram constatar que é possível criar peças gráficas com qualidade dentro de um contexto que priorize a redução de custos, desmitificando a ideia de que a qualidade está obrigatoriamente atrelada ao valor. Além disso, os estudos teóricos a respeito dos hábitos de leitura e da produção gráfica favoreceram o entendimento das características que compõem os livros de bolso e influenciaram o

desenvolvimento de uma coleção diferenciada das encontradas atualmente no mercado editorial brasileiro.

## 5 REFERÊNCIAS

BAINES, Phil. **Penguin By Design: A Cover Story 1935- 2005**. Londres: Penguin Books, 2005.

CHARTIER, ROGER. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**. São Paulo: Edusp, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade ; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisas: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 1982

MELO, Chico Homem de. Design de livros: muitas capas, muitas caras. In: **MELO, Chico Homem de. O design gráfico brasileiro: anos 60**. São Paulo: Cosac Naify, 2008. Capítulo 1, p. 58 – 97.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

MACHADO, Rosana Pinheiro; SAILANI, Cristian Jobi. **Coleção L&PM Pocket: desafios do mercado editorial brasileiro**. Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.espm.br/Publicacoes/CentralDeCases/Documents/LPM.pdf>>. Acesso em 20 de março de 2012.