
Salomar: a construção do livro¹

Daniel Pereira VASCONCELOS²
Diego Henrique Oliveira de PAIVA³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO: A presente pesquisa se propõe a analisar o processo de criação do design editorial do livro *Salomar*, aplicando as propostas metodológicas de *O livro e o designer II: como criar e produzir livros* (HASLAM, 2007). Partimos de uma exploração da origem e evolução da atividade impressora brasileira em *Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil* (MELO e RAMOS, 2011) e elencamos características que nos ajudaram a categorizar e entender as transformações dos formatos editoriais e a entender melhor o que é um livro.

PALAVRAS-CHAVE: Salomar; design editorial; livro; Fortaleza; comunicação.

INTRODUÇÃO

Para buscar compreender o que é um livro, voltamos no tempo para o início das atividades impressoras no Brasil e as evoluções dos formatos impressos, que hoje conhecemos como: jornais, revistas e livros. Ao longo do percurso nos deparamos com as tecnologias de impressão que propiciaram a popularização das ilustrações e posteriormente a fotografia, e o seu impacto no mercado editorial. Por não encontrarmos uma definição satisfatória para diferenciar o livro dos outros formatos editoriais, buscamos elencar algumas características que pudessem aproximá-los e distanciá-los, explorando aspectos como a vigência do conteúdo e a durabilidade do material.

Após o aporte teórico, esta pesquisa descreve o processo de criação e o fluxo de trabalho que deu origem ao livro *Salomar*, desenvolvido na disciplina de Comunicação e Culturas Urbanas do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Fortaleza, explorando as características e particularidades do seu

¹ Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará. E-mail: danielvasconcelos@alu.ufc.br

³ Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Fortaleza, e-mail: diegopaiva@unifor.br

projeto gráfico a partir da metodologia proposta por Haslam (2007) em *O livro e o designer II: como criar e produzir livros*.

O MERCADO EDITORIAL NO BRASIL

Fruto da organização e da criação do livro *Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil*, Melo e Ramos (2011) trouxeram alguns pontos importantes para entendermos o surgimento e a evolução do mercado editorial no País. Segundo os autores, até o desembarque da esquadra de Dom João VI, em 1808, a atividade impressora era proibida em terras brasileiras. Isso só viria a mudar com a importação de equipamentos tipográficos, “semelhantes aos que Gutenberg havia criado trezentos e cinquenta anos antes” (2011, p. 19), e a criação da Imprensa Régia. Foi após o fim do monopólio estatal, com a liberação desse tipo de atividade, que os impressos passaram a se popularizar. Contudo, naquela época “ainda não existia um padrão visual que distinguisse o que era livro, o que era revista e o que era jornal” (2011, p. 24).

Somente em meados do século XIX, com um sistema híbrido de tipografia e litografia (que propiciou um salto na qualidade reprodução de imagens), que as feições dos impressos começaram a mudar. Entre os anos de 1900 e meados do século XX, houve uma expansão no uso das ilustrações: “A viabilidade de reproduzir desenhos feitos originalmente em papel amplia ainda mais o uso de ilustrações, a ponto de elas se tornarem hegemônicas na linguagem gráfica” (2011, p. 20).

Ao longo do século XX, as ilustrações foram perdendo espaço para a fotografia, “revistas e jornais sentem-se obrigados a colocar a informação fotográfica em primeiro plano, sob pena de parecerem antiquados aos olhos de seus leitores” (2011, p. 20 – 21). No final do mesmo século, com a popularização dos programas gráficos de computador e a manipulação digital das imagens, é que notamos como “a transição da fotografia para a pós-fotografia representa a continuidade da hegemonia fotográfica, que agora aparece mesclada à ilustração e aos textos tratados como desenho” (2011, p. 21).

É diante da evolução dos equipamentos de impressão, e dos programas gráficos, que o designer tem a sua frente um universo de possibilidades para criar e reinventar os formatos editoriais.

OS FORMATOS EDITORIAIS

Como abordamos anteriormente, a princípio não havia uma distinção clara entre os formatos, no entanto podemos tentar dividi-los em três principais: os jornais, as revistas e os livros. Para Harold Evans, em Caldwell e Zapatterra (2014), o design de jornais pode conter: texto, fontes de título, fotografias, desenho a traço, espaço em branco e uma sequência de páginas nas combinações mais apropriadas. Já para Haslam (2007), o livro é “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). Todavia, essas conceituações podem ser aplicadas, na maioria dos casos, para todos os demais formatos.

Ao tentar elencar características que possam distingui-los e montar uma espécie de *arquetipo* – aqui focamos nos impressos – consideramos os seguintes pontos: durabilidade, vigência do conteúdo, acabamento, capa e encadernação, sumário, divisão de conteúdo, fotografia/ ilustração, tipo de impressão e periodicidade.

Os jornais possuem: a) um material de baixa durabilidade; b) uma vigência curta e que cumprem a função de informar sobre algo que ocorreu próximo a data de veiculação; c) a ausência de capas e/ou encadernações e a primeira página, usualmente, conta com uma manchete, um título de uma matéria principal que busca atrair a atenção do leitor-consumidor; d) a ausência de sumário; e) o conteúdo dividido por seções ou cadernos; f) imagens que dão suporte às informações presentes nas matérias; g) geralmente, impressão em policromia; h) uma mídia de alta periodicidade, sendo publicado diariamente, na maioria dos casos.

Já as revistas possuem: a) um material com uma boa durabilidade; b) uma vigência de conteúdo média; c) a presença de capa e encadernação; d) sumário; e) o conteúdos divididos em seções; f) imagens presentes tanto na capa, que muitas vezes são usadas como ferramenta para impulsionar as vendas, quanto nas matérias onde também fazem parte do conteúdo; g) habitualmente, impressão em policromia; h) uma periodicidade média, podendo variar de semanal, mensal, semestralmente ou anualmente.

Os livros, por sua vez, possuem: a) geralmente, o planejamento com materiais para durar; b) uma vigência durável do seu conteúdo; c) um acabamento mais reforçado

nas capas para a proteção do miolo; e capa e encadernação reforçada com cola, grampo ou costura; d) a presença de sumário; e) o conteúdo dividido geralmente em capítulos; f) ou não, imagens, entretanto, geralmente não são o foco do conteúdo da página; g) impressão em monocromia ou em policromia; h) não costumam possuir uma periodicidade de publicação.

Partindo dessa categorização, esse artigo direciona-se ao formato *livro*, a fim de estudar o processo de construção da publicação de *Salomar*. Além das informações já apresentadas, o presente artigo buscará percorrer os processos de produção editorial que levaram à confecção do material.

O PROCESSO DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE SALOMAR

Salomar é o resultado de um trabalho coletivo inicialmente desenvolvido na disciplina de Comunicação e Culturas Urbanas do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Fortaleza, ministrada pela professora Alessandra Oliveira Araújo, no semestre de 2020.2. O material é composto de histórias desenvolvidas pelos alunos e organizadas e editadas em formato de contos por Fernanda de Campos e Façanha e pela professora da disciplina.

O material final possui dezesseis contos, que são permeados por uma narrativa paralela que abre e fecha cada um dos quatro blocos, inspirado no livro *Cidades Invisíveis* do autor Ítalo Calvino (1923 — 1985). As narrativas possuem em comum o/ a personagem *Salomar* – que explora os medos, os desejos, as experiências e os sonhos dos autores – e o fenômeno fantástico d’*A Grande Maresia*, ambos bebem do Realismo Mágico de Gabriel García Márquez (1927 — 2014). O material é um reflexo do momento histórico em que foi produzido, o isolamento social, decorrente do avanço da pandemia de Covid-19 em 2020. O que depois veio a possibilitar o redescobrir e explorar esse novo-velho ambiente que é a cidade de Fortaleza.

A primeira edição de *Salomar* foi publicada em 2021 e teve o planejamento e o design gráfico e editorial produzidos pelo gestor e pelo estagiário do Labotipo – Laboratório de Experimentação em Tipografia e Design Editorial da Universidade de Fortaleza. Nesta etapa, abordaremos sobre a produção do material, para isso usaremos a

metodologia proposta por Andrew Haslam em *O livro e o designer II: como criar e produzir livros* (2007).

A produção de um livro pode começar de várias formas, de acordo com Haslam. Em *Salomar*, o processo iniciou com uma reunião de apresentação do material para a equipe do laboratório pela professora. Após a sua realização, houve uma discussão sobre qual viria ser o conceito visual adotado, uma espécie de dicotomia entre o experimental e a sobriedade, até que se chegou a ideia de trabalhar com cobogós, grades, azulejos, eiras e beiras, além dos outros elementos presentes nas edificações da cidade de Fortaleza. Essa ideia veio fruto de um trabalho anterior desenvolvido por Diego Paiva e Moema Braga, o qual buscava realizar uma espécie de catalogação e registro desses elementos tradicionais presentes na arquitetura alencarina encontrados em edificações do bairro Praia de Iracema. Ao todo, quatro modelos diferentes estão presentes no livro e são usados para diferenciar cada um dos momentos da narrativa.

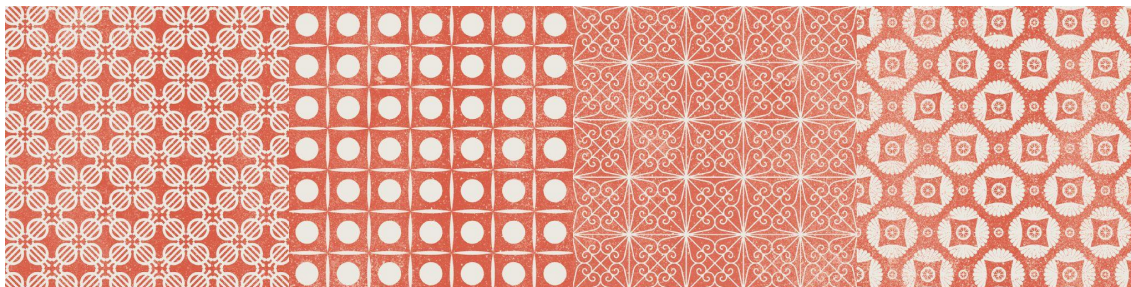
FIGURA 1 – ABERTURA DE CAPÍTULO E PADRONAGEM DA UNIDADE 1



Fonte: Elaboração própria.

Nas padronagens, usadas para as divisões de unidade, aplicou-se uma texturização que remete a passagem do tempo e do fenômeno d’*A Grande Maresia*.

FIGURA 2 – PADRONAGENS TEXTURIZADAS



Fonte: Elaboração própria.

FIGURA 3 – OUTROS USOS DOS ELEMENTOS



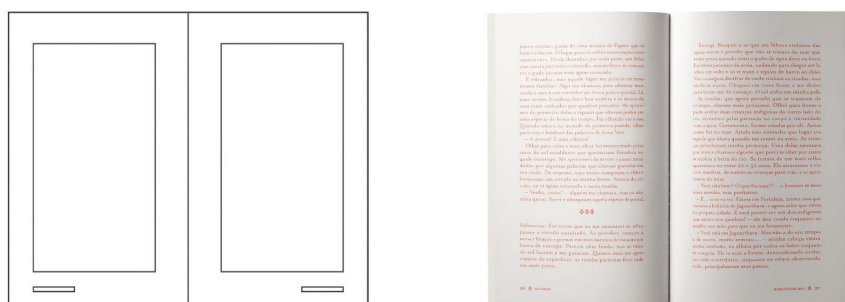
Fonte: Elaboração própria.

Entrando em aspectos ligados à produção gráfica: o livro possui as dimensões de 11 x 18 centímetros. Com estas medidas, buscou-se viabilizar o custo final de produção por meio de um melhor aproveitamento da folha gráfica. Em consonância com o formato, o livro foi impresso em monocromia, usando uma cor Pantone (P 45-7 U), com isso almeja-se diminuir o custo final de impressão e garantir que a mesma cor reproduzida no monitor e na guia de fórmula esteja no substrato. Em uma abordagem mais conceitual, o uso da cor P 45-7 U se relaciona com a cor do barro, uma cor terrosa avermelhada, que constrói o objeto livro como uma tapera de histórias ornada de ladrilhos e memórias que se ocultam e se revelam com o efeito d' *A Grande Maresia*.

Passando para os aspectos invisíveis do design, no entanto que não deixam de ser perceptíveis: não buscamos criar aqui nenhum diagrama elaborado de traçados verticais, diagonais ou horizontais, como Villard, tampouco proporções áureas de

complicadas formulações matemáticas para a criação das grades. Tratamos a mancha gráfica com seu aspecto de conforto visual, para isso elaboramos grades simétricas deslocadas ligeiramente às margens externas e ao topo, que respeitam a ordem de uma média de 45 caracteres de largura e 34 linhas de altura. Os fólios estão presentes nos contos e são compostos, na ordem da margem externa (onde estão alinhados à borda) para interna, por: paginação, ilustração da unidade e nome do livro (à esquerda) ou do capítulo (à direita), diferenciando nas aberturas de capítulo onde o único elemento presente é a paginação centralizada.

FIGURA 4 – MANCHA GRÁFICA DE PÁGINA DUPLA



Fonte: Elaboração própria.

De volta ao que nos é visível, o livro ganha voz e personalidade com a família tipográfica Mrs Eaves, criada pela designer Zuzana Licko para a Emigre. Ela é inspirada na fonte clássica transicional *Baskerville*, de John Baskerville, criada originalmente em 1757. Na classificação Vox/ATYPI, as fontes *Transicionais* são conhecidas como *Reais*, por terem origem com o projeto *Romain du Roi*, encomendada pelo monarca francês Luís XIV para o uso em documentos oficiais:

Os tipos Reais tem caráter austero, marcado pela racionalidade de seus criadores. São considerados caracteres de transição entre as Geraldinas e as Didônicas, entre o antigo e o moderno, e assumem características desses dois grupos. O contraste de seus traços é mais carregado do que nas Humanistas e Geraldinas e as serifas são mais leves, agudas e planas. O eixo dos caracteres tende à posição vertical, podendo variar entre 12 e 6 horas, e a altura de x é ampla. (Buggy, 2021, p. 153)

A Mrs Eaves, por sua vez, incorpora o caligráfico e o mecânico em seu projeto tipográfico. Para reforçar os aspectos de caligrafia, incorporamos as ligaturas ao corpo de texto. As ligaturas são um recurso tipográfico que une dois ou mais caracteres em um só, são comumente encontradas ao digitarmos letras como *f* e *i* minúsculas com a finalidade de evitar a convergência da terminal superior da letra *f* com a vogal. Em *Salomar*, aplicou-se o *discretionary ligatures* nas caixas de texto durante a diagramação no *software* InDesign, isso permitiu ir além do caráter funcional sendo usado, neste caso, como um recurso estético. Fez-se uso também dos numerais chamados *oldstyle*, que são uma contrapartida caligráfica aos tabulares.

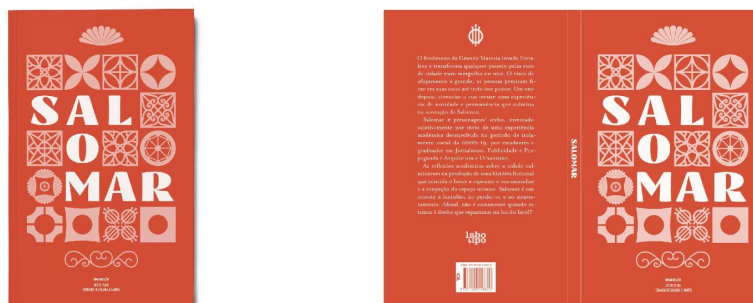
FIGURA 6 – MRS EAVES

Zebras caolhas de Java querem mandar fax para moça gigante de New York.

Fonte: *Elaboração própria.*

A capa, por sua vez, também é impressa em monocromia (P 45-7 U) e em papel triplex, com revestimento. Ela também conta com ornamentos – que não estão presentes no miolo do livro, mas que faziam parte do projeto do original – formando um mosaico com o nome *Salomar* (Sal & Mar).

FIGURA 7 – CAPA



Fonte: *Elaboração própria.*

Por último, a escolha do papel: foi usado o papel Pólen Soft 70 g/m² (gramas por metro quadrado), ele possui a característica de ter uma pigmentação amarelada, o que contribui com o conforto da leitura e também possui uma suavidade no toque.

A devolutiva do material foi um sucesso. O livro foi lançado oficialmente no dia 28 de outubro de 2021, no Teatro Celina Queiroz na Universidade de Fortaleza, no evento em questão houve a participação dos autores e das organizadoras. A tiragem inicial foi de quinhentas unidades, com um custo e impressão unitário excelente.

CONCLUSÃO

A criação do *Salomar* possibilitou pôr em prática a metodologia de criação de um livro, exercitamos ao longo dessa trajetória o fluxo de trabalho, o contato com o cliente e a com a gráfica, exercitamos noções de tipografia e *layout* de página, além das ilustrações, do aproveitamento de papel, do uso de sistemas de impressão e da conceituação do projeto.

Notamos através do processo de pesquisa como se comportam e diferenciam esses *arquetipos* dos formatos editoriais. Contudo, temos em mente que eles permanecem em constante evolução e continuam se contaminando e se transformando à medida em que os designers propõem novas soluções.

Por fim, concluímos que a criação do livro *Salomar* possibilitou a exploração de outras formas de comunicação para além do texto escrito, usando as características físicas, espaço-estruturais e imagéticas do material para agregar a linguagem textual e comunicá-las ao leitor, criando uma experiência *mágica* para o leitor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUGGY, Leonardo Araújo da Costa. **O MECOTipo: Método de Ensino de Desenho Coletivo de Caracteres Tipográficos**. 3ed. Fortaleza: Litoral Press; Brasília: Estereográfica, 2021.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA; Yolanda. **Design Editorial**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II** – como criar e produzir livros. São Paulo: Edições Rosari Ltda, 2007.

MELO, Chico Homem de; RAMOS, Elaine (orgs.). **Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.