

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO**

**HELOISA CLARO DA SILVA**

**NÃO SE JULGA UM LIVRO PELA CAPA?**

**ANÁLISE DO DESIGN DAS CAPAS DOS LIVROS *BEST-SELLERS* NO BRASIL  
DURANTE O PRIMEIRO SEMESTRE DE 2023 SEGUNDO O SITE *PUBLISHNEWS***

São Paulo  
2023

**HELOISA CLARO DA SILVA**

NÃO SE JULGA UM LIVRO PELA CAPA?: ANÁLISE DO DESIGN DAS CAPAS DOS  
LIVROS *BEST-SELLERS* NO BRASIL DURANTE O PRIMEIRO SEMESTRE DE  
2023 SEGUNDO O SITE *PUBLISHNEWS*

Trabalho apresentado ao Curso de  
Graduação de Comunicação Social  
com Habilitação em Editoração como  
requisito para obtenção do bacharelado.  
Orientador: Luciano Guimarães

São Paulo  
2023

## **RESUMO**

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo mapear as tendências no *design* a partir das características principais do *design* das capas dos livros *best-sellers* durante o primeiro semestre (janeiro a julho) do ano de 2023, segundo o site *PublishNews*, analisando as capas a partir de seus padrões cromáticos, iconográficos, tipográficos e topográficos.

**Palavras-chave:** editoração, livro, *design*, capa, tendências

## **ABSTRACT**

This final paper aims to map design trends based on the main characteristics of the cover design of best-selling books during the first semester (January to July) of the year 2023, according to the PublishNews website. The analysis of the covers will focus on their chromatic, iconographic, typographic and topographic patterns.

**Keywords:** publishing, book, design, cover, trends

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	6
<b>2. MÉTODO DE PESQUISA</b>	9
<b>3. ANÁLISE CROMÁTICA</b>	12
<b>3.1 Uso das cores</b>	12
3.1.1 Multicoloridas	13
3.1.2 Preto e branco	15
3.1.3 Cores quentes	16
3.1.4 Cores frias	20
<b>3.2 Combinações de cores</b>	22
3.2.1 Esquema de consenso: Acromático	23
3.2.2 Esquema de consenso: Neutro	23
3.2.3 Esquema de consenso: Monocromático	23
3.2.4 Esquema de consenso: Análogo	24
3.2.5 Esquema de equilíbrio: Diádicas complementares	24
3.2.6 Esquema de equilíbrio: Diádicas tons-rompidos	25
3.2.7 Esquema de equilíbrio: Triádicas assonantes	25
3.2.8 Esquema de equilíbrio: Complementares divididas	26
<b>4. ANÁLISE TIPOGRÁFICA</b>	27
<b>4.1 Sans serif (sem serifa)</b>	28
<b>4.2 Serif (serifadas)</b>	29
<b>4.3 Decorativas</b>	29
<b>4.4 Manuscritas ou caligráficas</b>	30
<b>5. ANÁLISE ICONOGRÁFICA</b>	31
<b>5.1 Capas tipográficas</b>	31
<b>5.2 O uso das ilustrações e fotografias</b>	32
<b>5.3 O uso das imagens</b>	33
<b>5.4 Formas geométricas</b>	35
5.4.1 Retângulo / quadrado	36
5.4.2 Círculo	37
<b>6. ANÁLISE TOPOGRÁFICA</b>	38
<b>6.1 Alinhamento e sentido de leitura</b>	38
<b>6.2 Tamanho do texto e imagem</b>	39

<b>6.3 Disposição dos elementos na capa</b>	<b>40</b>
6.3.1 Triângulo	40
6.3.2 Ampulheta	41
6.3.3 Radiação	42
6.3.4 Regra dos terços	42
6.3.5 Regra das metades	43
6.3.6 Simetria e assimetria	44
6.3.7 Linhas diagonais	45
6.3.8 Padrão e ruptura do padrão	46
6.3.9 Concentração	46
6.3.10 Moldura	47
<b>7. ENTREVISTA COM RENATA STURM - MAQUINARIA SANKTO EDITORIAL</b>	<b>48</b>
<b>8. CONCLUSÃO: TENDÊNCIAS NO DESIGN DE CADA GÊNERO</b>	<b>55</b>
8.1 Autoajuda e gestão de pessoas	55
8.2 Negócios	55
8.3 Literatura	56
8.4 Religião e espiritualidade	56
8.5 Biografia	57
8.6 Mangá, quadrinhos e infanto juvenil	57
<b>10. Referências</b>	<b>58</b>
<b>ANEXO: CAPAS ANALISADAS</b>	<b>63</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A capa de um livro tem duas funções: proteger as páginas e indicar o conteúdo. [...] O velho ditado popular sobre não julgar um livro por sua capa é uma crítica às habilidades do *designer* e do ilustrador por comunicar o conteúdo da obra por meio de um pôster em miniatura. Uma capa de livro se torna uma promessa feita pela editora, em nome do autor, para o leitor. A capa funciona como um elemento de sedução para que o livro seja aberto e/ou comprado. Este capítulo irá listar os elementos que geralmente devem ser incluídos na capa, na quarta capa e na lombada, em seguida examinará várias abordagens para o *design* de capas.

*O livro e o designer II* - Andrew Haslam (2007)

A capa é a primeira impressão visual de um livro, sua porta de entrada, a vitrine que desperta o interesse do leitor. Sua confecção considera diversos elementos, desde o *design* gráfico até a escolha estratégica de imagens, títulos e até mesmo o prestígio do autor. Nesse contexto, as capas não apenas protegem, mas também prometem uma experiência única ao leitor.

Em um mercado competitivo, com centenas de livros em exposição para venda, cabe a habilidade do *designer* em comunicar a essência da obra ao leitor.

O *design* da capa de um livro é composto de elementos visuais e textuais. Entre esses elementos, destacam-se a escolha da tipografia, que não apenas transmite o título, mas também estabelece o tom e estilo; as imagens, alinhadas com o conteúdo; as cores, que possuem um papel importante na criação de atmosfera e emoção; o layout geral, que organiza esses componentes de forma harmoniosa e impactante, contribuem para a identidade visual da capa.

O seu uso varia significativamente entre diferentes gêneros de livros, refletindo as mudanças temáticas e estilo de cada categoria literária e não literária. A variação no seu uso entre os gêneros demonstra a importância de alinhar o *design* às expectativas e preferências específicas do público de cada categoria literária.

Com tantas escolhas para a criação da capa, quais são os recursos e os elementos do *design* mais usados entre os livros que são sucesso de venda atualmente? Para responder essa pergunta, esta pesquisa analisará as capas dos livros da lista de *Best Sellers* do portal *PublishNews*, durante o primeiro semestre de 2023, oferecendo um instantâneo do que está sendo empregado no *design* das

capas no cenário contemporâneo. Diante da vasta disponibilidade de livros nesse período, o estudo proporcionou uma extração de conclusões sobre as tendências entre as capas. É importante ressaltar que, embora não seja suficiente para abranger todas as nuances temporais e históricas, esse recorte permite traçar um perfil do *design* de capas mais vendidas nacionalmente durante o período de tempo escolhido. Essa abordagem apresenta as preferências e estratégias visuais presentes no período da coleta dos dados, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada e contextualizada das práticas atuais no universo do *design* de capas de livros.

No cenário contemporâneo, a reprodução em miniatura de capas em sites de busca e venda desempenha um papel crucial na decisão de compra. O estudo dessas representações digitais permitirá entender como as capas são adaptadas para cativar os potenciais leitores em ambientes online.

É importante notar que, ao apresentar a metodologia, foi optado por focar exclusivamente na análise da face frontal da capa. Limitações práticas impedem o acesso direto a elementos como sobrecapas, lombadas, quarta-capas, orelhas e características materiais de acabamento do livro, se atendo ao impacto visual e persuasivo das capas na escolha dos leitores. Também não serão vistos detalhes relacionados à dimensão material, como acabamento físico, textura ou características de impressão.

Para abranger o máximo de aspectos do livro, a pesquisa foi dividida seguindo a sequência proposta de Luciano Guimarães para o estudo de cada dimensão do design editorial durante as aulas das disciplinas de Design Editorial I e II do Curso de Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), correspondendo respectivamente às dimensões ou projetos cromático, tipográfico, iconográfico e topográfico presentes na proposta de Guimarães. Além disso, inclui uma entrevista com Renata Sturm, sócia da Maquinaria Sankto Editora, uma profissional que valoriza a qualidade das capas em suas produções. A realização dessa entrevista se mostrou essencial, pois proporcionou observações importantes sobre a abordagem e os critérios adotados por uma profissional do setor. A contribuição dessa perspectiva prática enriquece o trabalho, permitindo uma compreensão mais aprofundada das práticas no universo do design de capas de livros.

A partir dessas informações, foi permitido mapear não apenas a presença dos elementos, mas também compreender como são utilizados de maneiras distintas em cada categoria literária. Desse modo, o estudo não apenas revela algumas tendências emergentes no design de capas, mas também estratégias específicas empregadas para cativar os leitores em diversos contextos literários, oferecendo uma visão abrangente das práticas atuais no universo editorial e enriquecendo a compreensão das nuances estilísticas e persuasivas que caracterizam o *design* de capas de livros na atualidade.

## 2. MÉTODO DE PESQUISA

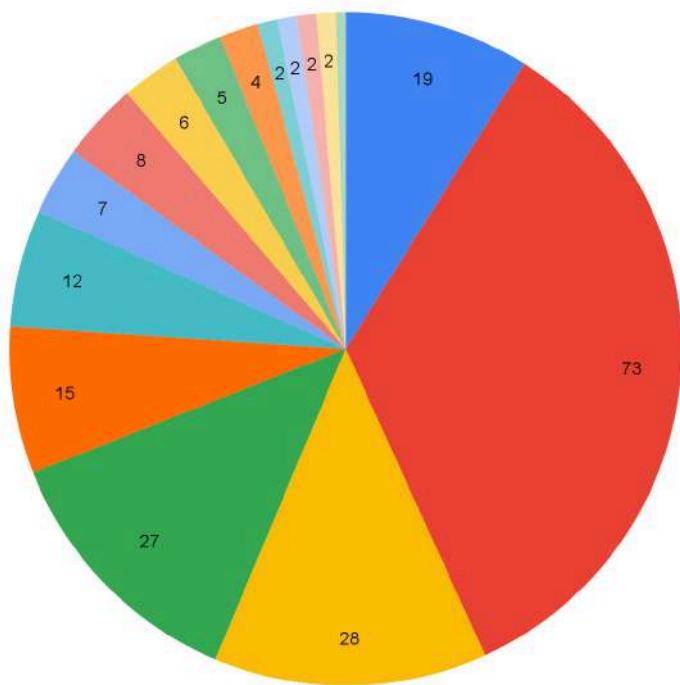
Para essa pesquisa, foram analisados os livros mais vendidos no primeiro semestre de 2023, o que ao total somam 207 capas. O levantamento foi feito de acordo com as pesquisas do site *PublishNews*, portal online brasileiro especializado em notícias sobre o mercado editorial, criado em 2001 por Carlo Carrenho. Sua escolha como fonte para esta pesquisa é fundamentada em sua posição como um dos principais veículos de informação sobre o mercado editorial brasileiro.

Para fazer a análise, primeiro foi levantado o nome dos livros, dos autores e os seus gêneros.

Dentre os livros catalogados, há um predomínio de obras de não ficção (69,4% dos livros analisados). A maioria dos temas abordados foram autoajuda, negócios, jovem adulto e infantojuvenil.

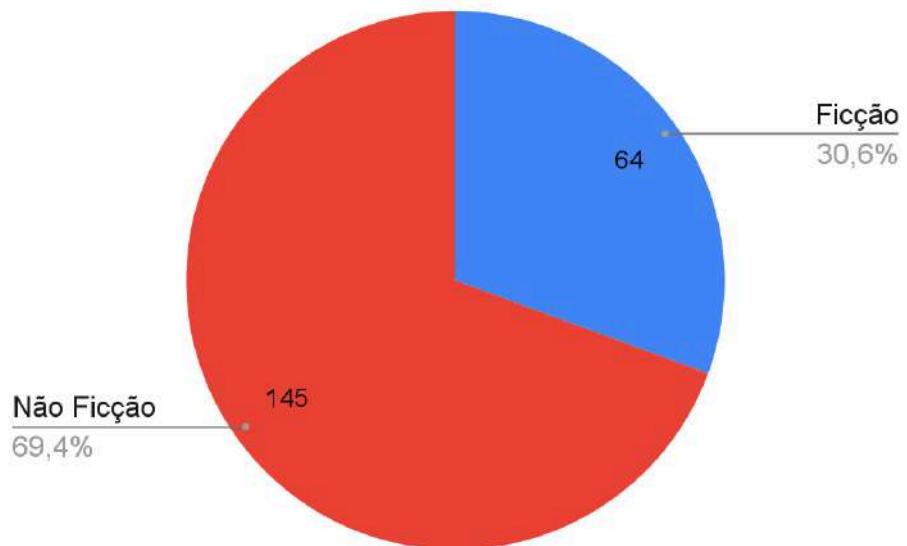
Gênero dos livros

- Jovem adulto
- Autoajuda
- Infantojuvenil
- Negócios
- Biografia
- Romance
- Educação
- Aventura
- Psicologia
- História
- Mangá
- Hq
- Religião / espiritualidade
- True Crime
- Distopia
- Saúde



Fonte: gráfico elaborado pela autora

Gênero dos livros



Fonte: gráfico elaborado pela autora

Após esse levantamento, a pesquisa foi dividida em quatro dimensões:

- A **dimensão cromática**, que diz respeito ao uso das cores.

Nessa fase da pesquisa, foram identificadas quais cores estão presentes nos livros, onde elas estão presentes (no texto, na imagem ou no fundo), se são tons quentes ou frios e o tipo de combinação cromática utilizada.

Depois, foi feita uma análise do motivo da escolha das cores em cada livro e como isso afeta a mensagem da capa;

- A **dimensão tipográfica**, que diz respeito ao uso das letras.

Nessa etapa, foram analisadas a tipografia usada no título, no nome do autor e nos demais textos da capa, como o subtítulo. Após isso, foi realizada uma análise do motivo da escolha da tipografia em cada livro e que mensagem cada estilo de tipografia busca transmitir;

- A **dimensão iconográfica**, que diz respeito ao uso dos ícones.

Nessa parte, foram analisadas as recorrências das imagens e o seu uso, catalogando as capas que possuem ilustrações, fotografias e as que são tipográficas. Além disso, é visto o estilo de ilustração e o que foi fotografado ou ilustrado. A partir dessa catalogação, é analisada a mensagem que o *designer* quis passar à capa;

- A **dimensão topográfica**, que diz respeito à posição dos elementos.

Onde foram analisados o sentido de leitura, posição dos ícones da capa, tamanho dos elementos e as composições utilizadas. Com isso, foi possível entender as intenções por trás de seus usos para transmitir a mensagem do livro.

A partir de todo esse levantamento, foi possível fazer relações entre as incidências de cores, tipografias, ícones e topografia na capa com o gênero abordado pelo livro, podendo assim mapear as tendências de cada um deles.

Para apresentar os resultados da pesquisa, esse trabalho é separado em quatro categorias, referentes a cada uma das análises citadas, seguidas pela entrevista e concluídas com uma análise das tendências entre cada gênero de livro.

### 3. ANÁLISE CROMÁTICA

A análise cromática identificou o uso das cores das capas, vendo as incidências e propósito de cada cor, com base nas teorias sobre cores de René-Lucien Rousseau e de Johann Wolfgang von Goethe e nos livros *Introdução da Teoria da Cor*, de Luciana Martha Silveira (2015) e *A Cor Como Informação - A construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*, de Luciano Guimarães (2018).

Antes de entrar a fundo nessa análise, é necessário explicar o círculo cromático. Ele é uma representação gráfica das cores organizadas em uma roda, mostrando a relação entre cores primárias, secundárias e terciárias, ajudando a compreender as combinações de cores e suas relações harmoniosas. As cores quentes, localizadas em uma parte do círculo cromático, são o vermelho, o laranja e o amarelo e transmitem calor, energia e vivacidade. Já as cores frias, encontradas em outra parte, são o azul, o verde e o violeta, evocam calma, serenidade e frescor. A compreensão do uso dessas categorias no círculo cromático é essencial para criar paletas visuais equilibradas e transmitir emoções específicas no *design*.

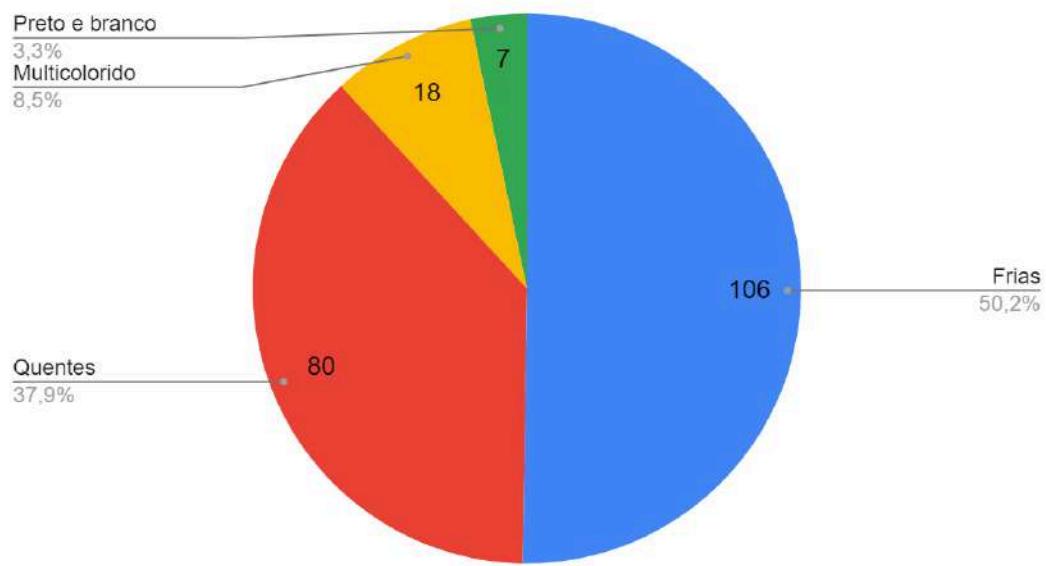


Círculo Cromático (fonte: <https://www.designerd.com.br/circulo-cromatico/>)

#### 3.1 USO DAS CORES

Em geral, ocorreu um equilíbrio entre o uso de cores quentes e frias, com uma predominância de 50,2% de cores frias, para 39,4% quentes. Em seguida, aparecem as que não possuem uma distinção de uso de cores quentes ou frias devido ao uso de várias cores diferentes, denominadas na pesquisa como multicoloridas (7,9%). As capas em preto e branco são minoria, aparecendo em apenas 2,5% dos casos.

Uso das cores



Fonte: gráfico elaborado pela autora

### 3.1.1 MULTICOLORIDAS

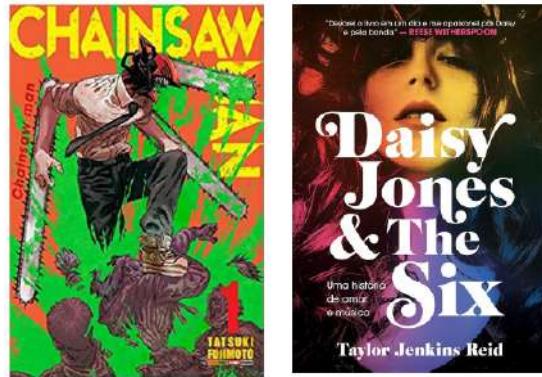
O uso de várias cores, tanto em número quanto entre quentes e frias, aparece apenas em dezoito das capas catalogadas. É utilizado por cinco motivos principais:

- **Cores do autismo:** Apesar da cor símbolo do autismo ser azul, as capas sobre esse assunto também podem usar cores relacionadas a símbolos do autismo, como o arco íris e as peças de quebra cabeça (laranja, verde, azul e amarelo).



Fonte: capas 136 e 137 do anexo.

- **Intensidade:** O estímulo causado pela variedade de cores, causa agitação, fazendo com que as capas coloridas transmitam a ideia de que o livro terá ação ou uma narrativa intensa em sentimentos.



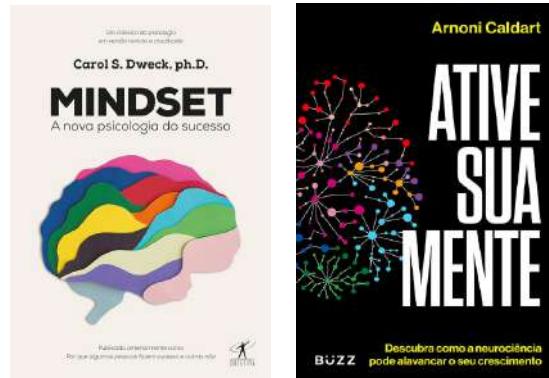
Fonte: capas 201 e 202 do anexo

- **Lúdico**A agitação causada pelo estímulo de várias cores também pode remeter à ação causada por brincadeiras e diversão, podendo ser usado tanto em livros sobre educação quanto infantojuvenis.



Fonte: capas 91 e 144 do anexo

- **Diversidade:** O uso de várias cores também passa a ideia de que o livro vai tratar de vários assuntos, partes ou pessoas diferentes.



Fonte: capas 90 e 94 do anexo

- **Oposição:** Quando há um predomínio de duas cores, sendo uma quente e outra fria, elas podem ser usadas para representar opositos ou diferenciar e destacar duas figuras.



Fonte: capas 206 e 207 do anexo

### 3.1.2 PRETO E BRANCO

As capas em preto e branco são mais raras, e possuem duas aplicações recorrentes:

- **Foco na pessoa biografada:** Nas biografias, ocorre o uso de uma foto em preto e branco da pessoa tema do livro, o que direciona mais atenção a imagem e transmite a densidade e seriedade maior para a imagem da figura retratada, ao trazer mais atenção as formas da imagem, gerando mais empatia por ela (capa 102 do anexo). Às vezes, algumas das palavras são coloridas, geralmente em tons quentes, como vermelho e dourado (capa 99 do anexo).



Fonte: capas 102 e 99 do anexo

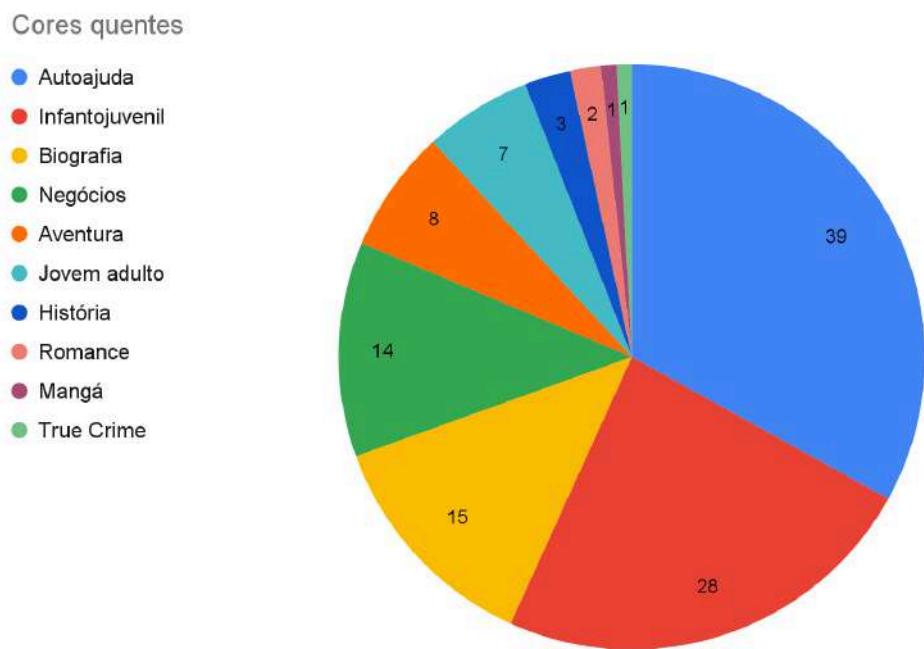
- **Foco no título** O fundo branco com o texto preto direciona toda a atenção do leitor ao título da obra, que tende a ser bem atrativo. Assim, o peso e importância dele aumenta, o tornando o elemento mais importante da capa.



Fonte: capa 44 do anexo

Em capas coloridas, é comum o uso das cores preto e branco para contrastar com as outras cores da capa.

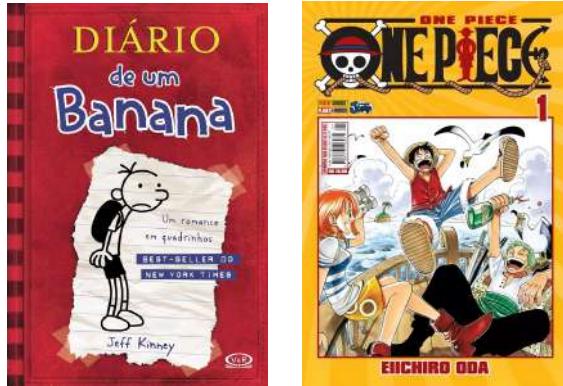
### 3.1.3 CORES QUENTES



Fonte: gráfico elaborado pela autora

Em contrate com as cores frias, que são passivas, as cores quentes são ativas. No uso de cores quentes, predominam os livros de autoajuda, seguidos pelos infantojuvenis, biografia e negócios.

As cores quentes podem representar alegria, e por isso são escolhidas em capas de literatura com histórias felizes ou de humor, contribuindo para criar uma atmosfera vibrante e positiva, refletindo a energia da narrativa.



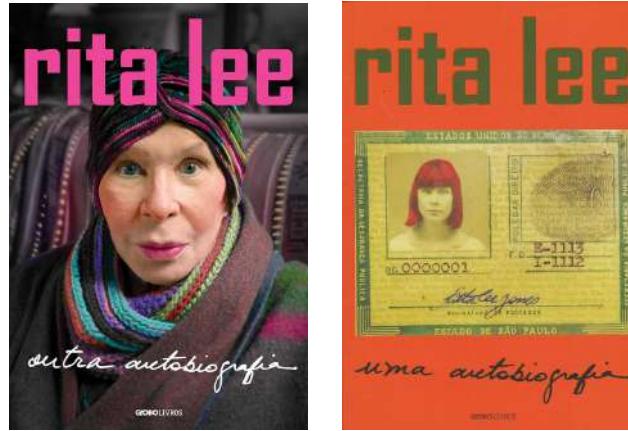
Fonte: capas 140 e 158 do anexo

Elas também são usadas em capas de livros religiosos para representar o acolhimento de Jesus Cristo. Essas tonalidades transmitem uma sensação de calor espiritual, gerando uma conexão mais profunda com os leitores. (capa 109 do anexo). Muitas vezes é aplicado em capas majoritariamente frias, onde o calor de Jesus contrasta com o resto da capa (capa 113 do anexo).



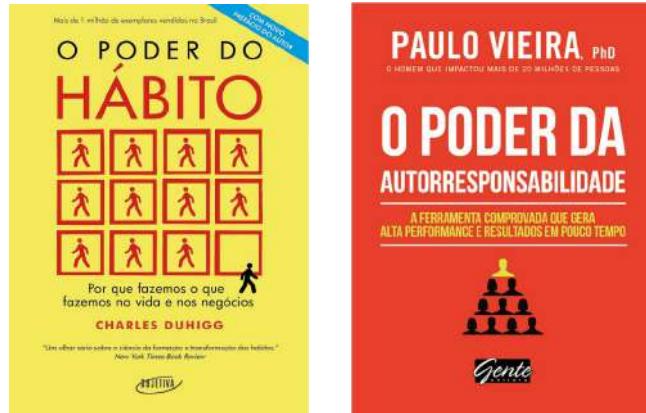
Fonte: capas 109 e 113 do anexo

Também são empregadas em biografias que possuem uma abordagem mais alegre, contribuindo para criar uma atmosfera vibrante, otimista e positiva destacando o bom humor da narrativa.



Fonte: capas 105 e 106 do anexo

Além de tudo, essas cores trazem atitude, por isso, é comum o uso delas em livros de autoajuda e negócios, onde é promovido ao leitor que ele tome uma ação e mude sua situação atual. Na maioria das vezes, as cores preenchem o fundo, para causar mais impacto, enquanto a tipografia é amarela, preta ou branca.



Fonte: capas 10 e 20 do anexo

O vermelho, além disso, é uma cor mais agressiva, e por isso está presente em livros que promovem uma atitude mais firme (capa 26 do anexo), o que é aplicado em obras que falam de resistência e luta social, como o feminismo (capas 21 e 22 do anexo).



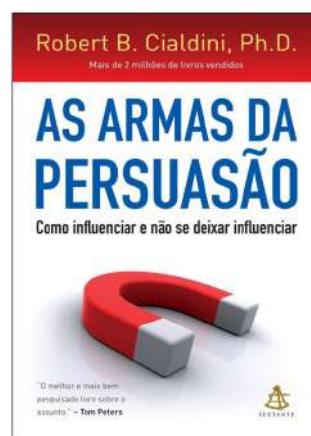
Fonte: capas 26, 21 e 22 do anexo

Pela sua característica violenta, o vermelho é empregado em alusão ao sangue na literatura e nos livros sobre crimes.



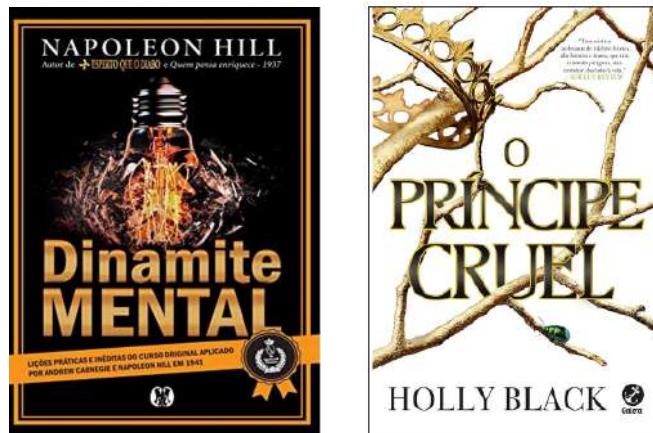
Fonte: capas 171, 39 e 149 do anexo

Apesar de toda a brutalidade, o vermelho também é a cor da sedução, e por isso pode ser visto em livros com temas de persuadir e convencer, já que o vermelho cativa o olhar.



Fonte: capa 30 do anexo

O tom dourado do amarelo é bastante empregado no sentido de riqueza ou realeza, estando presente principalmente em livros de negócios, como nos livros do autor Napoleon Hill (capas 1, 2 e 4 do anexo), e nas narrativas sobre reis na literatura (capas 159, 160 e 161 do anexo). O dourado é usado apenas nos objetos ou nas letras, nunca no fundo.

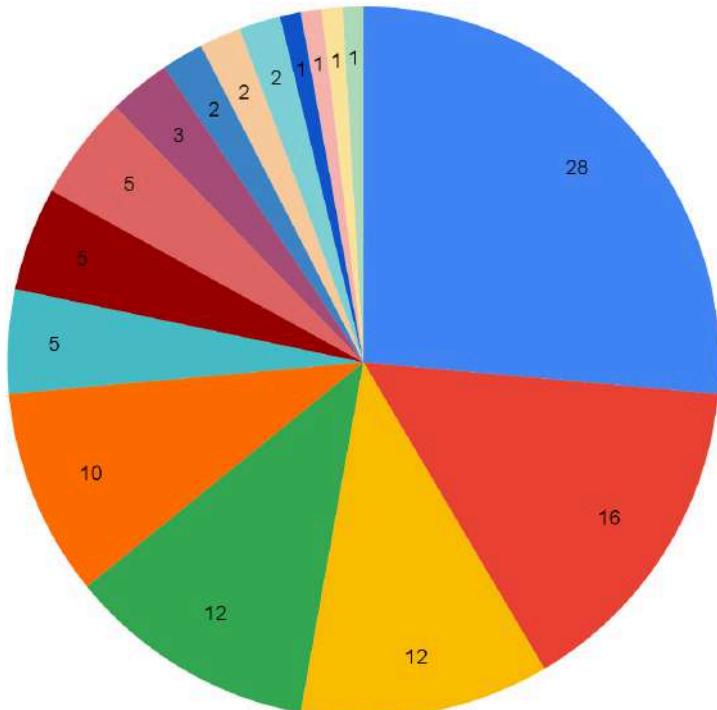


Fonte: capas 2 e 161 do anexo

### 3.1.4 CORES FRIAS

Cores Frias

- Autoajuda
- Infantojuvenil
- Jovem adulto
- Negócios
- Romance
- Educação
- Biografia
- Aventura
- Mangá
- História
- Psicologia
- Distopia
- True Crime
- Hq
- Saúde
- Religião / espiritualidade



Fonte: gráfico elaborado pela autora

As cores frias são azul, verde, roxo e rosa. Novamente, sua maior incidência foi em livros de literatura jovem adulto e infantojuvenil, assim como em negócios e autoajuda. Isso era esperado, visto que a maioria dos livros best sellers é composta deles. Porém essas capas tem objetivos muito diferentes dos usados nas de cores quentes, pois as cores frias passam introspecção e autocontrole.

Nos livros de autoajuda, negócios, educação e religião e espiritualidade, o azul é usado como uma cor que denota sabedoria e paz (capas 67, 70 e 119 do anexo). Por outro lado, na literatura, o azul é usado para transmitir tristeza (capas 175, 176 e 177 do anexo).



Fonte: capas 67 e 177 do anexo

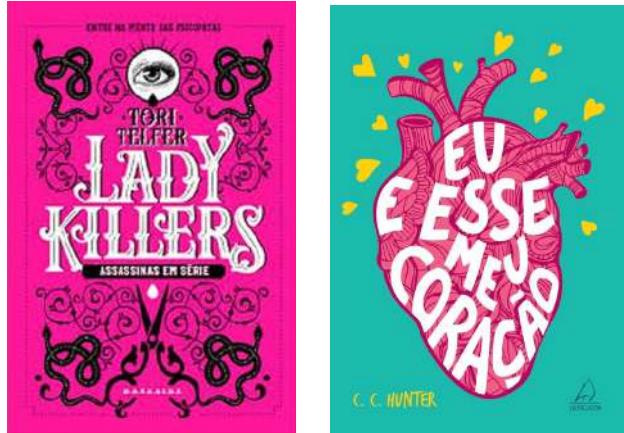
O uso de tons arroxeados, como o roxo, violeta, lilás e púrpura, e azulados trazem mistério (capa 189 do anexo), e misticismo e espiritualidade (capa 123 do anexo).



Fonte: capas 189 e 123 do anexo

Na maioria dos casos, o azul e o roxo mais escuro são empregados como cor principal, no fundo da capa, enquanto as letras e detalhes são rosa ou branco

O rosa aparece por dois motivos principais: representar o feminino e o amor.



Fonte: capas 82 e 182 do anexo

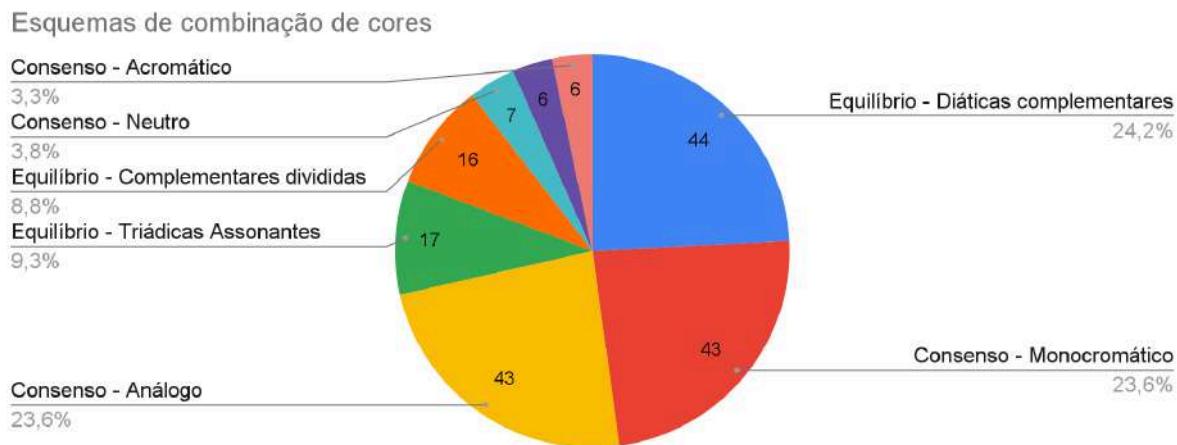
O verde também é uma cor que transmite o feminino (capa 197 do anexo), mas tem vários outros empregos, como apresentar o medo e desconhecido (capa 141, 199 e 200 do anexo), o crescimento econômico (capa 83 do anexo), e a natureza (capas 84 e 144 do anexo). É uma cor que pode tanto demonstrar o desconforto quanto a esperança, dependendo do contexto do livro.



Fonte: capas 197, 141, 83 e 84 do anexo

### 3.2 COMBINAÇÃO DE CORES

A maioria das capas possuem, no máximo, cinco cores diferentes (30,8% com três cores, 27,5% com quatro cores, 15,2% com cinco cores), totalizando 73,5% das capas analisadas. Para que elas fiquem em harmonia, são usados esquemas de equilíbrio e de consenso. Nessa análise, foram usados como base os conceitos do livro *Introdução da Teoria da Cor*, de Luciana Martha Silveira (2015). Os esquemas de consenso tem o objetivo de diminuir o contraste, enquanto os de equilíbrio criam uma unidade através de cores parecidas. Não ocorreram esquemas de equilíbrio de quatro e seis cores.



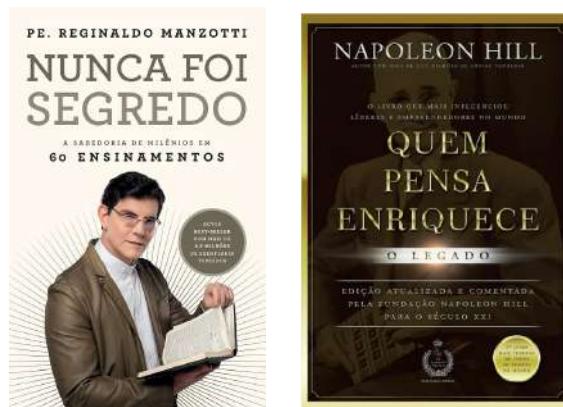
Fonte: gráfico elaborado pela autora

### 3.2.1 ESQUEMA DE CONSENTO: ACROMÁTICO

Os esquemas de consenso acromáticos são as capas em preto e branco, que já foram discutidas anteriormente, no item 3.1.2.

### 3.2.2 ESQUEMA DE CONSENTO: NEUTRO

Os esquemas neutros são feitos utilizando castanhos claros, médios e escuros, podendo ter uma segunda cor na combinação. Essa escolha de cores transmite leveza, e é comumente usada em livros de religião e espiritualidade. O uso de neutro também pode ser usado em livros de negócios em tons próximos ao dourado, transmitindo riqueza.



Fonte: capas 115 e 1 do anexo

### 3.2.3 ESQUEMA DE CONSENTO: MONOCROMÁTICO

O consenso de cor monocromático é um dos mais presentes nos livros estudados. Nele, se usa tonalidades de uma só cor, podendo ter junto com ela o preto e o branco. Nesse esquema ocorre um predomínio de capas de livro de

autoajuda, pois a maioria consiste em um fundo colorido, geralmente azul, vermelho ou amarelo, com o texto preto ou branco. Essa escolha destaca a emoção que a cor quer passar, assim como o título do livro.



Fonte: capas 176 e 193 do anexo

### 3.2.4 ESQUEMA DE CONSENSO: ANÁLOGO

As cores análogas são cores que estão próximas no círculo cromático, e estão tão presentes quanto as monocromáticas. Nas capas, ocorrem duas combinações principais: amarelo, vermelho e laranja, e verde e azul. Esse equilíbrio deixa as cores mais suaves do que no consenso monocromático, e por isso é usado em diversos gêneros.



Fonte: capas 84 e 151 do anexo

### 3.2.5 ESQUEMA DE EQUILÍBRIO: DIÁDICAS COMPLEMENTARES

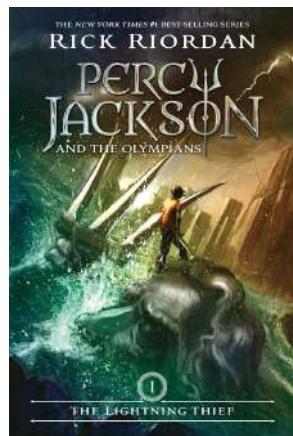
É o esquema mais usado nos livros, e consiste em usar uma cor oposta para gerar a harmonia. É usada principalmente para destacar o título ou nome do autor do resto da capa (capa 197 do anexo) e dar destaque a um item da imagem da capa (capa 171 do anexo).



Fonte: capas 197 e 171 do anexo

### 3.2.6 ESQUEMA DE EQUILÍBRIO: DIÁDICAS TONS-ROMPIDOS

O esquema de diâdicas tons-rompidos assemelha-se às diâdicas complementares, porém são usados tons de transição entre as duas cores. A maioria dos usos desse esquema foram para capas que passam a ideia de antagonismo, como bem e mal, tristeza e felicidade, como aparece na capa 196 do anexo, onde o laranja representa o caos e a maldade, que é combatida pelo azul, que representa os mares e o poder do herói, que representa o bem.



Fonte: capa 196 do anexo

### 3.2.7 ESQUEMA DE EQUILÍBRIO: TRIÁDICAS ASSONANTES

O esquema de triâdicas assonantes consiste no equilíbrio de 3 cores opostas no círculo cromático, formando um triângulo equilátero. É usado principalmente em capas ilustradas com o foco em imagens mais coloridas. Geralmente, uma cor fica predominante no fundo do livro, enquanto a imagem possui duas cores principais.



Fonte: capas 154 e 181 do anexo

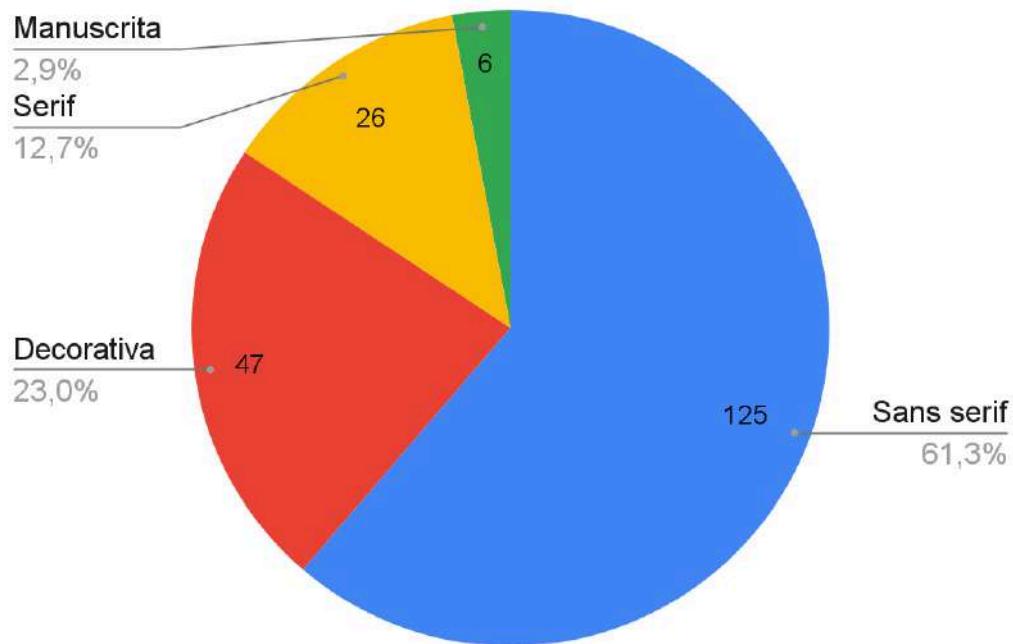
### 3.2.8 ESQUEMA DE EQUILÍBRIO: COMPLEMENTARES DIVIDIDAS

O esquema de cores complementares divididas é semelhante ao das complementares, porém, em vez de escolher a cor oposta, escolhe-se as duas cores vizinhas a cor oposta. Com esse esquema, é possível fazer uma capa colorida e com bastante informação, mas que não cansa tanto os olhos, visto que o contraste entre as cores é menor. Um exemplo de capa que segue esse esquema são as capas da série *Diário de um Banana* de Jeff Kinney.



Fonte: capas 140 a 142 do anexo

#### 4 ANÁLISE TIPOGRÁFICA



Fonte: gráfico elaborado pela autora

A tipografia refere-se ao design e arranjo visual de textos, incluindo a seleção de fontes, tamanhos, espaçamentos e formas. Na capa de um livro, elementos como título, nome do autor, subtítulos e informações adicionais utilizam tipografia. As características que discriminam fontes incluem estilo (serifa ou sem serifa), peso (fino, médio, negrito), altura de linha, entre outras. A escolha da tipografia desempenha um papel importante na comunicação eficaz do conteúdo da obra.

Para a análise tipográfica nas capas, levou-se em conta a tipografia em destaque na capa. Visto o tanto de variações que uma letra, o tipo, pode apresentar, a pesquisa foi feita levando em consideração a classificação popular de dividir a tipografia em quatro estilos principais: *serif*, *sans serif*, manuscritas e decorativa.

Na maioria dos casos, a tipografia principal é a do título. O nome do autor recebe destaque nas capas de autobiografias, já que o autor é o foco do livro. Não há casos, entre os livros analisados, de subtítulos terem mais destaque que o título. O uso variado de fontes geralmente acontece ao colocar a informação principal em fontes sem serifa ou decorativas, enquanto fontes com tamanho ou peso menor são utilizadas no restante do texto, priorizando as mais finas, como serifadas ou manuscritas.

Em geral, há um predomínio de *sans serif* (61,3%), seguido de decorativas (23%) e serifadas (12,7%). Porém cada fonte é usada de uma maneira diferente.

#### 4.1 SANS SERIF (SEM SERIFA)

As fontes sem serifa são caracterizadas pela ausência de serifas, que são projeções ornamentais no final das hastes dos caracteres. Essa ausência de elementos decorativos nas extremidades das letras confere à fonte uma aparência mais simplificada e limpa, o que as deixam legíveis e claras.

As fontes sem serifa são usadas constantemente para transmitir modernidade, simplicidade e limpeza ao *design*. Muitas vezes, as linhas retas do seu formato remetem a forma geométrica de quadrado ou retângulo, o que, na psicologia das formas geométricas, está relacionado à segurança e confiança.

Também são fontes que chamam mais atenção ao que está escrito, por isso, são muito usadas em livros com títulos impactantes, como os de autoajuda. Quanto maior o peso (grossura do tipo), mais forte fica a mensagem passada pelo texto. Devido a força que o conteúdo escrito recebe ao usar fontes sem serifa, capas com frases de ordem usam sans serif, principalmente as de peso maior (capas 16, 25, 26 e 27 do anexo)

Apesar da força e firmeza da sans serif, ela também pode ter as bordas arredondadas, o que passa uma mensagem de conforto (capa 78 do anexo).

O *sans serif* também é muito útil em capas com muitas imagens ou informações, pois suas bordas bem definidas e tipos com formato constante fazem com que as letras fiquem legíveis mais facilmente em cima de outros elementos, assim como, apesar de também poderem destacar as palavras, também podem deixá-las discretas o suficiente para manter a harmonia entre o texto e os elementos da capa (capas 87 e 88 do anexo).



Fonte: capas 16, 78 e 88 do anexo

#### 4.2 SERIF (SERIFADAS)

As fontes serifadas são as que as palavras possuem serifas nas extremidades dos tipos. Elas transmitem uma sensação clássica e sóbria, destacando-se pela elegância das serifas. Em suas explorações tipográficas, Helen Lupton destaca como as serifas conferem uma presença mais tradicional e formal, enquanto fontes sem serifa são frequentemente utilizadas para transmitir uma estética contemporânea e versátil.

As fontes serifadas podem ser utilizadas para mostrar sabedoria e elevação espiritual (capas 109 e 116 do anexo).

Contudo, o maior uso é para mostrar riqueza e sofisticação, devido à sua origem histórica e características estilísticas associadas a períodos antigos, especialmente à tipografia romana, estando presentes em livros tanto de economia (capas 1 e 6 do anexo) e na literatura temática de realeza (capas 161 e 171 do anexo).



Fonte: capas 116, 6 e 171 do anexo

#### 4.3 DECORATIVAS

As fontes decorativas são fontes artísticas, que não se enquadram nas outras definições de tipografia. No contexto da classificação tipográfica, o PANOSE é um sistema que fornece uma descrição numérica das características de uma fonte, permitindo uma análise mais precisa de suas propriedades visuais. Segundo ele, as fontes decorativas são caracterizadas por tipos que são todos capitulares.

Por isso, as fontes decorativas não passam tanta seriedade quanto as serif e sans serif, e por isso quase não estão presentes em livros de temas sérios, como autoajuda, religião e negócios. Entretanto, elas dominam entre os livros literários.

Elas possuem formas que podem remeter ao conteúdo do livro, apresentando de forma rápida e chamativa o conteúdo do livro, podendo refletir, por exemplo, a época histórica que ele se passa ou o seu tom. Elas conseguem apresentar qualquer ideia que o livro queira passar, como por exemplo em Heartstopper: Dois garotos, um encontro que a fonte foi utilizada para expressar o afeto entre os protagonistas. Também podem ser usadas como identidade visual única do livro, agindo como um logo que faz com que livros da mesma série sejam facilmente identificados, como ocorre em muitos mangás.



Fonte: capas 192 e 158 do anexo

#### 4.4 MANUSCRITAS OU CALIGRÁFICAS

São as letras que imitam a escrita humana. Apesar da menor incidência, as fontes que imitam letras escritas à mão também são importantes e possuem ocorrências específicas.

A delicadeza da tipografia manuscrita transmite um sentimento mais humano e afetuoso que as outras fontes, e por isso é usada em livros literários para transmitir esses sentimentos (capa 190 do anexo). Além disso, ela também é usada para imitar a escrita a mão (capas 64 e 205 do anexo).

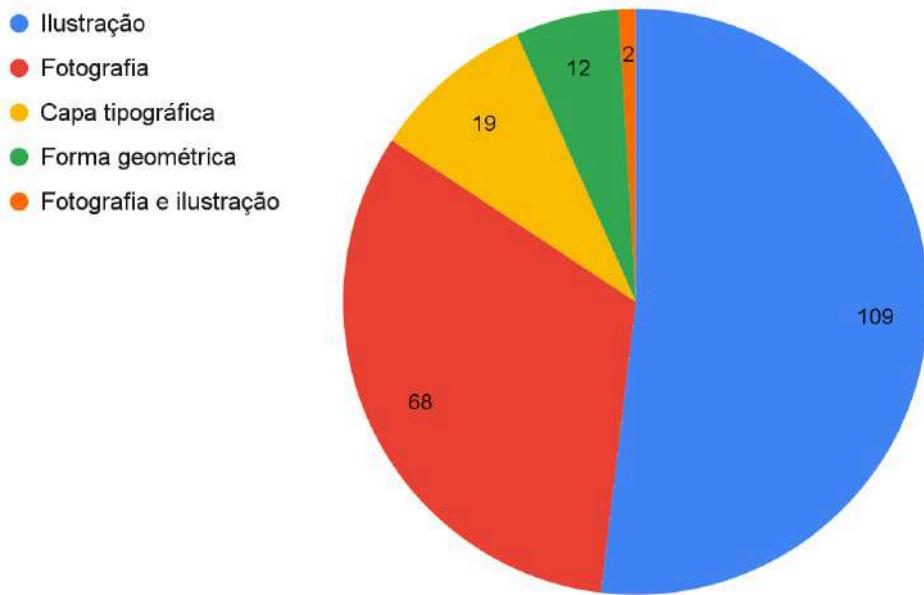


Fonte: capas 190 e 205 do anexo

## 5 ANÁLISE ICONOGRÁFICA

A presença de imagens na capa de um livro contribui para diversas funções, podendo estabelecer uma relação direta e complementar com o título, ilustrar o tema central da obra, representar uma passagem significativa do livro, incorporar conceitos, identificar a área de conhecimento abordada, retratar o autor ou criar sensações específicas. Cada imagem, ao atribuir uma função específica, torna-se uma peça fundamental no *design* da capa, envolvendo os leitores visualmente e sugerindo elementos do conteúdo antes mesmo de abrir o livro.

A análise iconográfica estuda o uso das figuras na capa. Para isso, irá examinar o uso das formas geométricas, das fotografias e das ilustrações, assim como as capas que não usam esses elementos.



Fonte: gráfico elaborado pela autora

Mais da metade das capas possuem ilustração (51,9%), seguida das capas com fotografia, que são 32,4% do total. As parcelas menores ficam com as capas que não possuem nenhum ícone além dos textos (9%), formas geométricas (5,7%) e as que unem fotografia e ilustração (1%).

### 5.1 CAPAS TIPOGRÁFICAS

As capas tipográficas não possuem imagens, colocando toda a sua força na cor, texto e tipografia. Por isso, a tipografia deles geralmente é chamativa, e o texto do título atraente, geralmente transmitindo uma mensagem de ordem ou de

afirmação sobre o leitor, mais comum entre os livros de autoajuda (capa 119 do anexo). Nesses livros, o título geralmente está em *Sans serif* e ocupando a maior parte possível das capas, com bastante destaque.

Capas tipográficas são frequentemente associadas a livros técnicos e temas sérios devido à sua capacidade de transmitir uma estética sóbria e profissional. Em temas técnicos, é essencial evitar interpretações ambíguas ou equívocos, e capas tipográficas, ao focarem nas palavras, ajudam a manter a clareza da mensagem.



Fonte: capas 26 e 38 do anexo

## 5.2 O USO DAS ILUSTRAÇÕES E FOTOGRAFIAS

As capas não tipográficas usam imagens para transmitir suas mensagens. na maioria dos casos, elas são o foco do *design*. Essas imagens podem ser representadas a partir de ilustrações ou de fotografias.

O uso de fotografia proporciona um maior realismo, o que traz mais seriedade ao livro. Por isso, é usado principalmente em livros de não ficção, como biografias e livros sobre investimento. Também é usado em livros de ficção que querem transmitir realismo em sua narrativa.



Fonte: capas 56, 32, 97 e 206 do anexo

O uso das ilustrações, por sua vez, traz um aspecto mais informal, usado amplamente na ficção, apesar de presente em outros gêneros, como autoajuda. As ilustrações possuem vários estilos, podendo ser mais detalhadas e rebuscadas em livros de literatura, e minimalistas em livros de autoajuda, recusando o papel de elemento principal da capa e funcionando como um complemento do texto. O estilo da ilustração define o tom do livro, ilustrações realistas e minimalistas passam seriedade, enquanto as ilustrações cartunescas e infantis transmitem informalidade.



Fonte: capas 20, 86, 144 e 165 do anexo

### 5.3 O USO DAS IMAGENS

As imagens, para atrair o leitor, geralmente usam símbolos que são facilmente reconhecidos pelo público.

Nas capas de livros de não ficção, há o uso do coração representando o amor (capa 182 do anexo), moedas representando dinheiro (capa 40 do anexo), cérebro representando inteligência ou psicologia (capa 86 do anexo), ampulheta representando tempo (capa 34 do anexo), lâmpada representando ideias e empreendedorismo (capa 66 do anexo), pessoas ou cabeças para livros sobre gestão de pessoas (capa 65 do anexo), rostos de perfil para crescimento pessoal (capa 19 do anexo), quebra-cabeças como símbolo do autismo (capa 137 do anexo), setas para mostrar progresso (capa 63 do anexo) e imagens religiosas famosas, como Jesus Cristo, em livros religiosos (capa 118 do anexo).

O uso de ilustrações é predominante nesses casos, e elas são majoritariamente simplificadas, adotando estilos minimalistas ou usando apenas as linhas sem preenchimento. Utilizando apenas os traços principais dos objetos que as ilustrações querem representar, a imagem é fixada mais facilmente pelo receptor.

Em livros literários também há o uso de símbolos facilmente identificáveis, como coroas para representar a realeza e coração para o amor. Diferente dos livros de não ficção, esses livros fazem uma escolha intencional de incorporar imagens mais elaboradas, não apenas por uma questão de liberdade, mas como parte de sua natureza. Essa opção reflete a busca por uma experiência de leitura mais subjetiva, onde as imagens não são meras ilustrações, mas uma extensão poética da narrativa. Ao mostrar momentos da história de maneira artística, as imagens em livros literários transcendem o caráter meramente representativo, explorando simbolismos, metáforas visuais e camadas de significado que enriquecem a experiência do leitor, convidando a uma compreensão mais profunda da obra.

O uso de ilustração é predominante nesse gênero.

Livros de aventura (capa 159 do anexo) tendem a ter capas com ilustração mais detalhada, mostrando a complexidade da aventura.

Principalmente nos livros de gênero jovem adulto, infanto juvenil e quadrinhos o protagonista é apresentado na capa (capa 202 do anexo). Assim, a capa cria uma conexão imediata entre o leitor e o protagonista, além de apresentar parte da atmosfera e enredo da história, facilitando a entrada ao universo do livro.

A presença frequente de pessoas de costas em capas de livros ilustrados e com fotografia (capas 75 e 207 do anexo) é uma escolha visual estratégica. Ao retratar pessoas de costas, a forma humana torna-se identificável com menos detalhes em comparação com a visão frontal. Essa abordagem simplificada facilita a memorização da imagem, enquanto também pode transmitir uma sensação de impessoalidade, tornando a identificação entre a imagem e o leitor mais acessível. Em essência, essa representação visual visa criar uma conexão instantânea e duradoura, aproveitando a simplicidade e a facilidade de reconhecimento associadas a figuras humanas de costas.

Outra figura amplamente usada é a figura da mulher. Aparece em livros de literatura, biografias, gestão de pessoas e educação. É usada para representar a diversidade em livros com temas relacionados, a sensualidade em romances, o amor em livros de educação, romance e família, a luta em livros de feminismo. Enquanto isso, a figura masculina aparece em livros de investimento e economia e praticando atos heróicos em livros de ficção. Expondo o sexismo nas ideias por trás do design das capas. Como foi falado no primeiro parágrafo desse item, a simbologia nas capas usa figuras facilmente identificáveis pelo público, logo, essas

escolhas nas representações mostram que a nossa sociedade vê nos homens a representação da força e inteligência, enquanto as mulheres representam cuidado, amor e sensualidade.

O uso frequente de representações de papéis em capas de livros serve a propósitos distintos em diferentes gêneros literários. Em livros de não-ficção, a presença de papéis frequentemente sugere a ideia de arquivos ou documentos, reforçando a natureza informativa e documental da obra. Por outro lado, em livros de ficção, o uso de papéis pode transmitir a sensação de algo feito à mão, adicionando um toque artesanal à obra. Essa representação visual cria uma atmosfera mais criativa e subjetiva, típica da ficção. Além disso, ao destacar partes específicas da capa, como títulos ou elementos visuais, os papéis servem como ferramentas visuais eficazes para chamar a atenção do leitor para elementos específicos, contribuindo para a identidade visual da capa.

Muitas capas apresentam elementos da natureza como flores e plantas, que podem ter diversos significados, como para mostrar uma região tropical ou usar a ideia de tropical para remeter a férias e viagens (capa 157 do anexo), as flores podem ser usadas para representar o amor, ou então o próprio estado da flor pode ser usado para mostrar a mensagem do livro, como as flores despedaçadas em *É assim que acaba*, de Colleen Hoover (capa 186 do anexo).

Livros não literários com escritores famosos ou biografias geralmente usam fotografias do autor ou da pessoa foco da biografia, de busto ou só o rosto, para que sejam facilmente identificáveis. A mensagem dessas capas dependem da postura do autor, podendo ter tom de autoridade caso as pessoas fotografadas estejam mais sérias e formais (capas 98 e 104 do anexo), ou criar vínculo afetivo, quando a pessoa fotografada apresenta um olhar empático ou uma pose mais relaxada (capas 55 e 105 do anexo)

#### **5.4 FORMAS GEOMÉTRICAS**

Na análise das formas geométricas, estão sendo analisadas tanto as formas que estão explícitas na capa, quanto as que são formadas implicitamente pelas imagens, sendo estruturas subjacentes que também podem atribuir ou reforçar sentidos. Elas podem ser usadas tanto para passar alguma emoção ou informação ao leitor, quanto para fins estéticos.

Assim como os símbolos reconhecidos facilmente pelo público tratados anteriormente, como corações, pessoas, moedas e lâmpadas, formas geométricas também são facilmente identificáveis e, consequentemente, fáceis de serem lembradas e percebidas pelo público.

Em geral, há o predomínio de duas formas, bastante distintas entre si: o retângulo/quadrado e o círculo.

#### 5.4.1 RETÂNGULO / QUADRADO

O retângulo e o quadrado são formas com todos os lados com linhas retas e ângulos retos, o que cria uma sensação de ordem e regularidade. Por isso, são formas que passam firmeza. Possuem diversos usos:

São utilizados para destacar as palavras, do resto da capa, ficando atrás delas. Isso acontece principalmente nos subtítulos, que são escritos em letras menores que o título.

Além disso, é comum o uso do retângulo para criar bordas ou molduras coloridas para o livro, o que chama a atenção, reforça a ideia de controle sobre o conteúdo e aumenta o foco do receptor para o centro do livro. Também por motivos informacionais, o retângulo ou quadrado é usado em capas com muitos elementos, para separá-los e destacá-los, mantendo a harmonia ao criar uma estrutura de ordem e hierarquia, como ocorre nos livros da série *Diário de um banana*.

O uso do retângulo também pode ser feito a partir do significado psicológico da forma, que passa estabilidade, segurança e ordem, e por isso é comum encontrá-lo em livros de negócios e autoajuda, pelo caráter imperativo da forma.



Fonte: capas 71, 72 e 143 do anexo

#### 5.4.2 CÍRCULO

O círculo, diferente do retângulo, é uma forma suave e sem pontas, o que faz passar uma imagem acolhedora. Também possui vários usos diferentes:

É muito usado em livros religiosos, ou de autoajuda com propostas mais tranquilas, em vez de frases de efeito violentas, passando acolhimento e tranquilidade.

Também é usado para representar figuras como o Sol, a Lua e a auréola, ou uma xícara de café vista de cima, elementos que passam alegria, energia, calor e paz, mas de uma forma menos agressiva. Além disso, o círculo é muito utilizado em livros de economia que possuem moedas. Por isso, são associados muitas vezes à cor amarela, uma cor simbolicamente vinculada ao dourado do ouro, e, consequentemente, à riqueza.

O círculo é uma forma que atrai a atenção, e por isso colocá-lo no centro da capa faz com que tudo pareça fluir de encontro a ele. Por essa razão, é usado esteticamente para gerar essa sensação, estando presente tanto em livros de literatura (capa 200 do anexo), e em livros sofre foco, muitas vezes atrelado à imagem de um alvo.



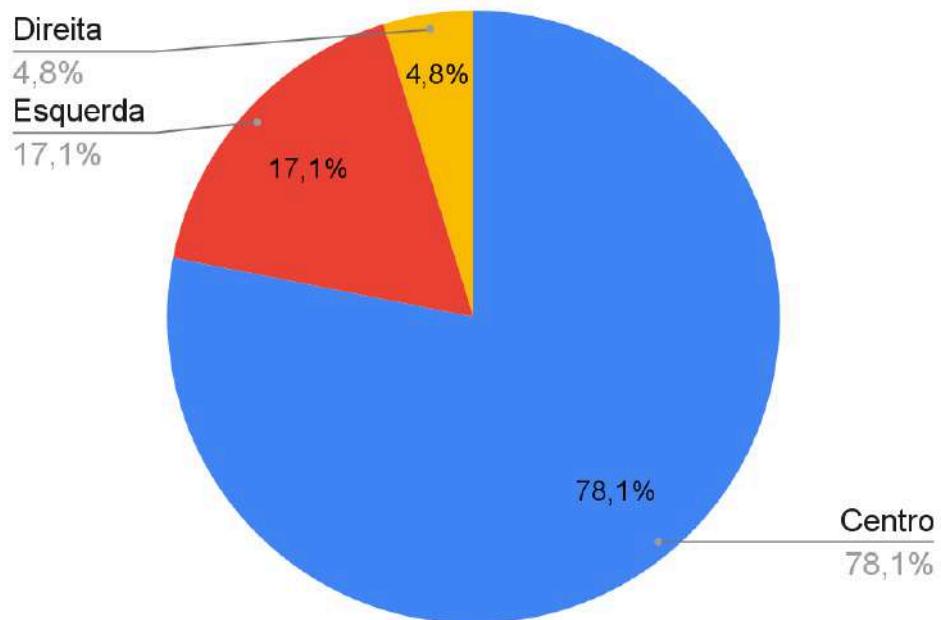
Fonte: capas 12, 13 e 47 do anexo

## 6. ANÁLISE TOPOGRÁFICA

A topografia, no contexto do design gráfico, refere-se à disposição e organização visual de elementos em uma superfície. Isso inclui a escolha e arranjo de fontes tipográficas, imagens, cores e outros elementos para criar uma composição harmoniosa e impactante.

Durante a análise topográfica, examinou-se a disposição dos itens na capa (texto e imagens), vendo a sua posição, tamanho e as técnicas de composição. A topografia é empregada para facilitar a leitura dela e favorecer a hierarquia de seus componentes.

### 6.1 ALINHAMENTO E SENTIDO DE LEITURA

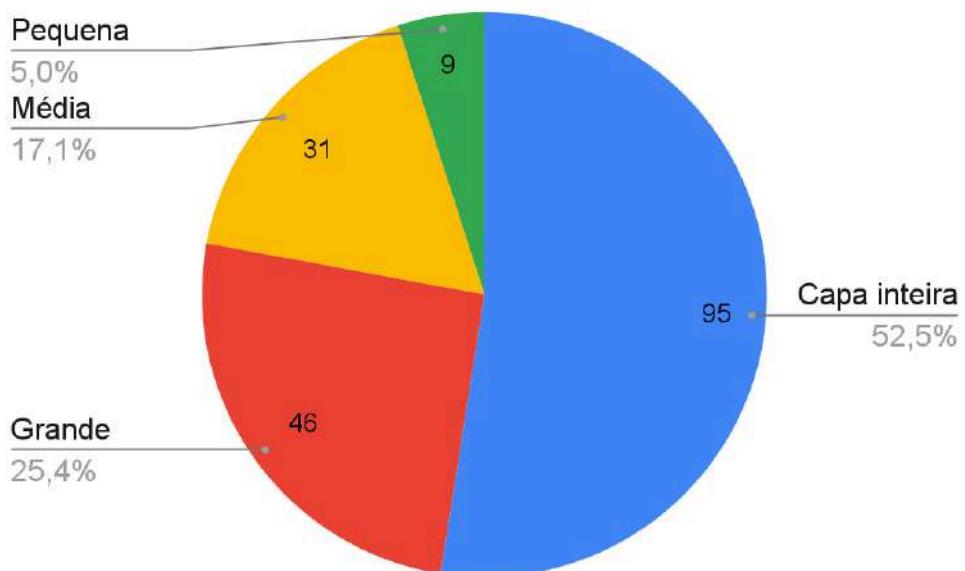


Fonte: gráfico elaborado pela autora

O alinhamento do texto e imagens mais frequente foi o centro da capa, favorecendo, junto com a hierarquia dos itens, que podem ser tanto os textos quanto imagens, o sentido de leitura que, além de esquerda a direita segue a disposição dos elementos do alto para baixo (leitura verticalizada ou da parte superior à inferior). Isso facilita a leitura da capa, visto que esse é o sentido ocidental de leitura.

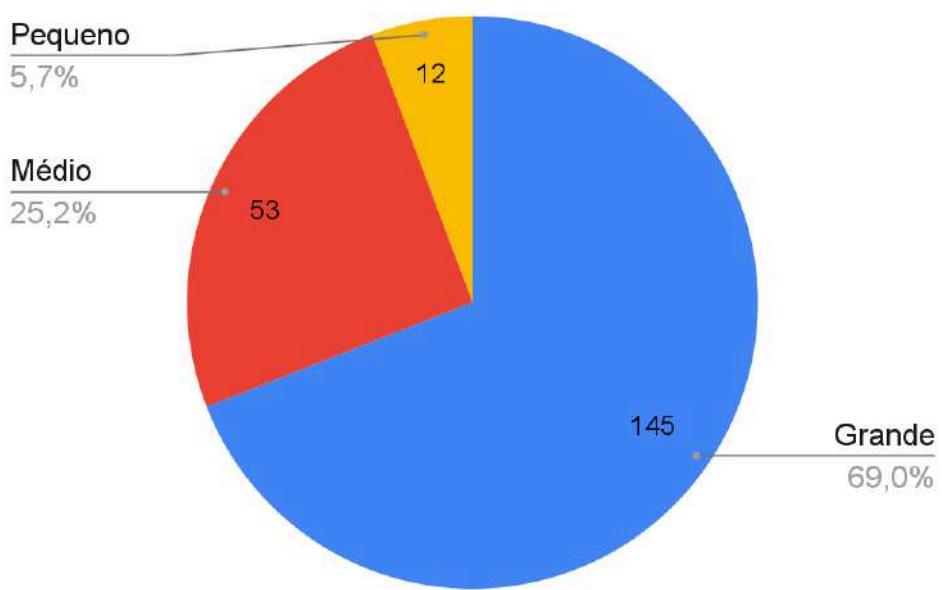
## 6.2 TAMANHO DO TEXTO E IMAGEM

Tamanho da imagem



Fonte: gráfico elaborado pela autora

Tamanho do texto



Fonte: gráfico elaborado pela autora

Para chamar a atenção dos leitores, o tamanho das imagens e textos como título e nome do autor é o maior possível. Quando o título é pequeno, é porque ele está dando destaque a imagem, e vice-versa.

Capas tipográficas normalmente possuem uma tipografia grande para destacar o conteúdo do texto.

A combinação mais comum é a imagem grande com o texto grande, o que dá destaque tanto à imagem quanto ao título do livro. Capas com texto grande e imagem pequena são empregadas em alguns livros de não ficção, onde o título é o foco principal e a imagem funciona como um complemento dele. Capas com texto pequeno possuem imagem grande, onde a imagem é o aspecto principal do *design*, e é usado em livros de literatura, dada a natureza subjetiva das capas do gênero.

### 6.3 DISPOSIÇÃO DOS ELEMENTOS NA CAPA

Para transmitir a mensagem do livro, foram utilizadas técnicas específicas na organização dos elementos da capa. Isso inclui a disposição estratégica dos itens para direcionar o olhar do leitor para os pontos cruciais da capa, assegurando harmonia e criando um design atrativo. A forma como título, autor, imagens e outros elementos são organizados influencia diretamente a primeira impressão do leitor e sua decisão de explorar o conteúdo. Serão analisadas a seguir as diversas técnicas empregadas para uma efetiva disposição do *design* na capa.

#### 6.3.1 TRIÂNGULO

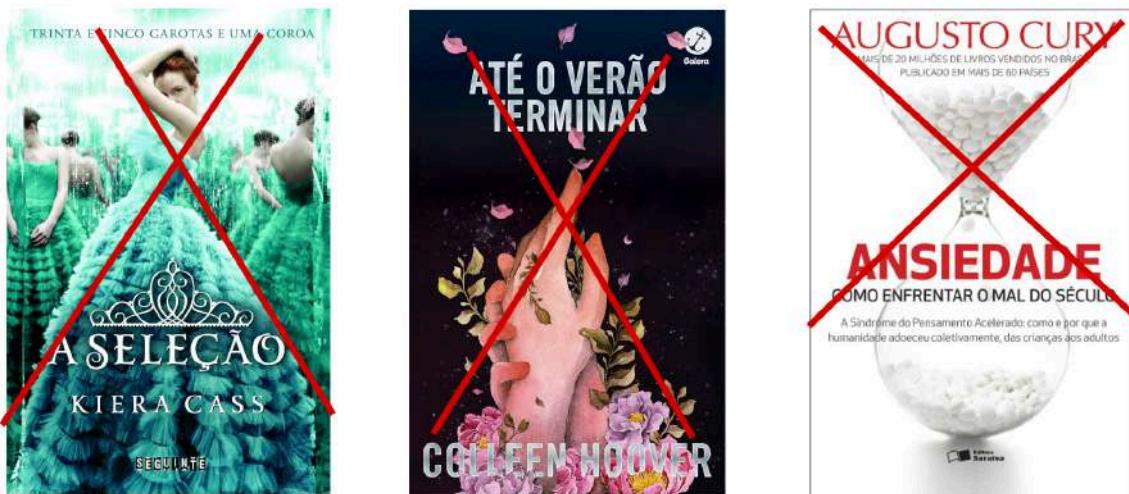


Fonte: capas 202, 99 e 6 do anexo

O triângulo foi uma composição recorrente nas capas analisadas. Nela, os itens, principalmente o título, tem uma forma triangular, que direciona o olhar da ponta dele até a base. A tipografia pode ajudar na disposição dos elementos,

organizando o texto de forma que ele possua uma aparência triangular, usando não só a posição das palavras, mas a hierarquia entre corpo e peso entre os tipos, como forma de guiar o olhar. O triângulo também é usado em imagens, principalmente as que possuem fotografias do autor, onde o formato do corpo dele formam um triângulo, ou em capas que possuem a figura do herói. Nesses dois últimos casos, essa forma carrega o sentido de hierarquia e poder, com o rosto do autor no topo.

### 6.3.2 AMPULHETA



Fonte: capas 191, 181 e 34 do anexo

Ampulheta é uma variação comum da composição triangular. Nela, dois triângulos opostos convergem, na maioria das vezes para o meio, formando a imagem de uma ampulheta. Os triângulos possuem o mesmo tamanho, ou o de baixo é maior. Quando são iguais, a área de convergência da imagem passa a ser o ponto focal da capa, que muitas vezes carrega o título. Essa organização também pode ser usada para evidenciar o formato de uma ampulheta, remetendo ao tempo. Quando o triângulo inferior é maior, a atenção é voltada para a base, mas o triângulo menor também evidencia a área superior da capa, com menos peso, criando dois pontos focais, sendo o inferior o principal. É útil para organizar elementos de forma que todos sejam favorecidos.

### 6.3.3 RADIAÇÃO



Fonte: capas 13, 174 e 111 do anexo

A radiação ocorre quando o design sai de um ponto principal, que na grande maioria dos casos é uma forma circular. É usada para atrair o olhar para o elemento principal, geralmente no centro da capa, e dá a ideia de que a capa está expandindo a partir desse elemento. Por isso, pode passar a ideia de calor ou ideais irradiando do texto ou imagem, ou a ideia de que o conteúdo está concentrado no centro, de acordo de como essa organização é apresentada, ou seja, possui efeito de ampliação ou de concentração.

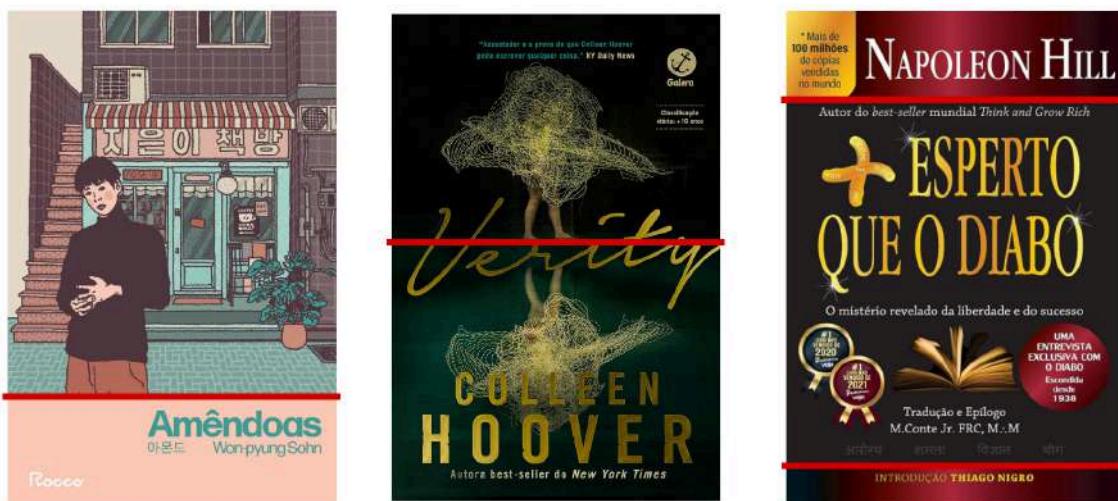
### 6.3.4 REGRA DOS TERÇOS



Fonte: capas 55, 165 e 204 do anexo

A regra dos terços acontece em capas com imagens mais complexas, o que é frequente em mangás. Nela, o foco da imagem se concentra em dois pontos de união das linhas imaginárias do terço, destacando os protagonistas das histórias. A regra dos terços também é usada em capas que apresentam figuras de horizontes, onde é tomado o cuidado para que ele esteja sempre acima ou abaixo do meio da página, deixando-as com um aspecto melhor. A regra dos terços é útil para manter a harmonia em cenas mais complexas.

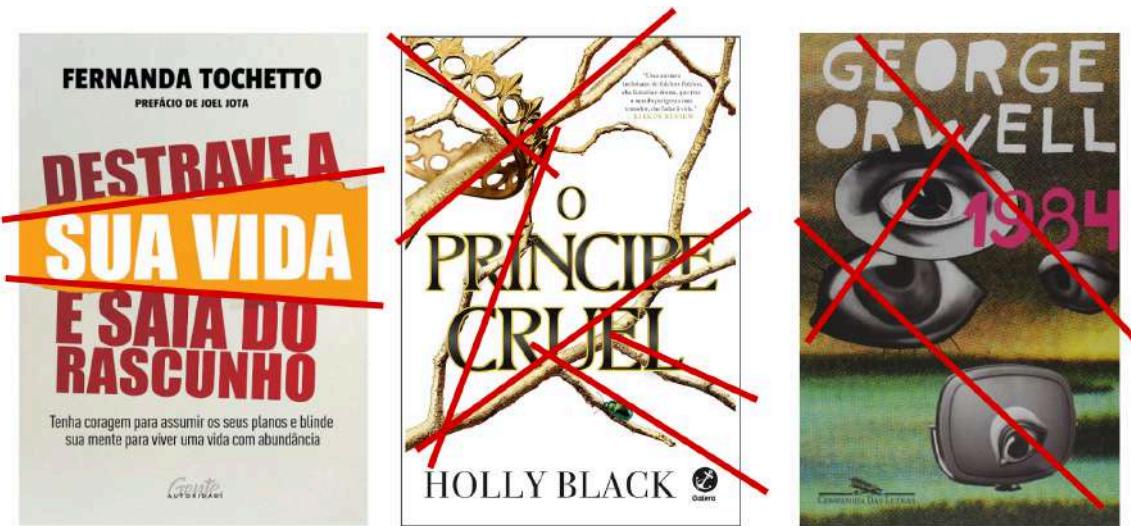
### 6.3.5 REGRA DAS METADES



Fonte: capas 183, 194 e 4 do anexo

A regra das metades é usada para separar os termos em áreas da capa, de forma mais direta. A capa é dividida verticalmente em faixas, e essa divisão é auxiliada com a presença de retângulos, que criam áreas de cores diferentes. Sua aplicação faz com que o excesso de informação textual e visual consiga ser distribuído de forma harmônica em capas complexas, e as com poucos recursos além do texto possam destacar o título dos outros elementos.

### 6.3.6 SIMETRIA E ASSIMETRIA



Fonte: capas 31, 161 e 195 do anexo

A simetria refere-se à correspondência exata de formas e posições em relação a um eixo central, resultando em uma composição equilibrada e harmoniosa, trazendo ordem e equilíbrio. A assimetria envolve a distribuição desigual de elementos na composição, criando uma estética dinâmica e não uniforme, o que pode transmitir movimento ou desconforto.

Geralmente, as capas usam a simetria entre os elementos para manter a harmonia e controle. A simetria dá uma aparência sóbria à capa, passando segurança e estabilidade. O efeito da assimetria também gera resultados interessantes a partir do desconforto causado, sendo usado em livros com temáticas como violência, distopia e maldade. A assimetria também pode ser usada para dar uma ideia da imperfeição de algo feito a mão, deixando a capa lúdica.

### 6.3.7 LINHAS DIAGONAIS



Fonte: capas 196, 63 e 23 do anexo

As linhas diagonais passam a sensação de movimento e, dependendo para onde estão guiando o olhar, possuem sentidos (literalmente) diferentes. Quando ela está guiando o olhar para baixo, transmite confronto, problemas e decadência. Se ela aponta para cima, mostra progresso e sucesso, e é presente em livros de autoajuda e finanças.

Na capa do livro Percy Jackson (capa 196 do anexo), ocorre o uso de várias linhas diagonais. Temos a linha que divide o mar da cidade (linha vermelha), que guia o olhar para baixo e mostra o confronto e decadência da situação que o protagonista se encontra. Este, se encontra de pé, formando uma linha reta para cima (linha azul), mostrando que ele se mantém firme mesmo diante da decadência. A estátua de Poseidon, que representa a origem e poder do protagonista, segura um tridente, onde cada uma de suas três pontas fazem uma linha diagonal ascendente (linhas verdes), representando assim a força do bem, contrastando com a diagonal de linha vermelha.

### 6.3.8 PADRÃO E RUPTURA DO PADRÃO



Fonte: capas 10, 15 e 36 do anexo

O uso de repetição cria padrões harmônicos, o que representa estabilidade e controle sobre o conteúdo do livro. Às vezes, essa repetição sofre uma quebra. O olhar do leitor é então atraído para ela, fazendo com que ela se destaque do padrão. Essa mudança é interpretada como um pensamento diferente, alguém que não se encaixa nesse padrão. Por isso, é utilizado em livros que promovem uma “quebra no padrão” e “ser diferente dos outros”.

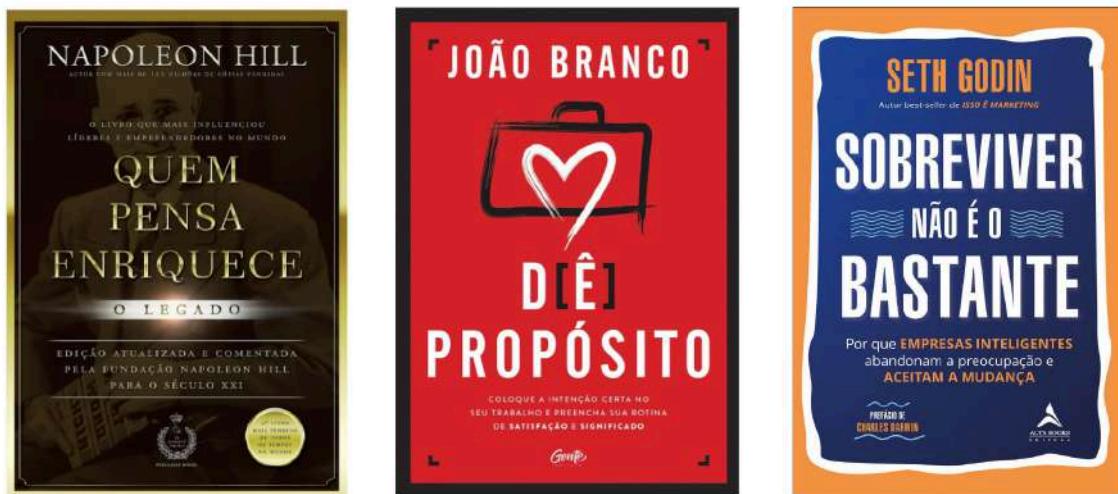
### 6.3.9 CONCENTRAÇÃO



Fonte: capas 137, 156 e 158 do anexo

A concentração é usada de duas maneiras diferentes: Pode ser usada concentrando itens em volta com uma moldura, dando destaque a área “vazia” com o título, ou pode concentrar os elementos no meio da capa e destacando os mesmos.

### 6.3.10 MOLDURA



Fonte: capas 1, 27 e 72 do anexo

As molduras intensificam a ideia de que o conteúdo está sob controle e valorizam o que está emoldurado. Muitas vezes, pode ser usada junto com o emprego da concentração, discutido no item anterior. Atribui ao conteúdo mais importância para o conteúdo, pode ser usada uma moldura na borda da capa. Ela ajuda a direcionar o foco da capa para o centro de forma mais precisa.

## 7. ENTREVISTA COM RENATA STURM - MAQUINARIA SANKTO EDITORIAL

Para ter uma visão melhor sobre o uso do *design* de capas na prática no mercado editorial, foi feita uma entrevista com Renata Sturm, sócia da Maquinaria Sankto Editorial. Ela foi escolhida por causa da importância que sua editora dá ao *design* do livro, principalmente da capa. Além disso, ela é uma profissional que trabalhou com várias editoras diferentes e teve grande atuação em reportagens sobre o mercado editorial, trabalhando até mesmo no próprio *PublishNews*. Com seu conhecimento e atuação na área, a entrevista reuniu informações valiosas sobre a influência do *design* de capa no mercado.

### Sobre a entrevistada: Renata Sturm

Renata Sturm se formou em jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero, foi editora da *PublishNews* e de revistas segmentadas do mercado editorial, abrangendo temas como Bíblias e feiras de livros, repórter na Editora Abril e responsável pela publicação de várias edições do *Guinness World Record*. Trabalhou também na Thomas Nelson e na editora HarperCollins. Atualmente, é sócia da Maquinaria Sankto Editorial.

### Sobre a Maquinaria Sankto Editorial

A Maquinaria foi fundada por Guther Faggion, marido de Renata Sturm. Ela nasceu não como editora, mas como um estúdio de *design* gráfico e marketing, trabalhando como fornecedora para editoras como Nova Fronteira, Hagnos, Mundo Cristão, HarperCollins e Ediouro Publicações, oferecendo serviços como capas, projetos gráficos, miolo e até mesmo criação de sites. Após um tempo, o estúdio transformou uma parte da empresa em editora, dando início a criação de produtos editoriais, todos feitos internamente, sem terceirização. Atualmente, a editora possui vários livros de sucesso em diversos ramos, como religioso e educação financeira.

Muitas vezes o designer pensa no *design* só como arte e, desde o começo, o Guther sempre teve essa visão de que na verdade o *design* e o *marketing* têm que funcionar para a venda, então o *design* é uma máquina (daí o nome Maquinaria) que faz a venda. Então, esse conceito sempre foi muito forte. Temos dois selos: o selo de livros seculares e o selo de produtos cristãos, evangélicos, devocionais, nos dois, a gente sempre trabalha com o

acabamento primoroso e com *design* de ponta, mas que não seja algo que afaste a venda, mas sim que a atraia.

Renata Sturm

### **Pergunta: Se julga um livro pela capa?**

Sim, o cliente compra o livro pela capa, não tenho dúvida disso, tem que julgar sim. É claro que a capa não se sustenta sozinha, deve ser o conjunto, mas a capa é o ponto de conexão de venda, disso eu não tenho dúvida nenhuma. Só uma capa, sem um bom texto, um bom conteúdo, ou uma capa que não é condizente com o conteúdo gera problemas. Se, por exemplo, tem um título na capa do livro com uma promessa, e dentro dentro do texto não conseguir cumprir essa promessa com o leitor, a pessoa pode até ter comprado, mas a experiência dela não vai ser 100%, e isso também vai afetar as vendas, porque ela lerá e fará um comentário negativo para as outras pessoas, e ainda o boca-a-boca, nem que seja o boca-a-boca de internet, é muito importante. A capa é o anzol que puxa o cliente, e o conteúdo é o que mantém ele fiel, mantém a relação.

Por muitos anos, as livrarias não especializadas em Bíblias tinham um certo preconceito em relação às Bíblias. Elas achavam que o consumidor da Bíblia não estava dentro da livraria, e foi o *design* que rompeu isso. A gente fez, com um cliente, uma experiência com uma mesa inteira com as nossas Bíblias, no Nordeste, Recife, no fundo da loja. Teve resultado, a mesa se moveu até a frente da loja e hoje ele tem uma mesa fixa de Bíblias, em uma livraria que não é especializada em produtos cristãos, porque o cliente não resiste, ele para na mesa e olha o que é, e ele descobre que é uma Bíblia, e muitas vezes ele leva para casa. Seria uma ilusão que o *design*, o título e toda a composição gráfica de um produto não seja um ponto de atração, ainda mais em um mercado tão concorrido como o nosso, em que as livrarias estão cada vez menores, com um espaço cada vez menor de exposição. Há centenas de livros todos os dias no Brasil, não existe um espaço para todo mundo, então você tem que disputar com as ferramentas que tem, uma dessas ferramentas é a capa.

**Pergunta: Há um caso de sucesso de vendas da editora relacionado à capa dos livros?**

Há alguns anos atrás, o mercado de Bíblias dizia que o consumidor de Bíblias não gostava de livro capa dura. Era um conceito que existia, ele queria de couro, acabamento primoroso, não queria capa dura, não funcionava. E aí nós tivemos a oportunidade de encapar algumas Bíblias de uma tradução chamada NVT (Nova Versão Transformadora), e foi daí que nasceu esse conceito de capa criativa, fomos nós que criamos. Hoje, todas as grandes produtoras de Bíblia no Brasil fazem capas criativas, mas foi um modelo de negócio que o Guther criou aqui dentro da Sankto.

(Em seguida, Renata apresentou os livros *Cartas e Apocalipse*. São o mesmo modelo e conteúdo, porém as capas e cores são diferentes).



Fonte: <https://www.sankto.com.br/bc/cartas-apocalipse>

O modelo é o mesmo, mas a gente faz quatro capas diferentes, então o cliente pode escolher qual que é a sua favorita, o conteúdo é o mesmo, e, na loja, em vez do livreiro expor um produto, ele expõe quatro, então é o *marketing* trabalhando com o *design* e o comercial. A capa vira uma estratégia de venda.

Já fizemos 15 *designs* de Bíblia para a Penguin Random House, um dos maiores grupos editoriais do mundo. Todo o projeto gráfico com duas opções de capa com o mesmo miolo.

A Bíblia já formou muitos leitores no mundo, e isso foi uma diferença entre o movimento católico de leitura e dos evangélicos, dos protestantes, porque os católicos não tinham acesso à Bíblia e ela não estava em sua língua, então o Gutemberg popularizou a Bíblia e a leitura dela. E é por isso que geralmente no protestantismo existe o maior consumo e liberdade para trabalhar a Bíblia. Dentro da Igreja Católica, por muitos anos, seria impensável você ter uma Bíblia como essa, seria um modelo muito mais tradicional. Mas hoje os padres, principalmente os padres que são de uma certa linha, como o padre Marcelo, padre Fábio, que são mais pentecostais, gostam da Bíblia NVT, que não é a versão católica tradicional. Com isso, você vê como o mercado mudou muito nos últimos anos. No nosso acervo, devemos ter cerca de 400 *designs* de capas de Bíblia, trabalhamos com oito traduções diferentes de Bíblia, e cada uma tem suas opções de capas.

**Pergunta: Como a Amazon e as livrarias que vendem todos os livros encapados com shrink<sup>1</sup> impactam na relevância do design da capa?**

Olha que interessante, vou usar a Amazon como experiência: hoje fica entre 50 e 55%, sempre nessa margem, esse é um número atual, de vendas de livros físicos no Brasil, metade é livraria física, metade é *marketplace* (lojas online). O mercado está dividido entre o cliente que compra em loja e o que compra na Amazon. Algumas pessoas falam que é guerra de preço, mas nem sempre. As vezes é uma facilidade porque infelizmente ainda não temos muitas livrarias no Brasil, então as pessoas não conseguem comprar nelas por não terem uma livraria na sua cidade. Se você for entrar em um link de livro nosso, da Amazon, observe quantos elementos de venda envolvendo a capa são necessários para fazermos o convencimento desse cliente na loja: a *thumb*<sup>2</sup> (A primeira capa<sup>3</sup>), depois a capa em realidade aumentada, *mockup*<sup>4</sup>, quarta capa e um vídeo para mostrar o livro por dentro, uma novidade da Amazon no Brasil. Se você segue pela página do produto, tem, além da sinopse, toda uma identidade visual que acompanha a capa, com

---

<sup>1</sup> Shrink: Plástico que protege e envolve os livros.

<sup>2</sup> Thumb: Miniatura da imagem, utilizada para representar visualmente um conteúdo maior

<sup>3</sup> A primeira capa refere-se a capa frontal do livro, a que está sendo analisada neste trabalho

<sup>4</sup> Simulação tridimensional do produto, neste contexto, do livro, apresentada em forma de protótipo.

elementos sobre os autores, sobre o miolo, para dar a sensação para o cliente de que ele está folheando esse livro. Toda essa identidade visual começa pela capa. Então se você tem uma capa com *design* de qualidade, criar a partir disso a campanha fica muito mais fácil. Então, quando criamos uma capa aqui, não criamos só um *design* que seja bonito, mas um *design* que possa se desenvolver em vários elementos da campanha, e uma capa ruim pode dificultar a campanha de *marketing*.

**Pergunta: Então o marketing faz sua estratégia a partir da capa?**

Sim, dizemos que o livro nasce quando o manuscrito está pronto e quando a capa está definida, não vive sem o outro. O nascimento do produto para o mercado começa com a capa, eu posso estar com o manuscrito completo do autor, com texto aprovado e todo editado, mas se não tenho a capa eu não cadastro esse produto para a venda, eu não consigo fazer essa pré-venda. Mas com a capa eu consigo fazer uma pré-venda de 90 dias, o livro ainda nem está pronto, mas ele está lá, em pré-venda, a pessoa pode encomendar e quando chegar da gráfica ela recebe em casa. Sem a capa ele não nasce, eu preciso esperar que ela esteja definida para isso.

**Pergunta: Algum público-alvo valoriza mais a capa que o outro?**

Existem elementos diferentes para cada público. O livro de não ficção, geralmente, o título deve ter uma promessa: como você vai investir em imóveis e ganhar dinheiro, como que as redes sociais podem ser um negócio, como que você pode cuidar da sua educação financeira e deixar de ser pobre. Agora, com ficção, deve ter um título instigante, e uma imagem que possa conversar com o conteúdo. Aqui nós temos um romance espírita (*Tempo de aprender, tempo de perdoar*) que a imagem dá a sensação de passagem para outro mundo, e um título provocador. Com o Paulo Stuck, que é um romance histórico, o título *Um de Nós Foi Feliz*, que chama atenção, e a imagem é uma das cenas emblemáticas da história. Com *A Ilha e o Espelho*, alta literatura, e esse cliente gosta de capas que possuem obras de arte, aqueles eram romances comerciais, esse é literatura, então para a capa a gente encomendou de um pintor um quadro especialmente para o livro.

A capa é instigante para todo mundo, só não compra pela capa geralmente quem é fã do autor, mas muitas vezes, a editora cria uma identidade visual para o

autor, o que chama atenção desse fã. A capa é um fator de comunicação com o cliente e fala com qualquer público.

**Pergunta: A editora leva em consideração os fatores econômicos e ambientais para a escolha do material da capa?**

O papel é um insumo muito caro e o preço dele subiu muito depois do *covid*, houve meses que o preço do papel subiu 25%. Do ponto de vista ambiental, a editora tem pouca relevância nisso, mas eu vejo que a questão da digital dos processos economizou muito papel, agora as provas não são mais impressas, quantos manuscritos que antes eram lidos apenas uma vez e iam para o lixo. Hoje ninguém mais avalia manuscrito no papel, é tudo digital. Então o consumo de papel interno da editora diminuiu drasticamente nos últimos anos.

Uma árvore custa muito para a gente publicar porcaria. Tudo que fomos colocar no papel, que seja o melhor, que tenha saída para o público, que façamos o maior aproveitamento disso, que o livro chegue na mão das pessoas certas, ou seja, evitar o desperdício de publicar uma coisa muito ruim ou de péssima qualidade. Se a gente vai cortar uma árvore, que seja para fazer o melhor livro possível.

**Pergunta: como funciona o processo criativo para fazer as capas? Em que elemento a editora dá prioridade?**

O editorial *brifa*<sup>5</sup> os *designers*. Nele, vai falar qual que é o título, o público, como que é o autor, o conteúdo, quais os ganchos de venda. Fazemos uma reunião que traça todos esses elementos, às vezes até vemos referências do mercado, mas evitamos. Então damos toda a liberdade para o *designer* trabalhar. Indicamos o caminho, mas a realização está na mão da equipe de criação, o editor não interfere. Quando o designer termina, o editor tem espaço para argumentar, existe um trabalho colaborativo a partir de um primeiro *layout* e depois a gente envia para o autor para aprovação.

---

<sup>5</sup> Brifar é uma palavra derivada de *briefing*, que é um documento ou reunião onde são detalhadas as informações necessárias para a execução de um projeto.

**Pergunta: Há alguma mudança significativa do comportamento do consumidor nesses últimos anos?**

Nos últimos anos houve uma mudança de um cliente que tem grande interesse em projetos gráficos complexos. É um tipo de cliente que não está tão preocupado com o preço, ele quer ter um livro que proporcione uma experiência. E o mercado de livros se abriu para livros que podem até ter a versão brochura, mas que tem a versão memorabilia, capa dura, com enfeite, um monte de acabamentos editoriais, que o cliente está disposto a pagar o dobro por isso. Esse mercado de livros luxuosos, memorabilia, de experiência tátil, cresceu muito nos últimos anos, e para todas as categorias, desde livros para nerds, geeks, (que cresceu bastante) a livros clássicos ganharam essa roupagem. A pessoa pode até já ter lido a brochura, mas ela quer ter a versão do C. S. Lewis, da Agatha Christie em capa dura.

## 8. CONCLUSÃO: TENDÊNCIAS NO DESIGN DE CADA GÊNERO

Como foi possível observar, todas as escolhas de *design* para as capas dos livros mais vendidos seguem convenções e técnicas de *design*, para assim transmitir a mensagem do livro da melhor forma possível. Ou seja, uma boa capa e o sucesso do livro andam lado a lado.

A partir dessa pesquisa, são constatadas técnicas que se repetem em determinados gêneros, conseguindo, assim, separar as tendências do *design* de cada tipo de livro.

### 8.1 AUTOAJUDA

O objetivo dessas capas é fazer o leitor sentir vontade de mudar. O uso das cores, o tom do título, tudo vai de encontro a tirá-lo da passividade. Essas capas precisam despertar o desconforto do leitor com a situação atual, o fazer perceber que pode alcançar muito mais do que já tem. Não obstante, são capas que mostram propriedade no assunto tratado e autoridade. Elas mostram que os livros são confiáveis, o leitor pode acreditar no que o autor escreve. Elas demonstram que o livro tem a sabedoria necessária para o leitor tomar atitude e mudar seus hábitos.

Para isso, as capas de autoajuda possuem frases imperativas ou com promessas no título, que explicam diretamente o assunto do livro.

Quando possuem cores quentes, promovem ação do leitor para mudar de vida e tomar atitude. Quando são tons frios, passam a ideia de sabedoria e tranquilidade, fomentando a introspecção e reflexão. Quando está em preto e branco, deixa todo o apelo do livro para o título.

O título é a mensagem mais importante da capa, e por isso na maioria dos casos está em letras grandes e grossas, em *sans serif*.

Apesar de muitas capas desse tema serem tipográficas, visto a importância do título, elas podem possuir imagens, que são, na maioria dos casos, ilustrações minimalistas, e representam na maioria das vezes lâmpadas e pessoas. Quando é usada a fotografia, o rosto do autor é representado.

### 8.2 NEGÓCIOS

As capas de livros de negócio devem apresentar o livro como um tomo confiável, que é capaz de fazer o leitor prosperar financeiramente. Assim como as capas de autoajuda, o título e uso de cores promovem a atitude do leitor. Além do

título, essas capas também usam imagens relacionadas à riqueza para atrair o leitor, assim como na escolha das cores. São empregados também o próprio rosto do autor em alguns casos, como autoridade e exemplo de sucesso. Elas precisam provar que o livro possui o conhecimento necessário para que o seu leitor enriqueça.

Os livros de negócio, assim como os de autoajuda, possuem títulos que mostram explicitamente o assunto do livro. Por isso, assim como os de autoajuda, possuem muitas capas em *sans serif*. Mas também aparecem as fontes serifadas, que transmitem sofisticação e luxo. Aliado a elas, também ocorre o uso de dourado, que remete a ouro, dinheiro e riqueza. As imagens mais frequentes são moedas, notas de dinheiro e setas diagonais que apontam crescimento.

### **8.3 LITERATURA**

Essas capas convidam o leitor a participar de uma viagem por um mundo novo, com personagens e tramas envolventes. Pode ser um drama, um romance, uma aventura, o que o autor quiser. Assim como fotos em um folheto de viagens, elas precisam mostrar que essa viagem vale a pena ser vivida. O título não é mais uma promessa de uma mudança para o leitor, mas uma explicação dessa viagem, que pode tanto ser direto ao ponto, falando o nome dos personagens e a proposta principal do livro, quanto subjetivos. A capa pode mostrar os personagens, a ambientação da história, alguma passagem dela ou o sentimento que a história transmite. Ela é o chamariz para que o leitor queira abrir o livro e descobrir o desenrolar dessa proposta.

Nos livros de literatura, o título é menos explícito, porém ainda assim atraente. Há uma paleta de cores extensa, e imagens mais chamativas e elaboradas, com predominância de vários estilos de ilustração.

Há menos seriedade e o título pode possuir vários estilos de tipografia, sendo escolhida a mais coerente com a história. Possuem mais técnicas de acabamento gráfico que os livros que não são de literatura.

### **8.4 RELIGIÃO E ESPIRITUALIDADE**

As capas transmitem a paz, a gratidão, o conhecimento, o amor das divindades sobre nós, a devoção, o desconhecido. Nos mostram a importância da religião e da harmonia. São capas que além de mostrar o conhecimento e aproximar o divino do leitor, também se mostram como fonte de acolhimento. São suaves,

geralmente sem toda aquela agressividade e imprecação das capas de autoajuda. São um refúgio, que atrai os leitores, os lembram de sua importância, da força do divino, onde eles podem se sentir protegidos.

Os livros religiosos possuem abordagem mais neutra. A maioria é cristã e possui imagens de Jesus Cristo ou do padre que escreveu o livro. O título na maioria dos casos não é chamativo e passa tranquilidade. O uso de cores quentes é feito para demonstrar o acolhimento de Jesus, e o azul representa a sabedoria. Ocorre também o uso de cores neutras. Ocorre bastante o uso da composição radial, fazendo a capa fluir a partir de Jesus Cristo ou do padre.

## **8.5 BIOGRAFIA**

As capas dos livros de biografia precisam criar de imediato uma empatia entre a pessoa biografada e o leitor, para que ele tenha interesse por sua história. Isso é feito tanto com o título, que possui ou o nome da pessoa biografada ou uma frase tocante, quanto com a imagem, que apresenta essa pessoa ao leitor.

Os livros de biografia possuem o rosto da pessoa a qual ela é dedicada em foco. Na maioria dos casos, são histórias de superação, e, para expor a dramaticidade da obra, as fotografias são em preto e branco. O título tem menos impacto na capa, e geralmente o nome do autor (na maioria do caso são autobiografias) é mais importante.

## **8.6 MANGÁ, QUADRINHOS E INFANTO JUVENIL**

Também são livros de literatura, então possuem as mesmas funções dos livros de literatura, tratados no item 8.3. Porém, esses livros são mais explícitos na hora de representar visualmente o conteúdo do livro. A trama da história é mais explícita nas imagens, mostrando passagens da história e personagens em situações mais ativas, como em cenas de batalha.

Os mangás, quadrinhos e livros infanto juvenis tendem a ter capas mais chamativas, com cores vibrantes e ilustrações do personagem principal em evidência. O uso de fontes decorativas também é mais comum.

## 9. REFERÊNCIAS

ADOBE. **Noções básicas sobre composição fotográfica.** Disponível em: <https://www.adobe.com/pt/creativecloud/photography/discover/photo-composition.html#:~:text=O%20que%20é%20composição%20fotográfica,parecer%20fácil%2C%20mas%20não%20é..> Acesso em: 20 ago. 2023.

AMAZON. **Crie de manhã, administre à tarde: Os segredos empresariais por trás do gênio. Mauricio de Souza.** Capa comum – 15 nov. 2023. Disponível em: [https://www.amazon.com.br/Crie-manhã-administre-tarde-empresariais/dp/8594484119/ref=sr\\_1\\_1?\\_\\_mk\\_pt\\_BR=ÁMÃŽÕÑ&qid=2HNVN3U6CZWK1&keywords=livro+mauricio+de+souza&qid=1703185791&s=books&sprefix=livro+mauricio+de+souz%2Cstripbooks%2C266&sr=1-1](https://www.amazon.com.br/Crie-manhã-administre-tarde-empresariais/dp/8594484119/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=ÁMÃŽÕÑ&qid=2HNVN3U6CZWK1&keywords=livro+mauricio+de+souza&qid=1703185791&s=books&sprefix=livro+mauricio+de+souz%2Cstripbooks%2C266&sr=1-1). Acesso em: 30 nov. 2023.

AMAZON. **Loja de Livros.** Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Livros/b?ie=UTF8&node=6740748011>. Acesso em: 20 ago. 2023.

AUTISM, Jade. **Símbolos do autismo.** Jade Autism, [s.d.]. Disponível em: <https://www.jadeautism.com/simbolos-do-autismo-e-seus-significados#:~:text=A%20cor%20azul%20%C3%A9%20considerada,da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20o%20grupo%20masculino..> Acesso em: 24 jan. 2024.

DANTAS, Guilherme. **Círculo Cromático: o que é e como usar em seus projetos?** Designerd, 7 jan. 2022. Disponível em: <<https://www.designerd.com.br/circulo-cromatico/>>. Acesso em: 23 jan. 2024.

DESIGNER DE QUALIDADE. **Psicologia das formas de maneira descomplicada.** Disponível em: <https://designerdequalidade.com/artigos/psicologia-das-formas-de-maneira-descomplicada/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

EXPOPRINT. **Acabamento Gráfico.** Disponível em: <https://quatrocot.com.br/blog/acabamento-grafico-escolher-melhor/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

FARIAS, Priscila Lena. **Estudos sobre tipografia.** Tese de Livre Docência. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, julho de 2016.

GOETHE, Johann Wolfgang von. **Doutrina das Cores.** Tradução de Marco Giannotti. Nova Alexandria, 2013.

GUIMARÃES, Luciano. **A Cor Como Informação - A Construção Biofísica Da Linguística.** Annablume, 2018.

HASLAM, Andrew. **O Livro e o Designer II: Como Criar e Produzir Livros.** Rosari, 2007.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: Guia para designers, escritores, editores e estudantes.** Edição de 2021. Olhares, 2021.

MAQUINARIA EDITORIAL. Disponível em: <https://mqnr.com.br>. Acesso em: 30 nov. 2023.

MARTINS FILHO, Plínio. **Manual de Editoração e Estilo.** São Paulo: Edusp; Campinas: Editora Unicamp; Belo Horizonte: Editora UFMG, 2016.

MISTRAL WEB MARKETING. **Você nunca terá uma segunda chance de causar uma primeira boa impressão. - Aaron Burns Designer Gráfico.** Disponível em: <http://mistralsg.com.br/precisa-de-um-site/fica-ligado/voce-nunca-tera-uma-segunda-chance-de-causar-uma-primeira-boa-impressao.----aaron-burns-designer-grafico>. Acesso em: 20 ago. 2023.

MOURA, Felipe. **Psicologia das formas.** 2019. Disponível em: <https://www.avmakers.com.br/blog/psicologia-das-formas>. Acesso em: 20 ago. 2023.

PUBLISHNEWS. **Ranking dos Mais Vendidos.** Disponível em:  
<https://www.publishnews.com.br/ranking>. Acesso em: 20 ago. 2023.

QUATROCOR GRÁFICA E EDITORA. **Acabamento Gráfico: como escolher o melhor para você?** Disponível em:  
<https://quatrocор.com.br/blog/acabamento-grafico-escolher-melhor/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

ROUSSEAU, René L. **Linguagem das Cores.** Pensamento, 1993.

SANKTO EDITORIAL. **Cartas e Apocalipse.** Disponível em:  
<https://www.sankto.com.br/bc/cartas-apocalipse>. Acesso em: 30 nov. 2023.

SANTTOS, Leonardo. **O Significado das Formas e Sua Influência no Design.** Disponível

SANKTO EDITORIAL. Disponível em: <https://www.sankto.com.br>. Acesso em: 30 nov. 2023.

SILVEIRA, Luciana Martha. **Introdução à teoria da cor.** Curitiba: UTFPR, 2015. em:  
<https://www.leonardosanttos.com/o-significado-das-formas-e-sua-influencia-no-design/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

STURM, Renata. Instagram: [@renata.sturm](https://www.instagram.com/renata.sturm). Disponível em:  
<https://www.instagram.com/renata.sturm/>. Acesso em: 30 nov. 2023.

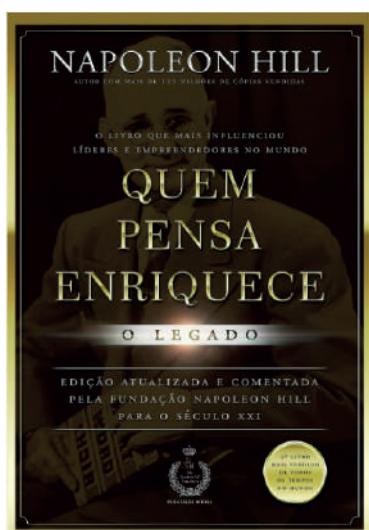
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC). **Princípios de Composição no Design Gráfico (síntese).** Curso de Design Gráfico, Disciplina Produção Gráfica 2: Princípios de Composição no Design Gráfico (síntese). Disponível em:  
<http://www.carlosrighi.com.br/177/Produção%20Gráfica%2020101/01%20Princípios%20de%20Composição%20no%20Design%20Gráfico%20-%20síntese.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2023.

VIERO, Eduardo. **Principais Regras de Composição na Fotografia.** Disponível em: <https://www.eduardo-monica.com/new-blog/regras-composicao-fotografica>. Acesso em: 20 ago. 2023.

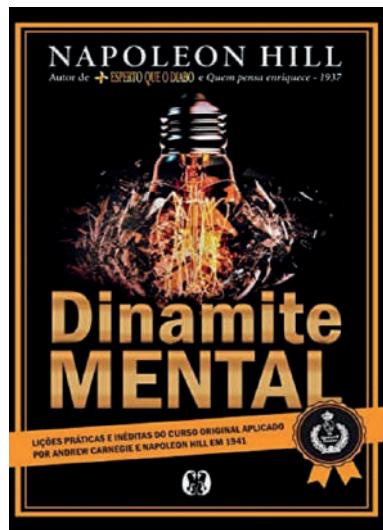
WHITE, Jan. **Edição e Design.** JSN, 2006.

## ANEXO: CAPAS ANALISADAS

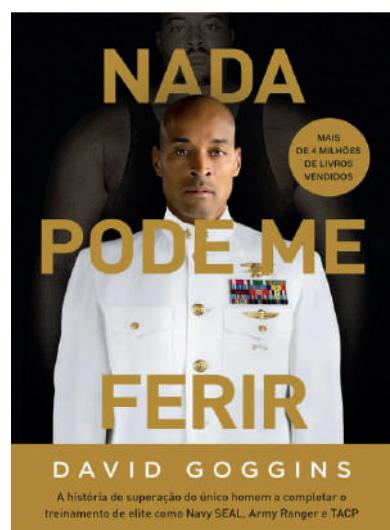
1



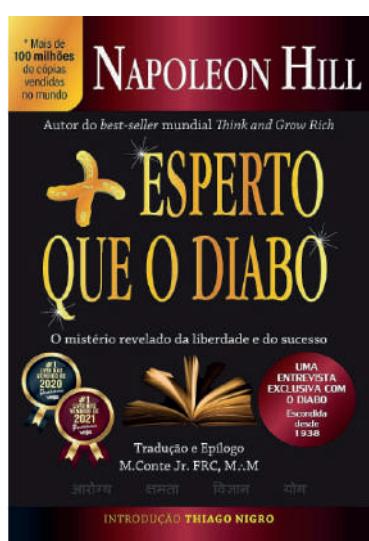
2



3



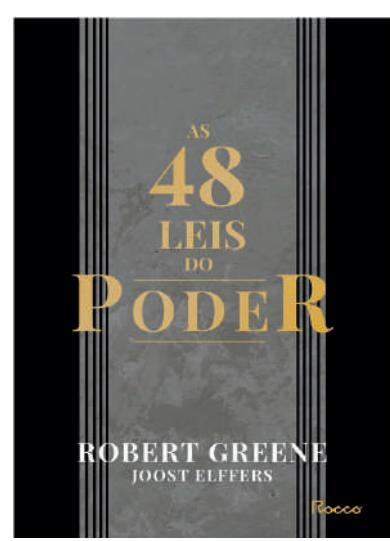
4



5



6



7



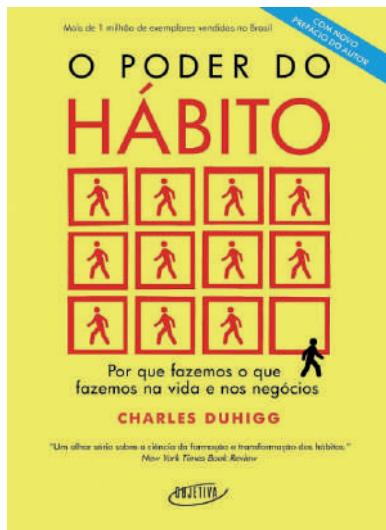
8



9



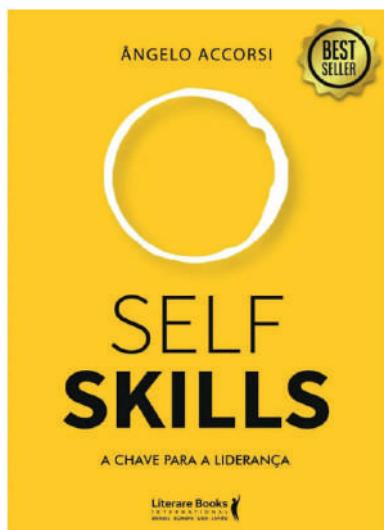
10



11



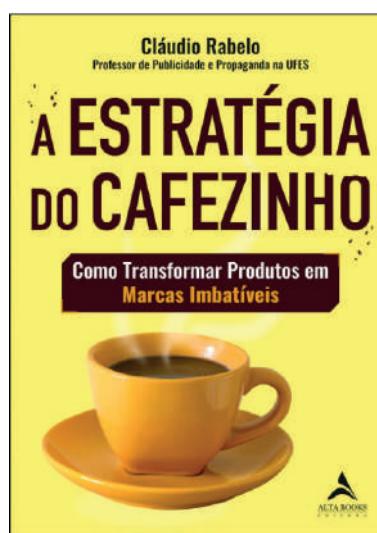
12



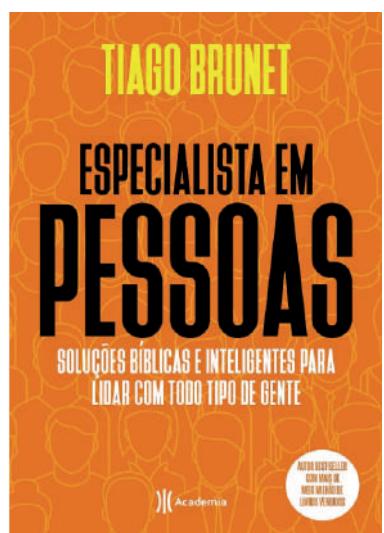
13



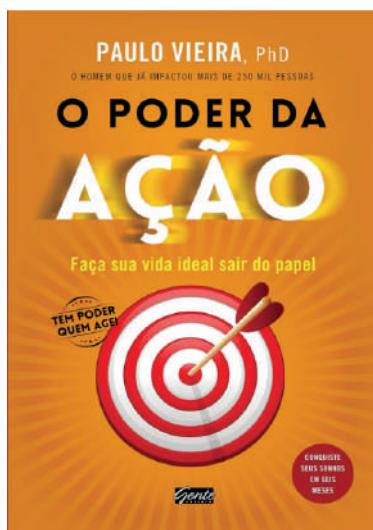
14



15



16



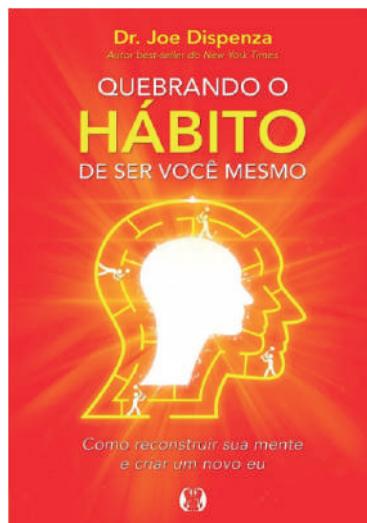
17



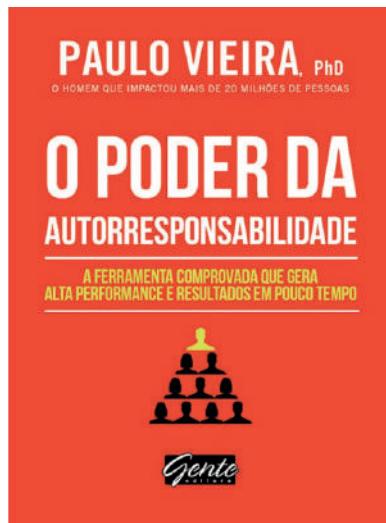
18



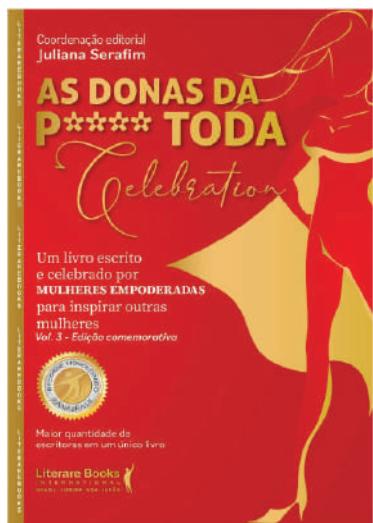
19



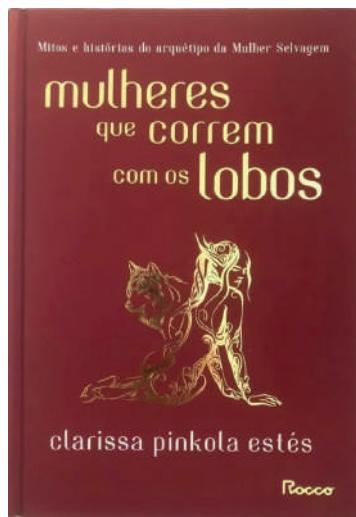
20



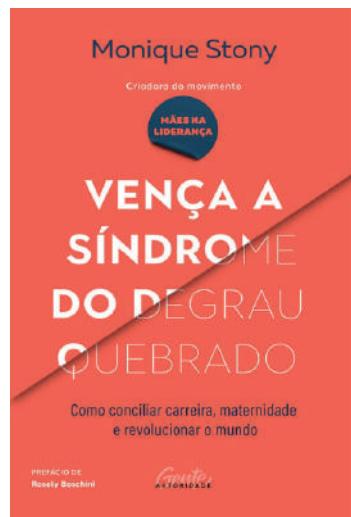
21



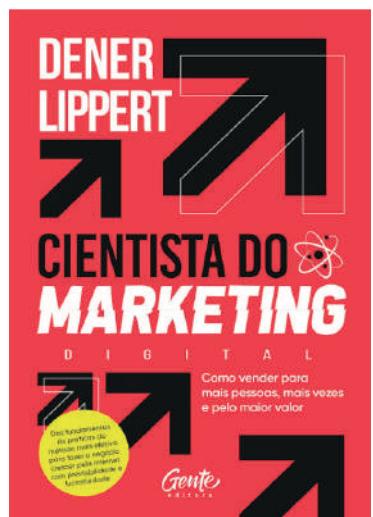
22



23



24



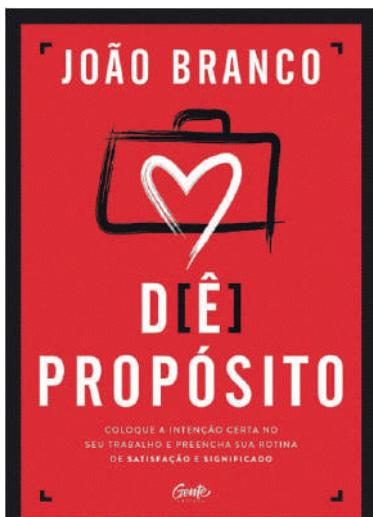
25



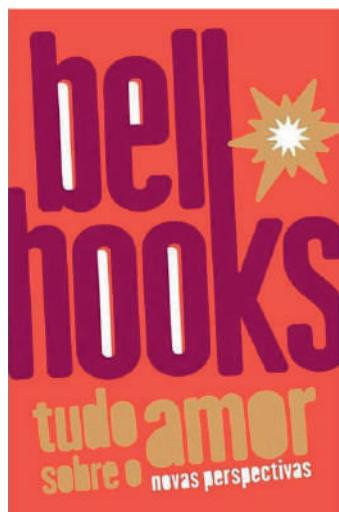
26



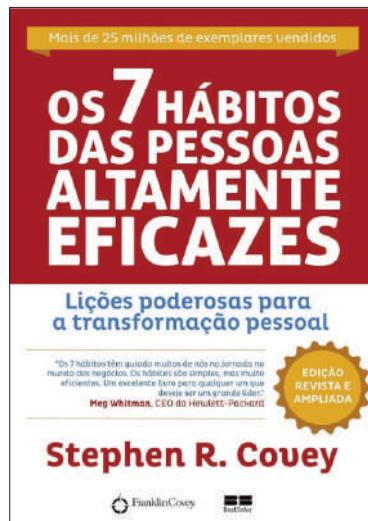
27



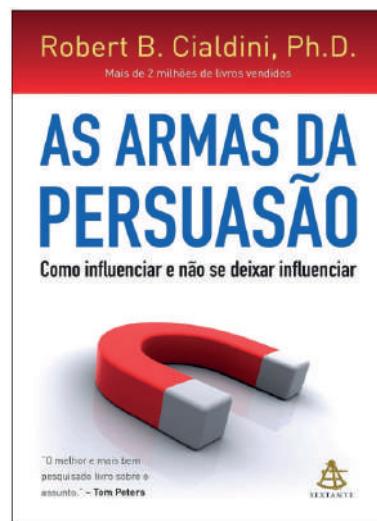
28



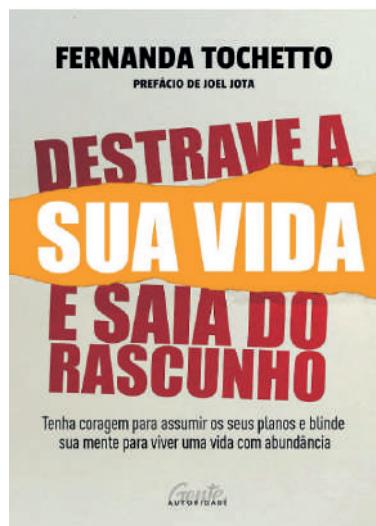
29



30



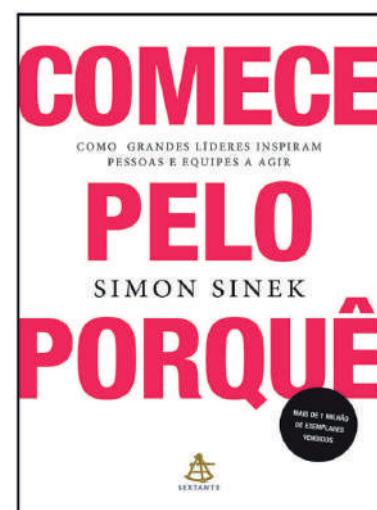
31



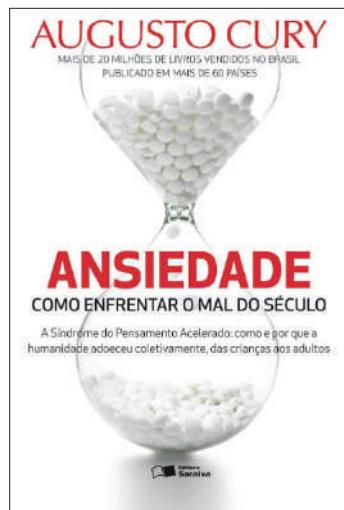
32



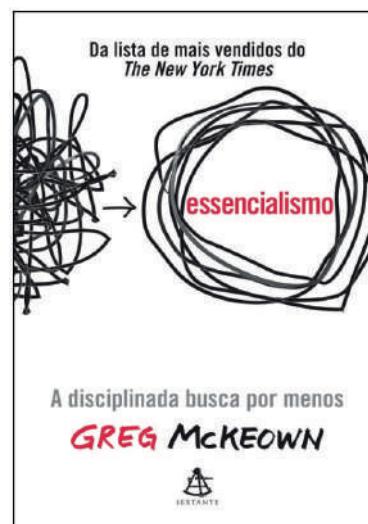
33



34



35



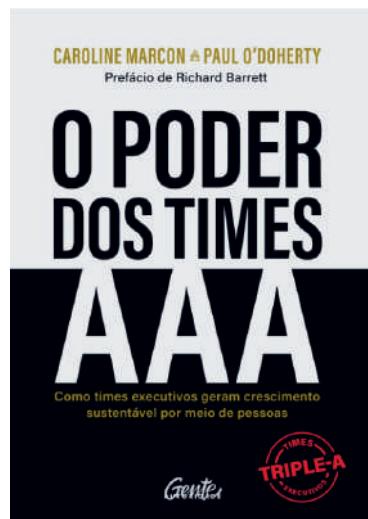
36



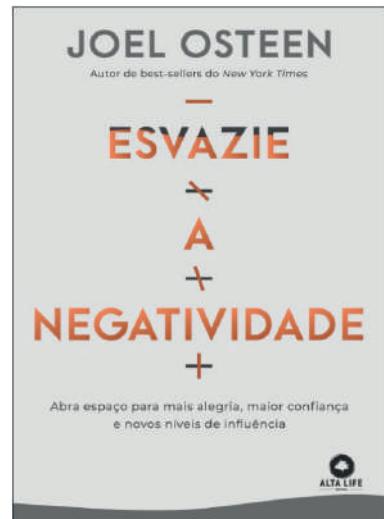
37



38



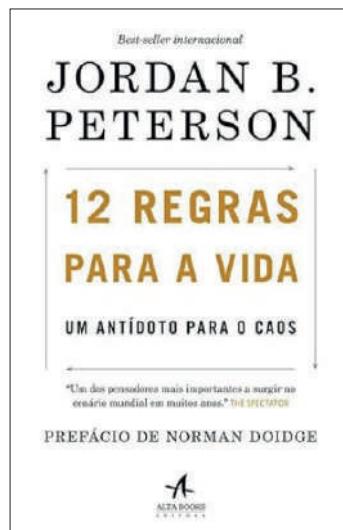
39



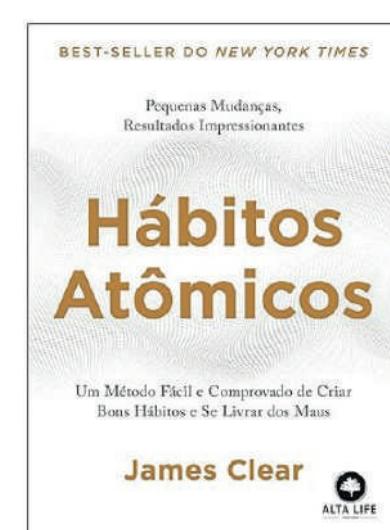
40



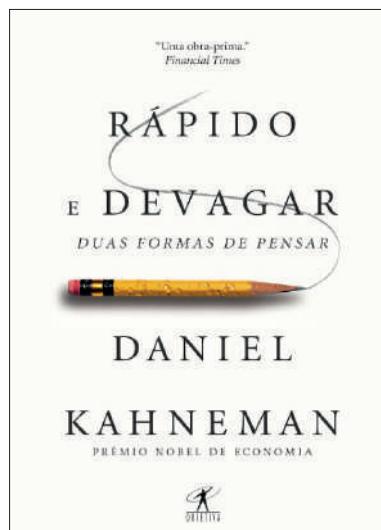
41



42



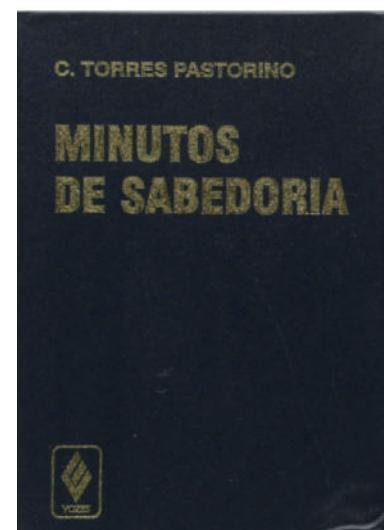
43



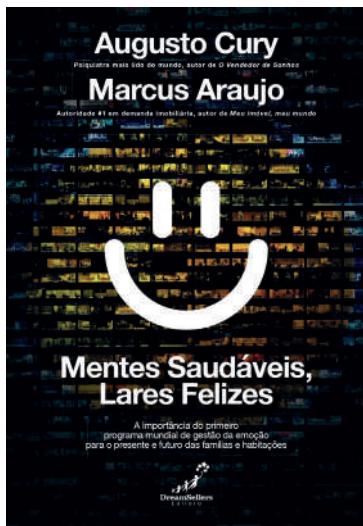
44



45



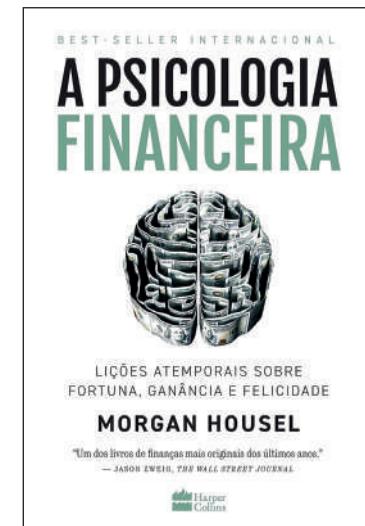
46



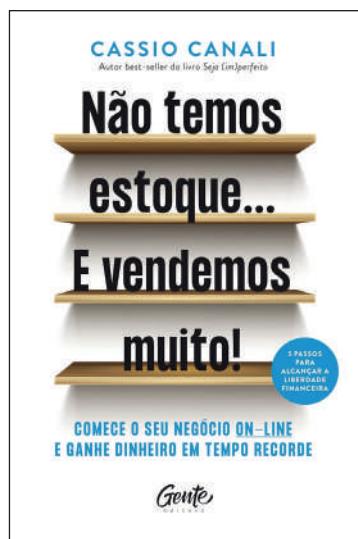
47



48



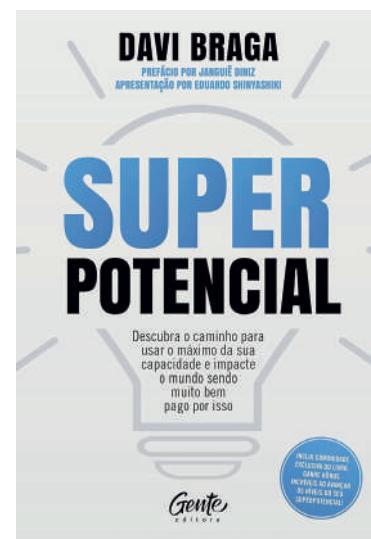
49



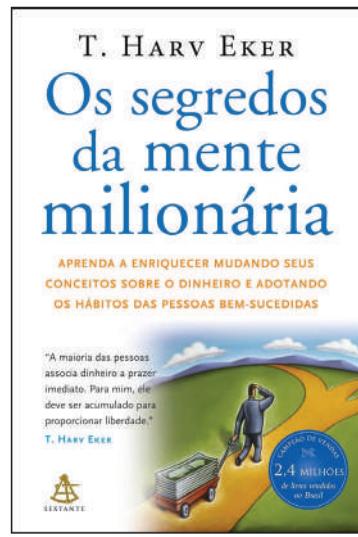
50



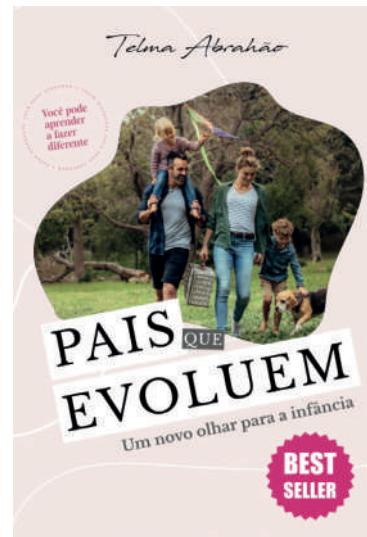
51



52



53



54



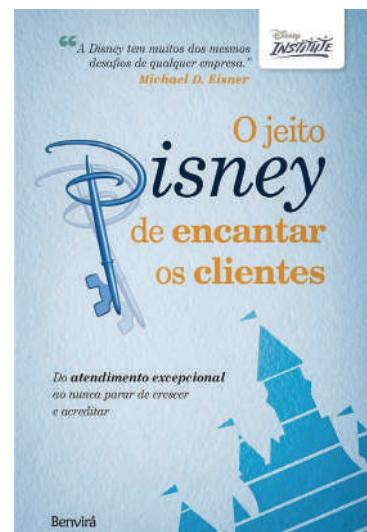
55



56



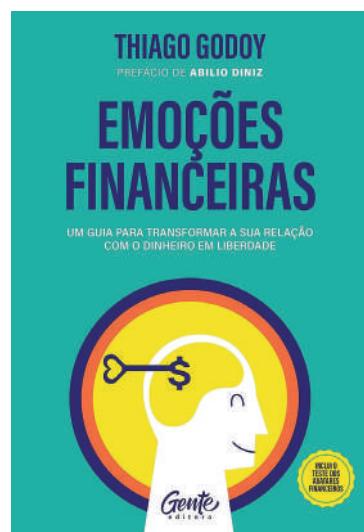
57



58



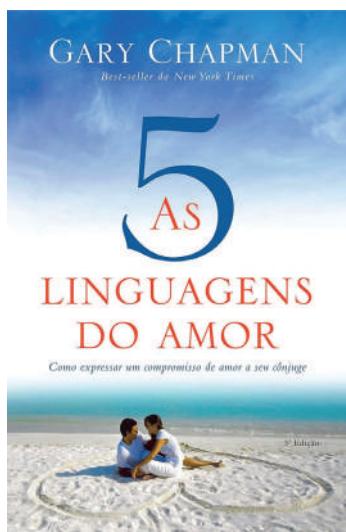
59



60



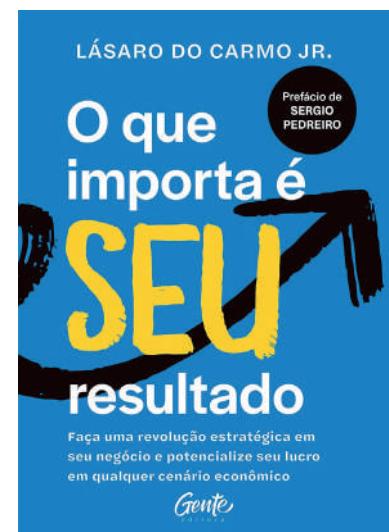
61



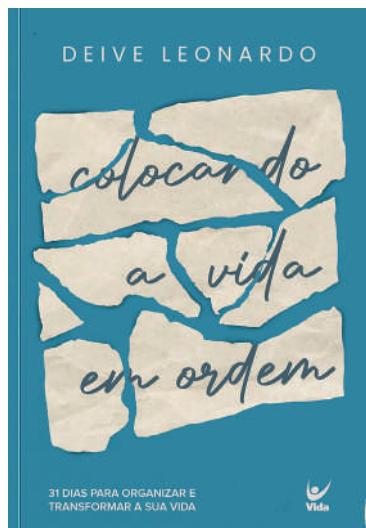
62



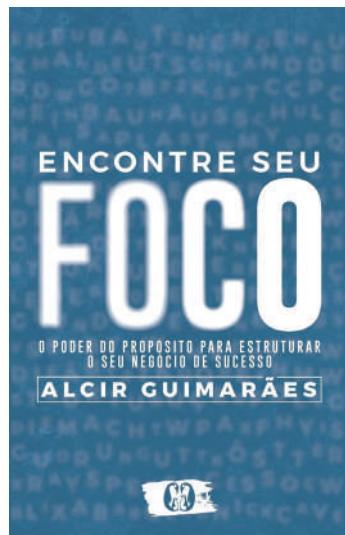
63



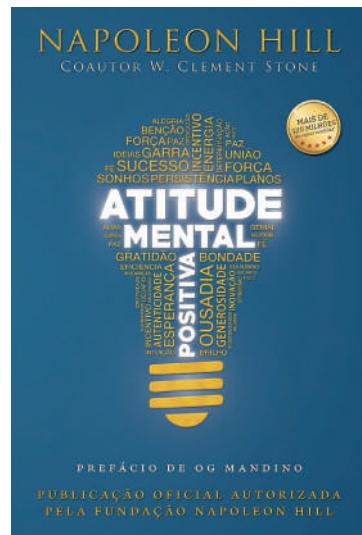
64



65



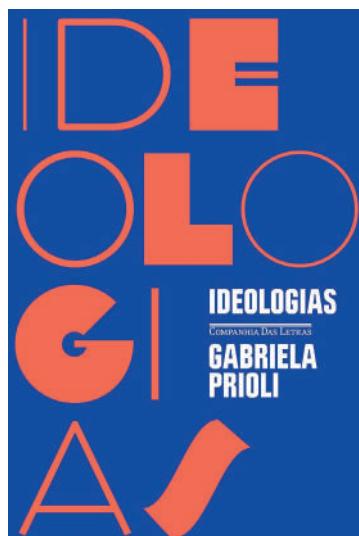
66



67



68



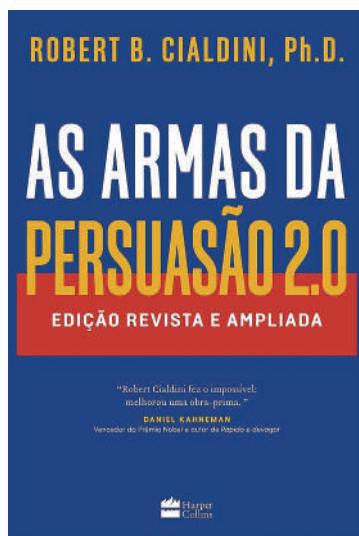
69



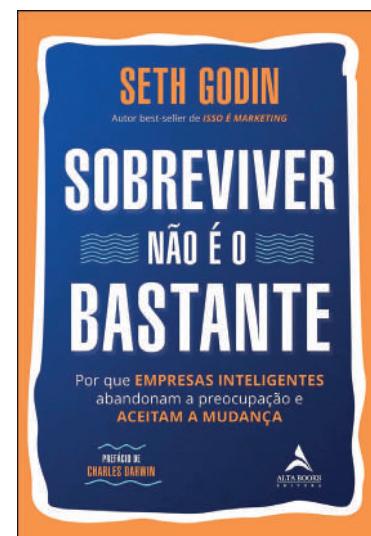
70



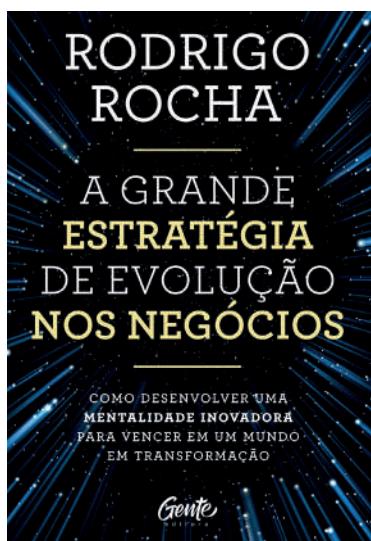
71



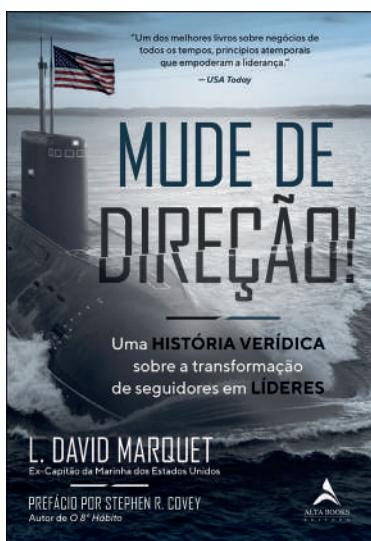
72



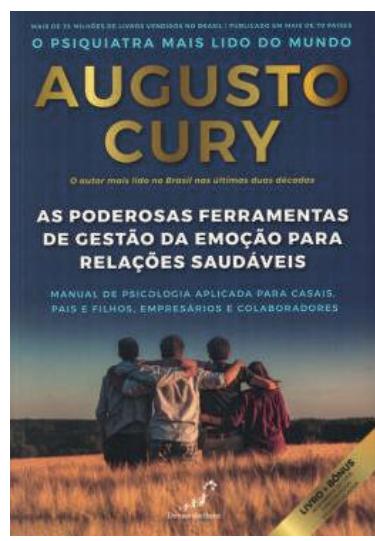
73



74



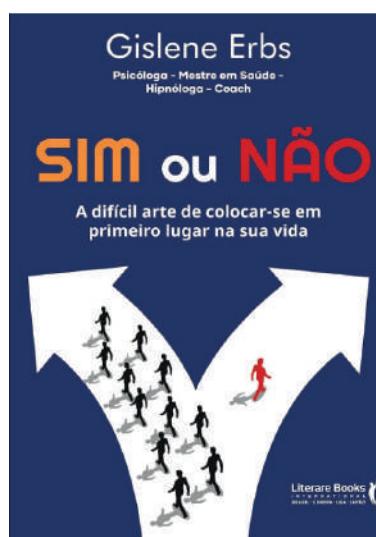
75



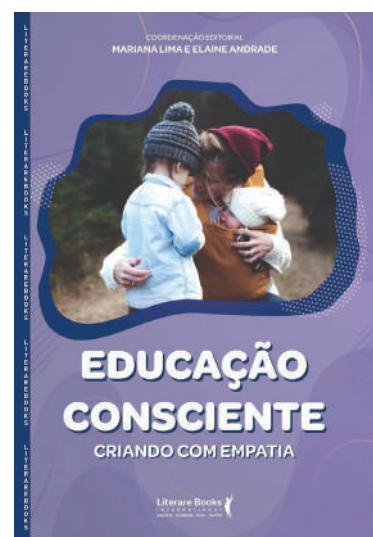
76



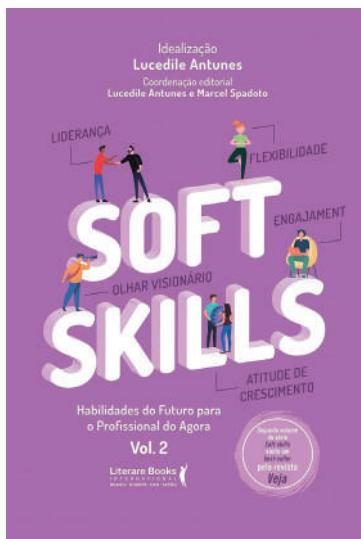
77



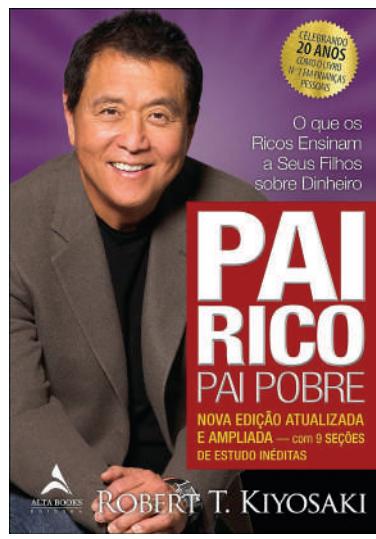
78



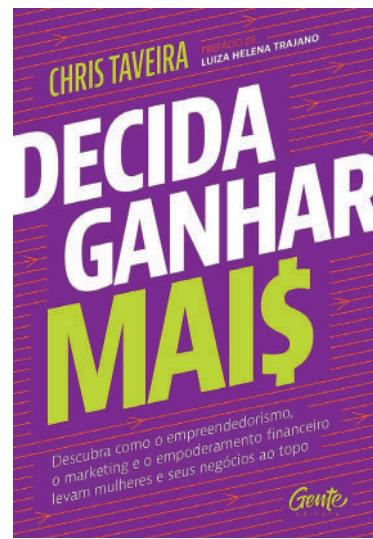
79



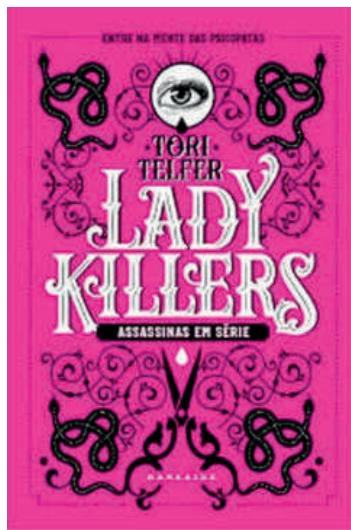
80



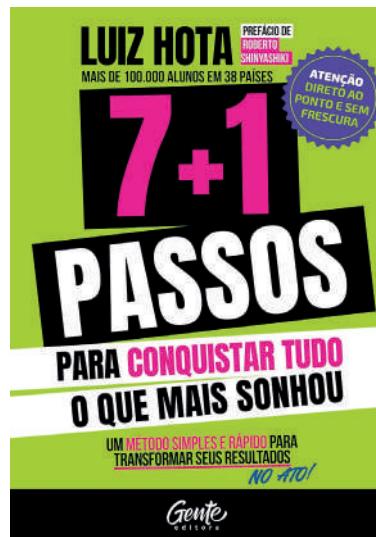
81



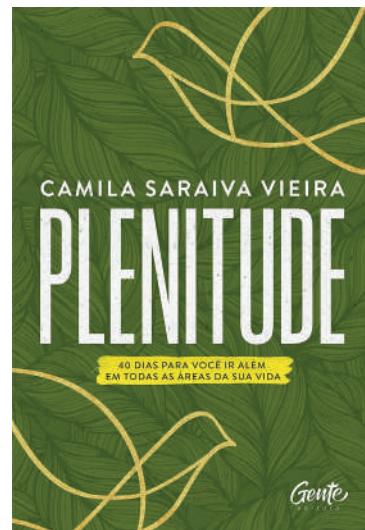
82



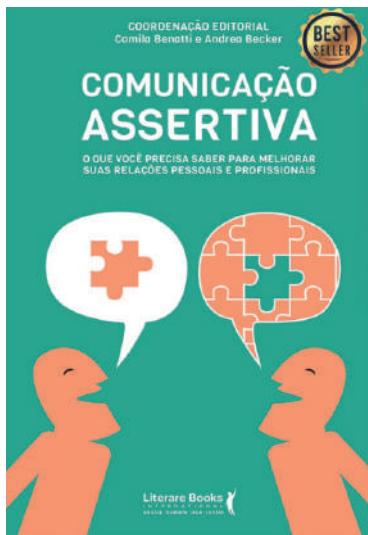
83



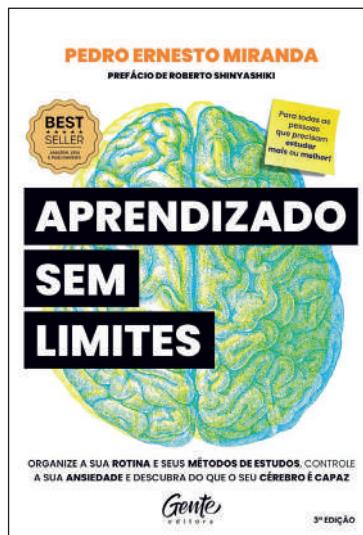
84



85



86



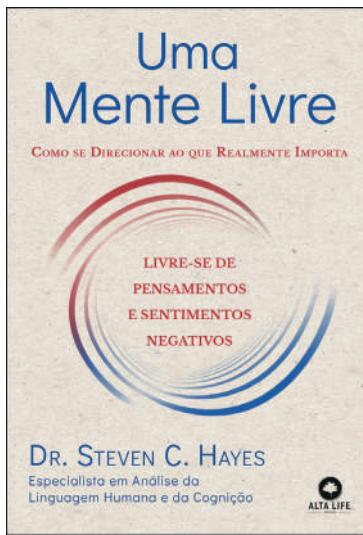
87



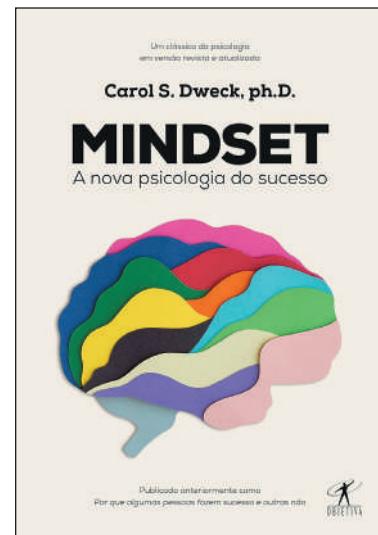
88



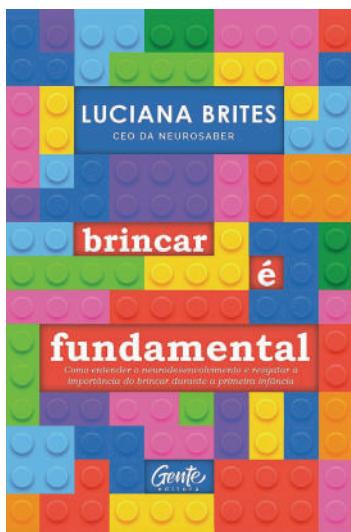
89



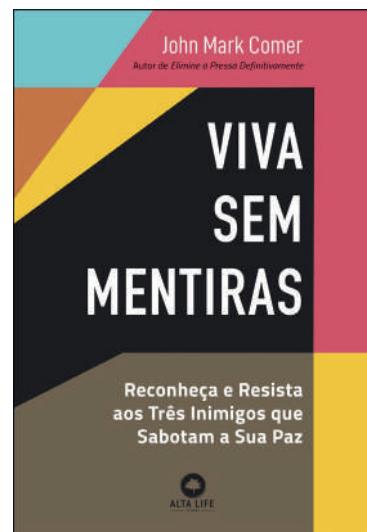
90



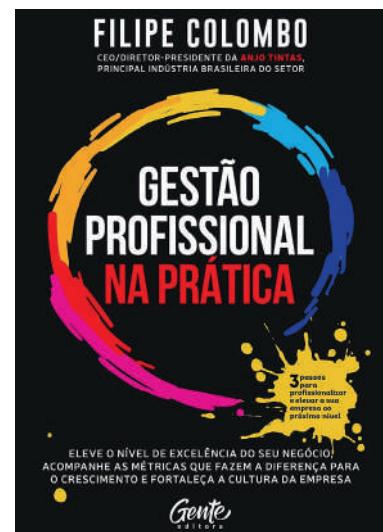
91



92



93



94



95



96



97



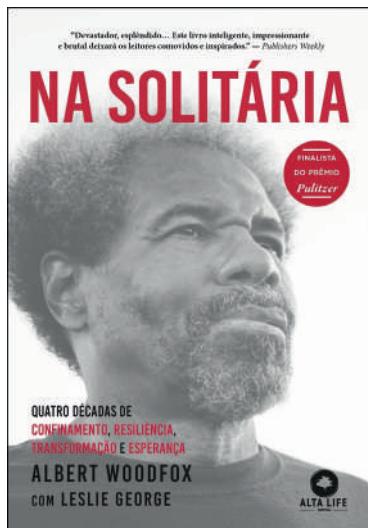
98



99



100



101



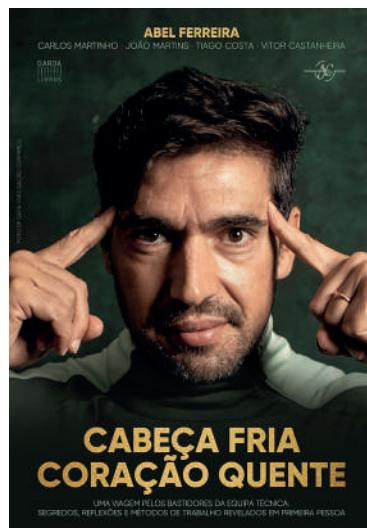
102



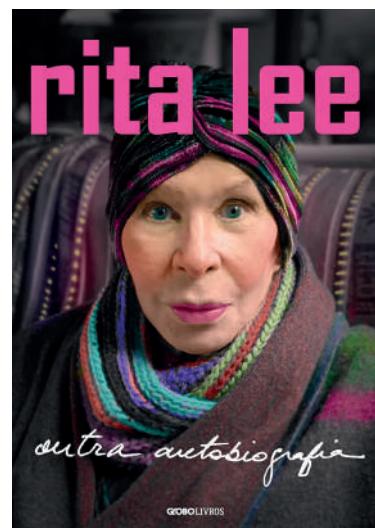
103



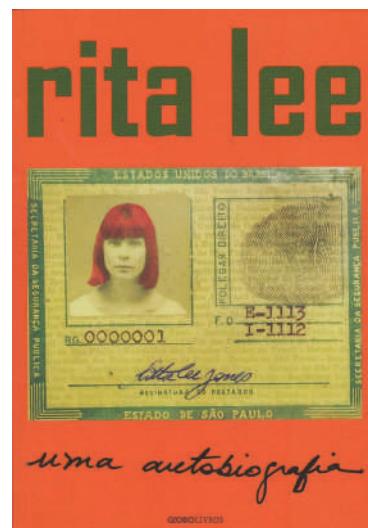
104



105



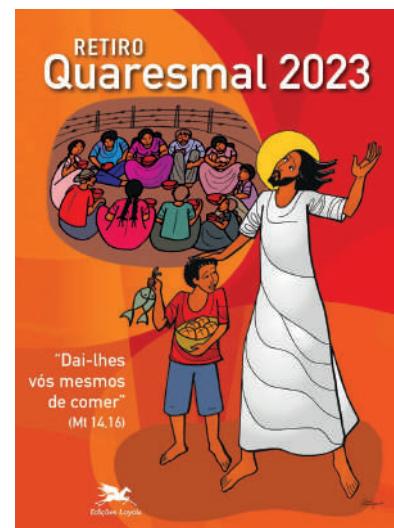
106



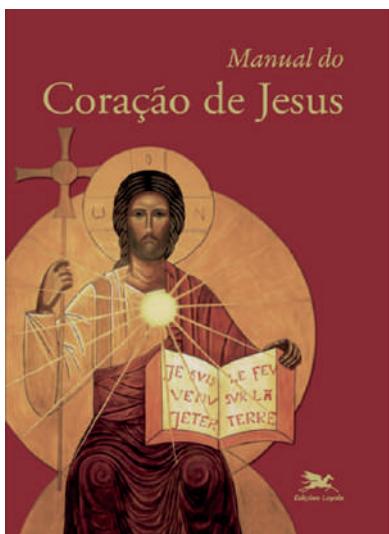
107



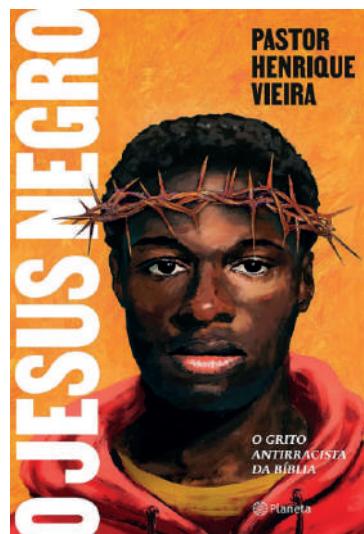
108



109



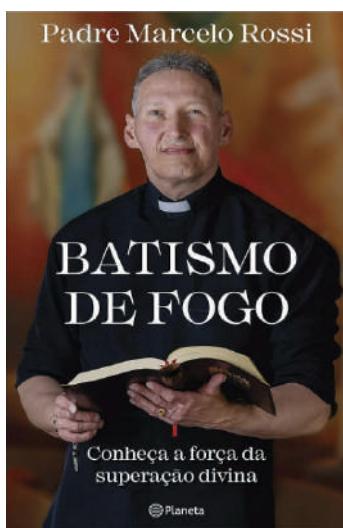
110



111



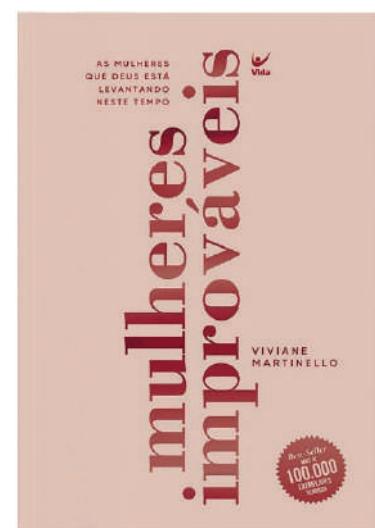
112



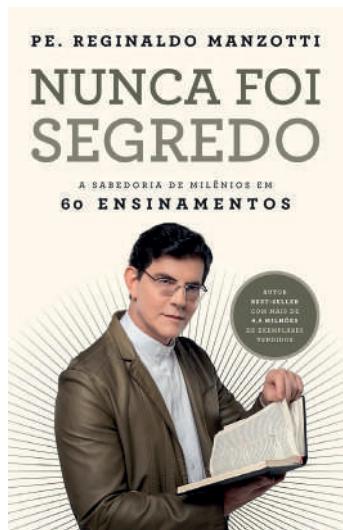
113



114



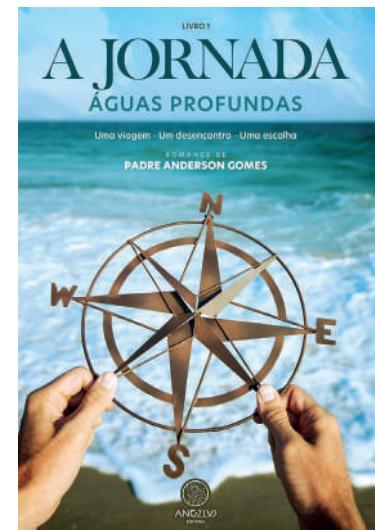
115



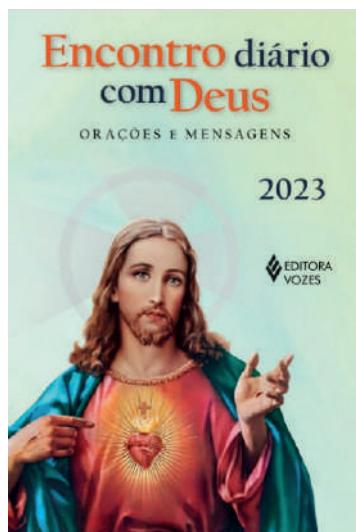
116



117



118



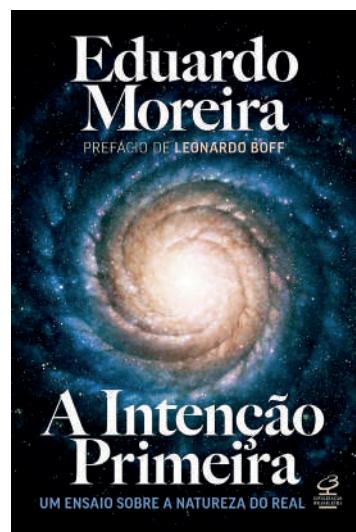
119



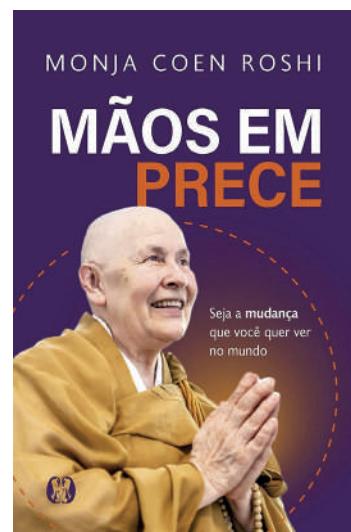
120



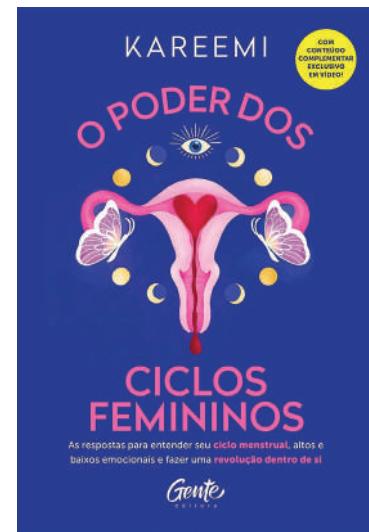
121



122



123



124



125



126



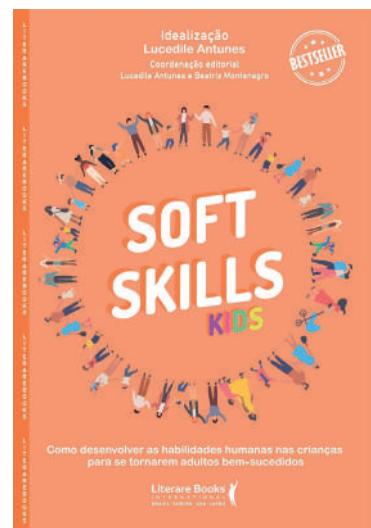
127



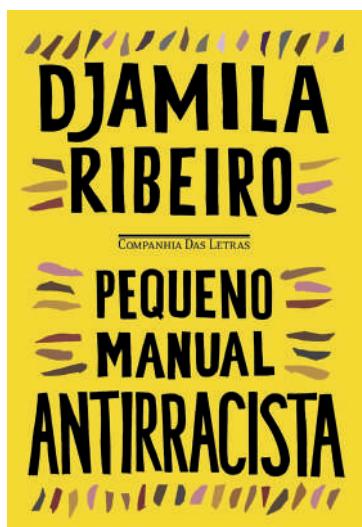
128



129



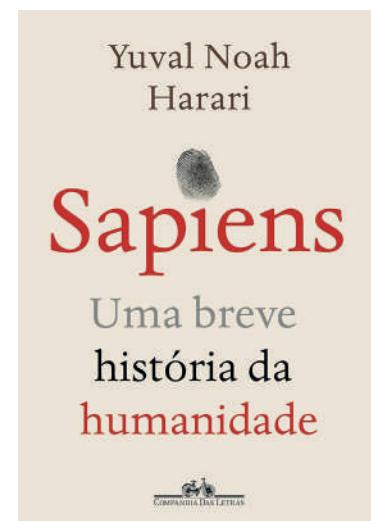
130



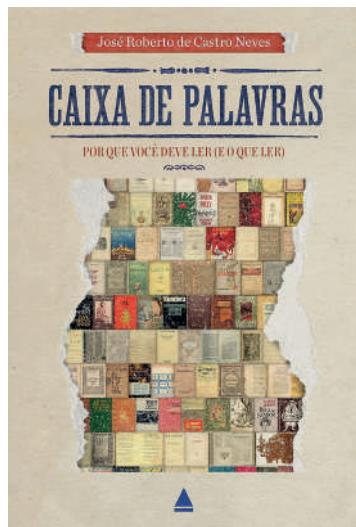
131



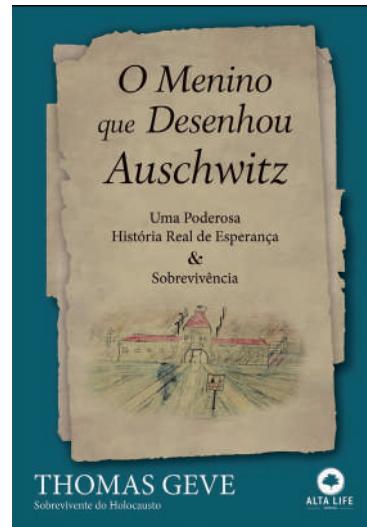
132



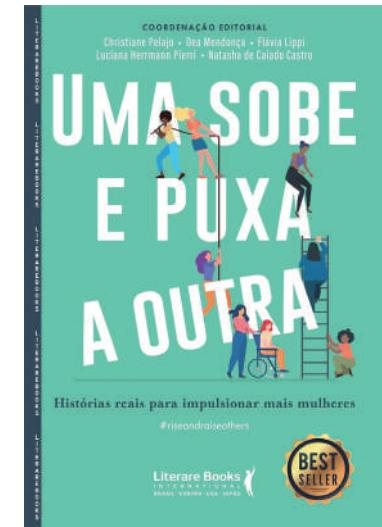
133



134



135



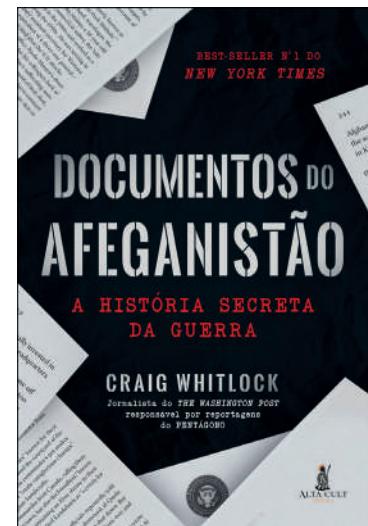
136



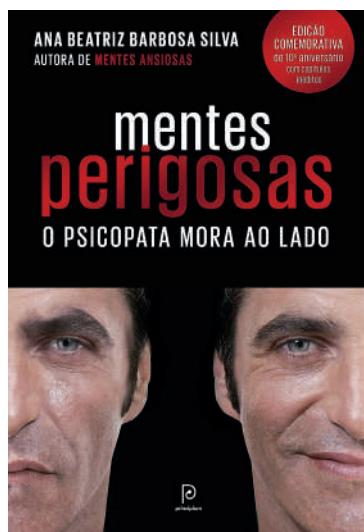
137



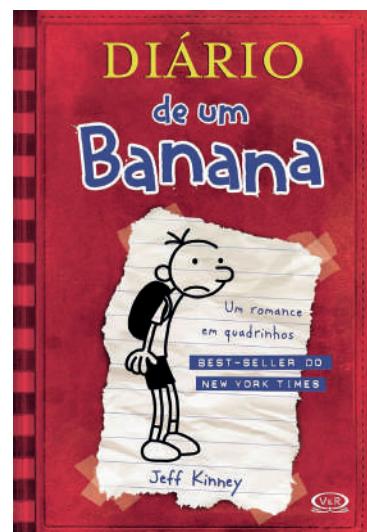
138



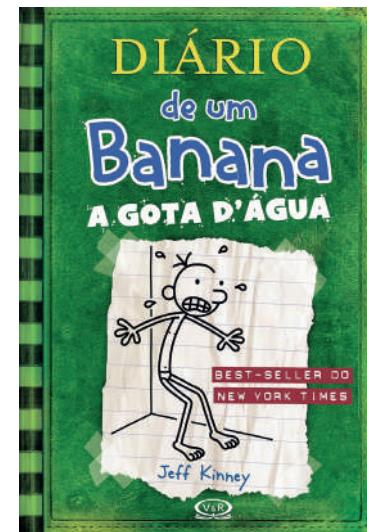
139



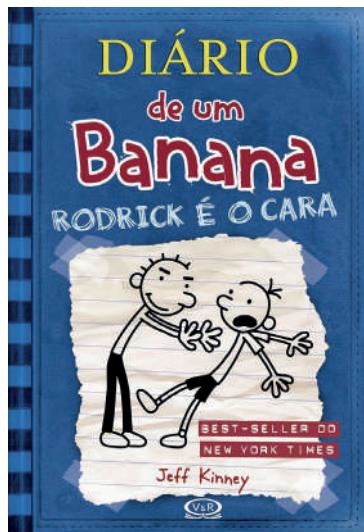
140



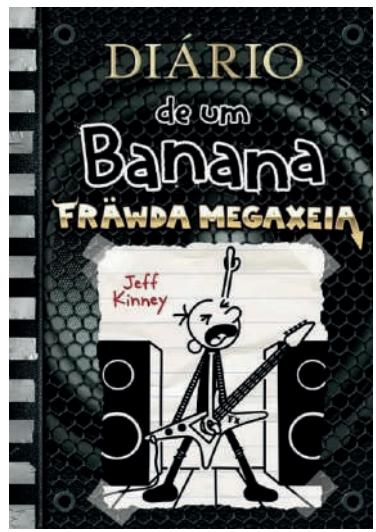
141



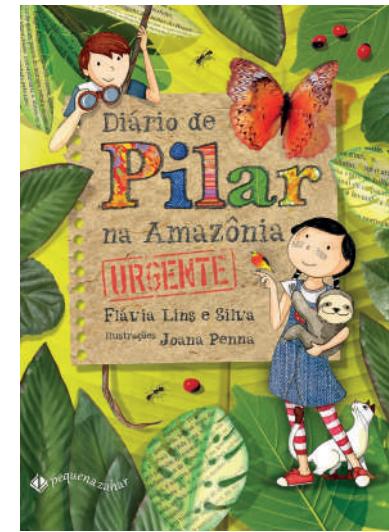
142



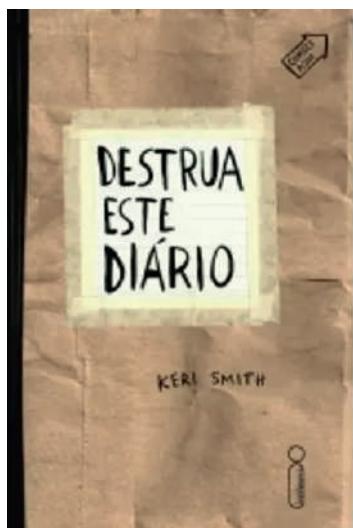
143



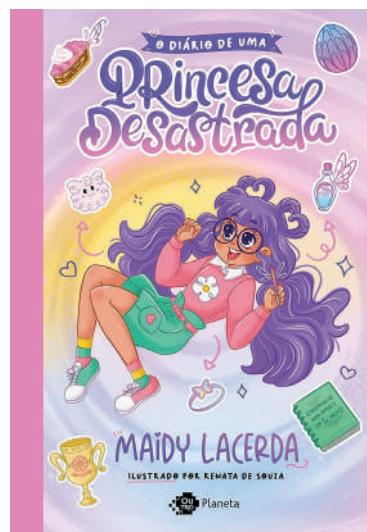
144



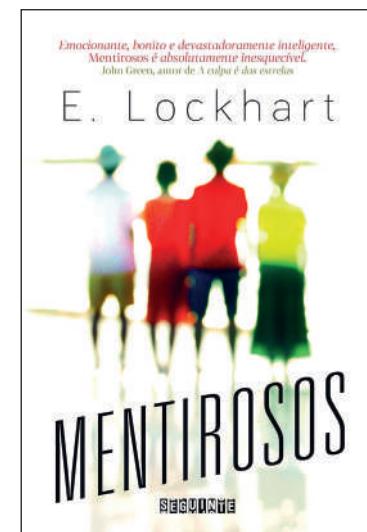
145



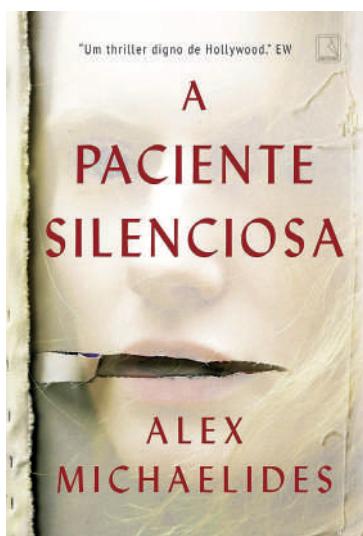
146



147



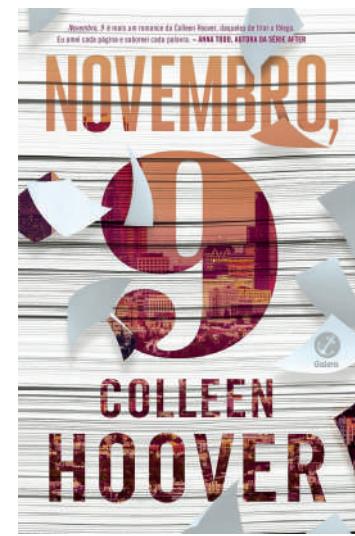
148



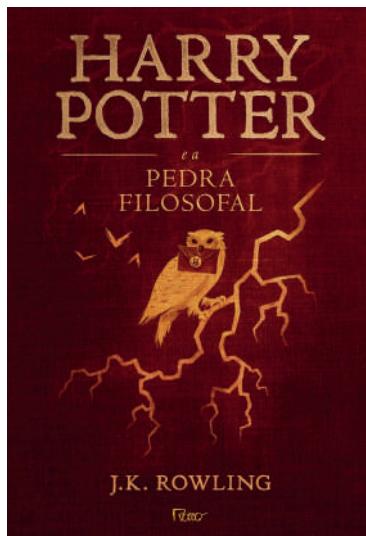
149



150



151



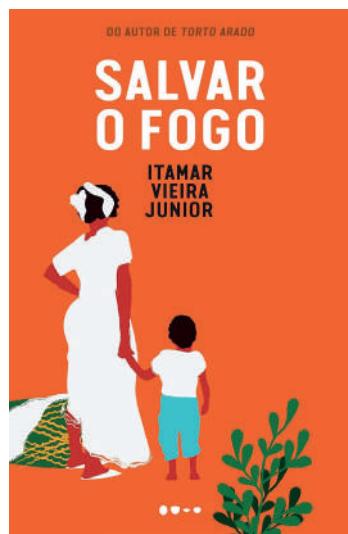
152



153



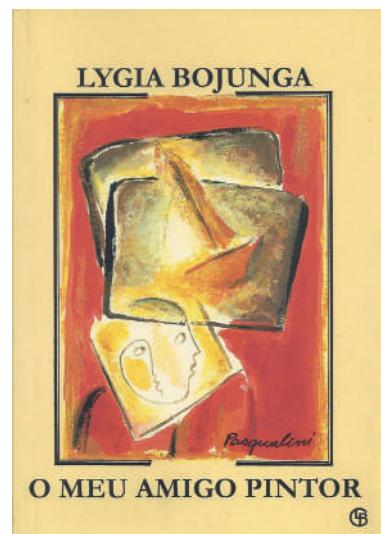
154



155



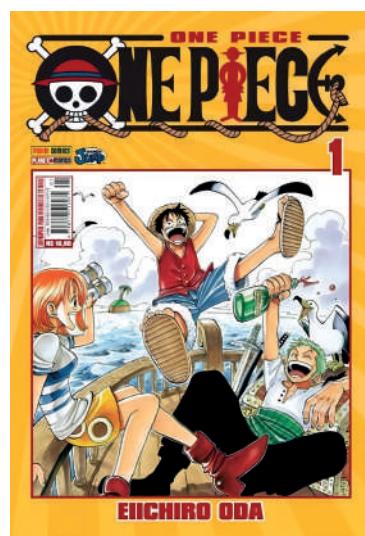
156



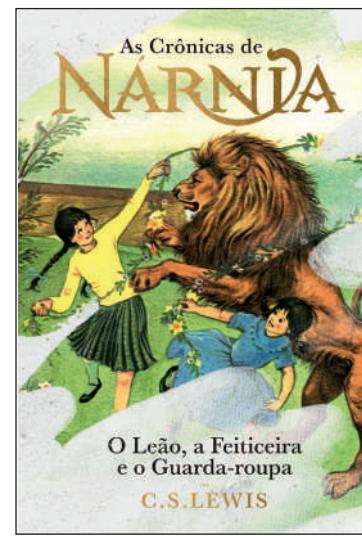
157



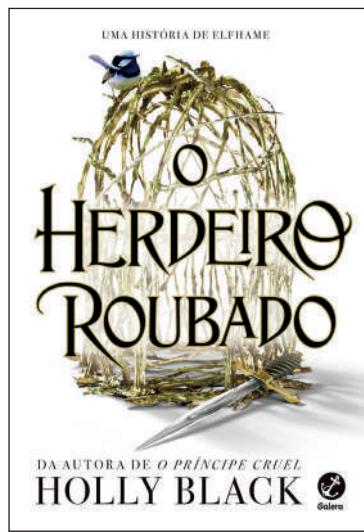
158



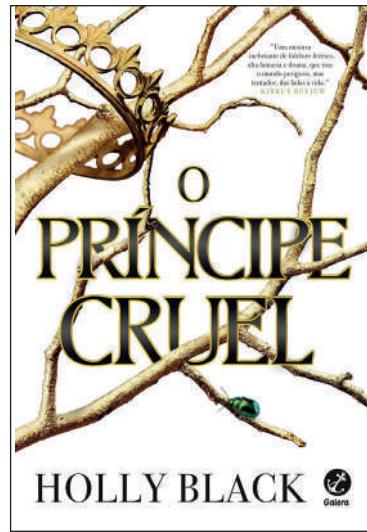
159



160



161



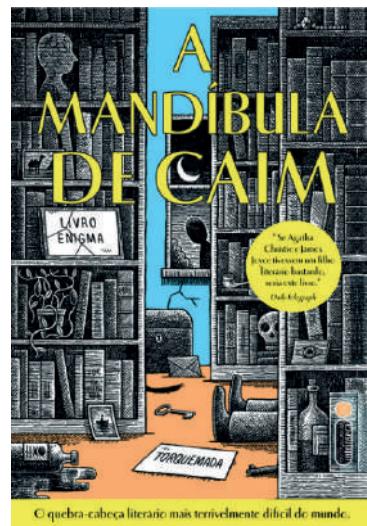
162



163



164



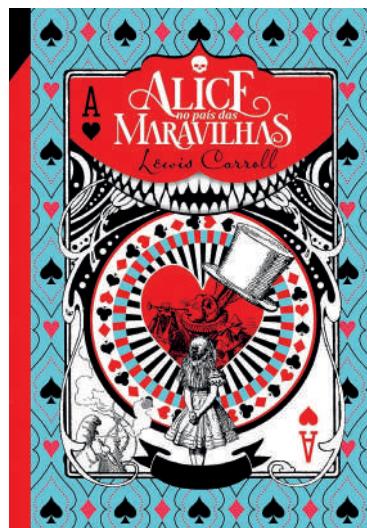
165



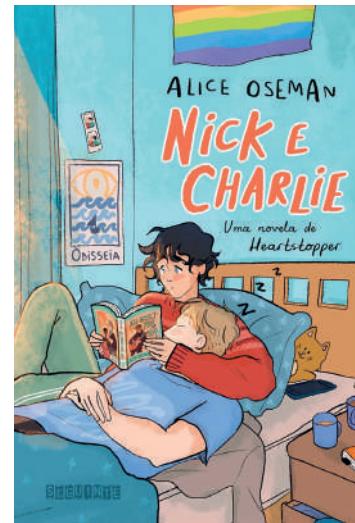
166



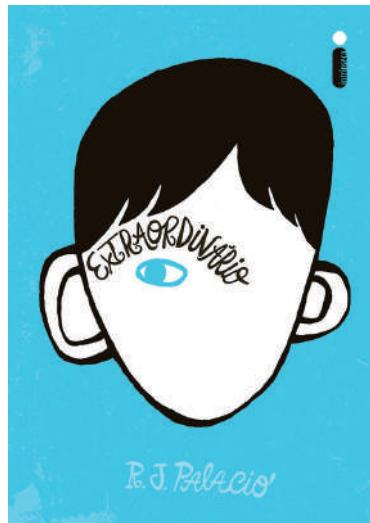
167



168



169



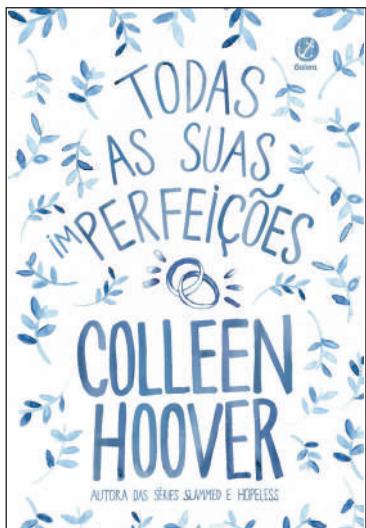
170



171



172



173



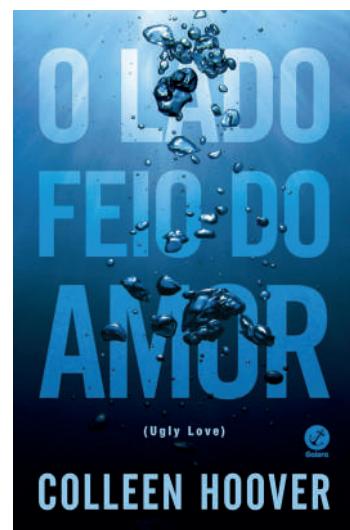
174



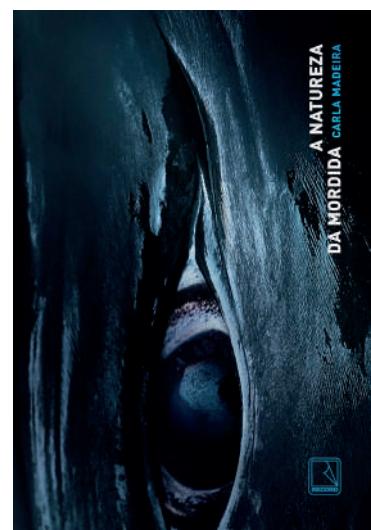
175



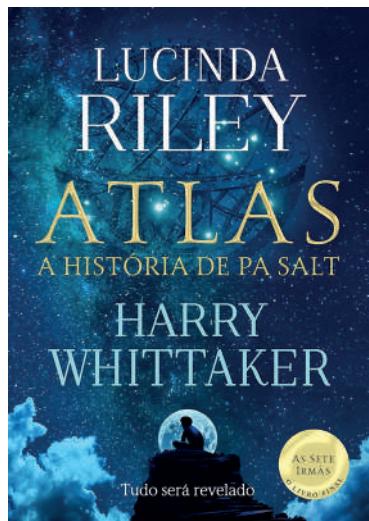
176



177



178



179



180



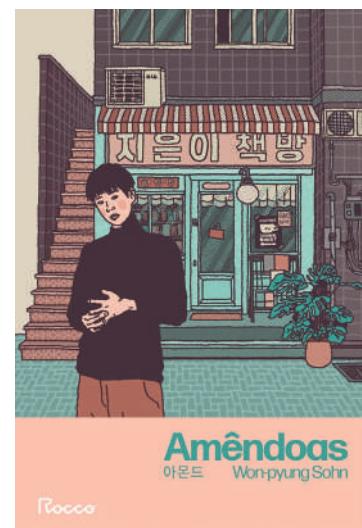
181



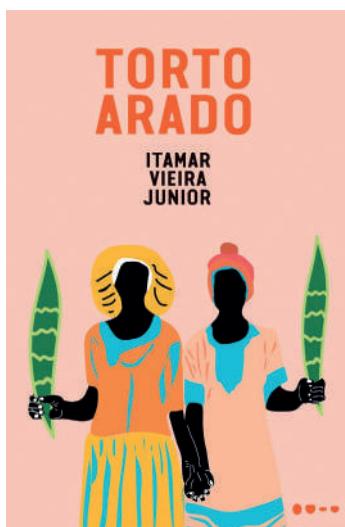
182



183



184



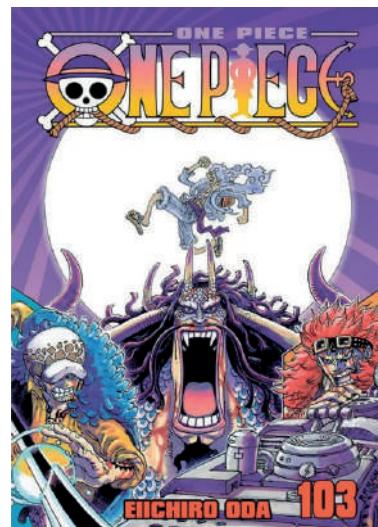
185



186



187



188



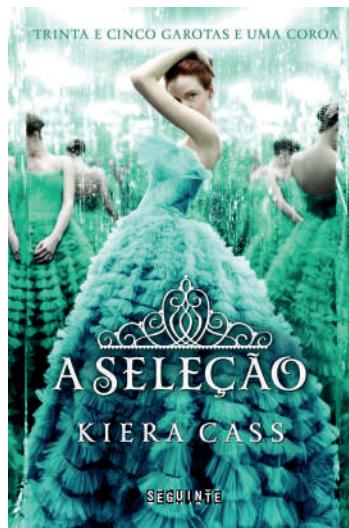
189



190



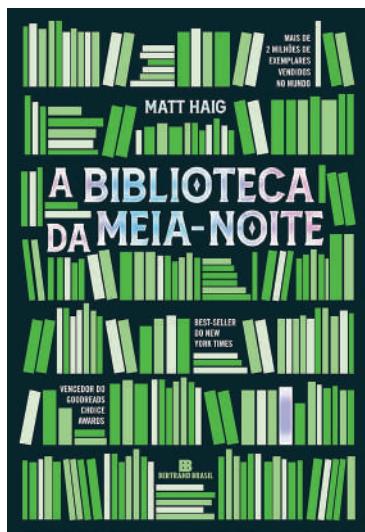
191



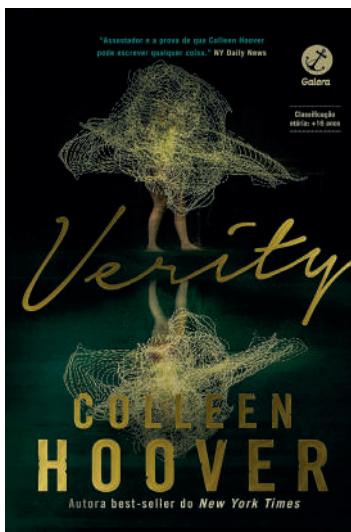
192



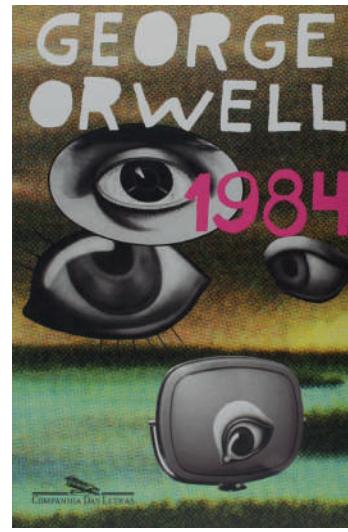
193



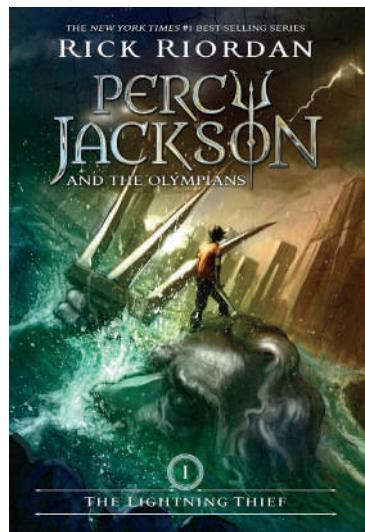
194



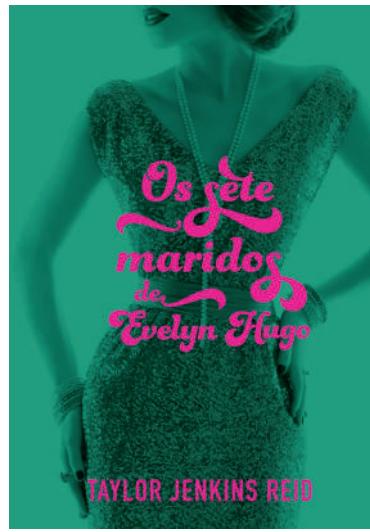
195



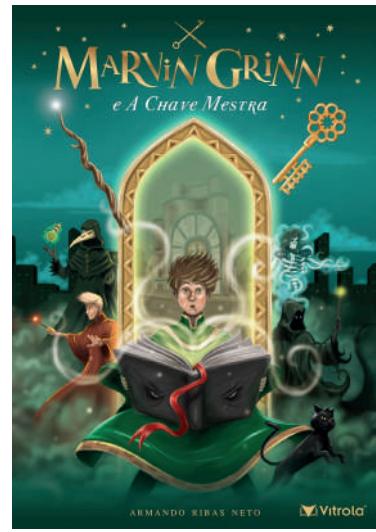
196



197



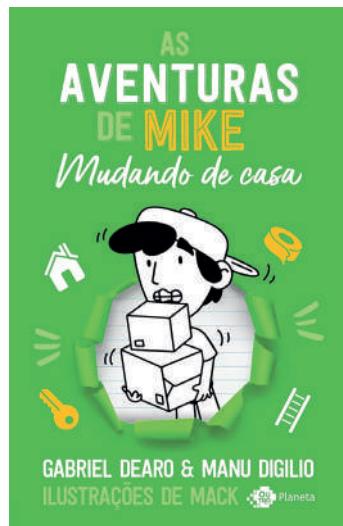
198



199



200



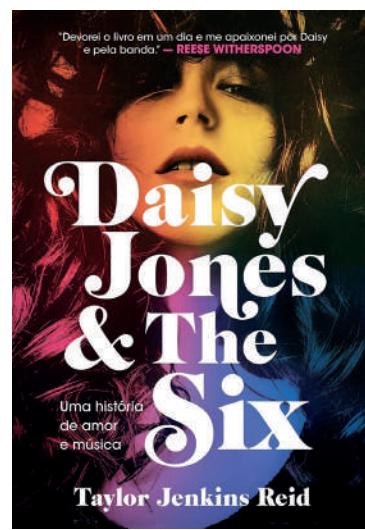
201



202



203



204



205



206



207

