



UNIVERSIDADE DE  
COIMBRA



Ana Madalena de Sousa Vasconcelos Matos Boavida

## TEMA DE CAPA

CAPAS DE LIVROS E DESIGN GRÁFICO  
EM PORTUGAL 1940-1970

Tese no âmbito do Doutoramento em Arte Contemporânea,  
orientada pelo Professor Doutor Fernando Matos Oliveira  
e pelo Doutor Jorge Pais de Sousa e apresentada  
ao Colégio das Artes da Universidade de Coimbra

Agosto de 2018



UNIVERSIDADE D  
COIMBRA





*Buy me, read me. Interpret me, understand me.*

*The first thing my cover does, perhaps the most important thing, is advertise my story. This is what I am, distilled into an image, some carefully chosen typography, a symbol, a combination of all the above and more.*

*These are my wares on display for your consideration.*

*As you gaze, let me use the power of my design to make you feel... surprised? Intrigued? Tense? Relaxed? I am a visual game.*

*What do you think I am about? Go on, guess. Then read me to find out if you were right. I am part of a series. We look better as a set. We are a family that interplays with each other as a visual conversation, our images echoing, resonating, and becoming more powerful as a cohesive whole.*

*Collect us all, and keep us together.*

*My jackets are more than mere overcoats. They use puns and visual games, taking on the semiotics of other contexts to make you look twice. (...)*

*I'm carefully designed to evoke nostalgia while also encouraging a desire for the new. (..) I represent a combining of the arts in the service of literature. I am the pedestal that raises words to ever-greater heights. I am the frame that focuses the eye and sets the scene. (...) Yet, there is more. When you read a physical book, you're never read it alone. I am there with you in the space, my tactility seeping into your experience as you read the story printed upon my pages. My weight, my smell, and the sensation of my cover material whisper to your subconscious, creating expectations, playing with the sense of imagined and real. I am the background to everything that happens in the plot, I am the hidden character in the story. You don't notice me unless I want you to focus your attention on how your fingertips slide over my pages, how the feel of my presence hints towards heft or lightness, knowledge accumulated, or an immortal tale that has lasted through the ages.*

*And so my story bleeds through from the words of a page, seeping out through my cover into the real world, a message from a parallel universe revealed through graphic design and visual creativity. My cover is my shadow on Plato's cave wall, a hint of the truth and imagination hidden within. When you look at me I am designed to make you want to open the lid and let my stories escape through your eyes into your mind, where they can live and breed anew.*

*I'm only a book. Hold me.*

(Andrew Losowsky, 2013: 7)



Ana Madalena de Sousa Vasconcelos Matos Boavida

# TEMA DE CAPA

CAPAS DE LIVROS E DESIGN GRÁFICO EM PORTUGAL 1940–1970

Tese no âmbito do Doutoramento em Arte Contemporânea  
orientada pelo Professor Doutor Fernando Matos Oliveira  
e pelo Doutor Jorge Pais de Sousa, apresentada ao  
Colégio das Artes da Universidade  
de Coimbra em Agosto  
de 2018



UNIVERSIDADE D  
COIMBRA





*Para os meus pais Tó e João,  
e para o Alexandre e os nossos filhos  
Marta e Tiago.*





## AGRADECIMENTOS

A CONCLUSÃO DESTE TRABALHO não teria sido possível sem a boa ajuda de familiares, amigos e conhecidos a quem quero deixar a minha gratidão:

aos Professores Doutores António Feijó e António Filipe Pimentel pelo destemido voto de confiança que me passaram logo no início deste processo;

aos meus orientadores Professor Doutor Fernando Matos Oliveira e Doutor Jorge Pais de Sousa por todo o apoio e acompanhamento fundamental, paciente e sempre disponível;

aos Professores Teresa Mendes, Amílcar Cardoso, Penousal Machado, António Olaio, Nuno Porto e Helena Damião, e aos Drs. José Alberto Seabra Carvalho, António Lopes e Carlos Perdiz pelo tempo que tão gentilmente gastaram comigo;

à Dra. Luísa Machado, e restantes colaboradores da Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra, pela ajuda à consulta e acesso a centenas de livros;

ao Pedro Bernardo, Leonel Brites, à Cátia Costa e ao António Cruz pelas ajudas prestadas;

à Almedina e ao Carlos Pinto pela abundância de oportunidades raras plenas de liberdade para desenhar as capas de tantos livros seus;

à sua equipa editorial: Paula Valente, João Pedro e restantes membros, agradeço o sempre colorido trabalho em grupo;

à FBA., por ser, em simultâneo, zona de partidas e de chegadas dos projectos e aventuras mais desafiadores e entusiasmantes;

aos que lá trabalham: Ana Simões, Beatriz Correia, Cristina Alves, Daniel Santos e Rita Marquito pela boa camaradagem e entreaajuda diárias e, em particular, ao António Silva pela determinante intervenção nos gráficos;

ao João Bicker pelo apoio amigo e partilha de valioso pensamento crítico;

aos meus pais pela sabedoria e ajuda: imensas, infinitas, sempre;

ao meu marido pelo suporte cúmplice, clarividente e sem reservas;

aos meus filhos pela compreensão das brincadeiras adiadas, e pela sua convicção bondosa e alegre de que isto, um dia, teria fim.



## RESUMO

AS CAPAS DOS LIVROS SÃO UMA PRESENÇA UBÍQUA na nossa vida, seja na esfera privada, social, profissional escolar, lúdica ou de outra natureza. Onde há um livro em papel há sempre uma capa a abraçá-lo. Desta forma, a par com os livros, as capas têm vindo a ser superfícies de registo e exibição da sociedade em que vivemos, reflectindo as suas ideias — feitas ou revolucionárias —, os seus gostos, tendências, convenções e inovações, espelhadas em textos, imagens e efeitos visuais e sensoriais. Podemos vê-las também como um objecto que reflecte a emergência do próprio Design Gráfico enquanto disciplina desejavelmente principal. Assim, é à luz do Design Gráfico que esta investigação procura ver, através de um olhar demorado, as capas dos livros, numa abordagem poliédrica ao tema.

O trabalho que aqui se apresenta é composto por três partes — duas teóricas e uma prática — pelas quais são distribuídos cinco capítulos sempre iniciados com a formulação de uma pergunta e no fim dos quais são obtidas conclusões.

A primeira parte é um exercício de dúvida e reflexão, dizendo mais respeito à Filosofia do Design. Nela são consideradas as capas dos livros enquanto tema e os diferentes papéis que elas, e os seus designers, podem desempenhar no processo de circulação e consumo do livro.

Na segunda parte, mais respeitante à História do Design, é descrito o surgimento e evolução das capas dos livros, enquadrando-as no espaço e, sobretudo, ao longo do tempo, numa história paralela à dos livros e dos homens. Simultaneamente, e de modo algo independente, é desfiada uma linha do tempo visual construída apenas com imagens de capas de livros — ou seus equivalentes como, por exemplo, folhas de rosto — que proporcionam uma espécie de viagem no tempo visual ao longo dos diferentes e consecutivos momentos, e movimentos, da História do Design espelhados nas capas. Ainda nesta parte é feito um enquadramento da realidade nacional, dando-se particular atenção aos casos portugueses considerados mais relevantes nas décadas de 40 a 70 do séc. xx.

Na terceira parte, que é a parte prática, é apresentado e fundamentado um questionário para capas e feita a sua aplicação às capas de seis casos concretos de autores gráficos portugueses para que, através delas, possamos saber mais sobre a prática do design de capas em Portugal nas décadas de 1940 a 1970, mais especificamente, distinguir que tipo de abordagem ao desenho de capas foi o escolhido pelos seus autores.

A fechar a dissertação são apresentadas as conclusões específicas obtidas ao longo dos cinco capítulos num texto que as articula e relaciona de modo conclusivo e final.

### *palavras-chave*

design gráfico, design gráfico português, história do design gráfico, design de capas de livros.



## ABSTRACT

WHETHER IN THE PRIVATE, social, professional, school or entertainment spheres, book covers are a ubiquitous presence in our lives. Wherever there is a paper book there is always also a cover embracing it. Therefore, as is the case with books, book covers have become a registry and exhibition surface of the society in which we live in, reflecting its established or revolutionary ideas, its tastes, trends, conventions and innovations, mirrored in texts, images, visual and sensory effects. We can also look at book covers as objects which reflect the emergence of Graphic Design as a major craft in itself. Thus, it is in the light of Graphic Design that this research seeks to attentively look at the book covers, in a polyhedral approach to the theme.

The work presented here is composed of three parts — two theoretical and one practical — spread throughout five chapters which always begin with the formulation of a question and end with conclusions.

The first part is an exercise of queries and meditations, pertaining more to the field of the Philosophy of Design. Book covers as a theme and the different roles that they, and their designers, can assume in the process of circulation and consumption of the book are considered here.

The second part, more connected to Design History, describes the emergence and evolution of book covers, situating them in relation to space and especially over time, with a parallel to the history of books and mankind. Simultaneously, and somewhat independently, a visual timeline is build solely with images of book covers — or their equivalents, such as cover pages — providing a visual time travel across the different consecutive moments and movements of the Design History as mirrored on the covers. This part also includes a framework of the Portuguese national reality, giving special attention to the Portuguese cases considered as more relevant in the years of the 1940's to the 1970's.

In the third part, which is the practical part, a questionnaire for analysing book covers is presented and applied to the covers designed by six specific cases of Portuguese graphic authors, so that through them we may learn more about the practice of book cover design in Portugal in the 1940s to 1970s, and more specifically, to distinguish what kind of approach to book cover design was chosen by these authors.

Closing the dissertation is a presentation of all conclusions obtained over the five chapters, in a text that articulates these findings and relates them in a conclusive and final form.

### *key words*

graphic design, Portuguese graphic design, graphic design history, book cover design.

<b>INTRODUÇÃO</b>			
Motivação e abordagem		17	
<b>PARTE I</b>			
<b>DÚVIDA</b>			
<b>E REFLEXÃO</b>		27	
<b>CAPÍTULO 1</b>		28	
> <i>As capas como tema</i>			
<b>1.1. SIMBIOSE SUJEITO/OBJECTO</b>		29	
1.1.1. Anatomia da capa		32	
1.1.2. Estatuto de ambiguidade		35	
1.1.3. Pegar no livro para ler o texto		37	
1.1.4. Culto e sublimação		38	
<b>1.2. O LIVRO E A SUA CAPA</b>			
<b>OU A CAPA E O SEU LIVRO?</b>		43	
1.2.1. Leia o livro, veja a capa		45	
1.2.2. Essência visual		47	
1.2.3. Continente conteúdo		52	
<b>1.3. PERÍODO</b>		57	
1.3.1. «O contrário da estupidez» ou os afectos como critério		61	
<b>1.4. O DESIGNER TRADUTOR</b>		65	
1.4.1. Não se traduz o que não se percebe		66	
1.4.2. Projecto e compromisso		68	
1.4.3. O todo instantâneo		71	
1.4.4. Tornar a palavra em imagem		73	
1.4.5. O texto também se vê		75	
<b>1.5. A QUESTÃO DA AUTORIA</b>		79	
1.5.1. «Meio e mensagem»		83	
1.5.2. Arte e vida real		85	
1.5.3. Perda de simplicidade		87	
<b>1.6. A CAPA TESTEMUNHO</b>		91	
1.6.1. Efémero icónico		92	
1.6.2. Pagar para ver		94	
1.6.3. Tipografia e durabilidade		96	
1.6.4. Economia e qualidade		98	
<b>1.7. A CAPA MINI-CARTAZ</b>		103	
1.7.1. Pouco tempo» e pouco espaço		104	
1.7.2. Fazer ver		105	
1.7.3. Outras afinidades		108	
<b>1.8. A CAPA META-LEITURA</b>		111	
1.8.1. O bom, o bem e o belo		114	
1.8.2. Capas avulsas e colecções		118	
<b>1.9. CONCLUSÃO</b>			
1.9.1. Superfície, não superficial		125	
<b>PARTE II</b>			
<b>ENQUADRAMENTO</b>			
<b>E COMPARAÇÃO</b>		127	
<b>CAPÍTULO 2</b>		128	
> <i>As capas como história</i>			
<b>2.1. ORALIDADE. DESENHO. ESCRITA.</b>		131	
2.1.1. Desenhos nas paredes e letras de crédito		131	
2.1.2. Fazer falar as pedras		134	
<b>2.2. PAPEL. IMPRENSA. LIVRO.</b>		139	
2.2.1. Idade Média		139	
2.2.2. Renascimento		146	
2.2.3. Iluminismo		160	
2.2.4. Barroco e Rococó		163	
<b>2.3. INDÚSTRIA. COMÉRCIO. DESIGN.</b>		169	
2.3.1. Era Vitoriana		169	
2.3.2. <i>Arts &amp; Crafts</i>		177	
2.3.3. Arte Nova		182	
<b>2.4. VANGUARDAS</b>		187	
2.4.1. Cubismo		187	
2.4.2. Futurismo		190	
2.4.3. Dadaísmo		193	
2.4.4. Abstracionismo e Construtivismo		195	
2.4.5. <i>De Stijl</i>		198	
<b>2.5. ESCOLA. GUERRA. GLOBALIZAÇÃO.</b>		201	
2.5.1. <i>Bauhaus</i>		201	
2.5.2. Livros de bolso, capa mole e mercado massificado		209	
2.5.3. Modernismo europeu vs. americano		216	
2.5.4. Profissão: designer gráfico		225	
2.5.5. <i>Acabou a guerra!</i>		229	
2.5.6. Estilo Tipográfico Internacional		230	
<b>2.6. CONCLUSÃO</b>		239	
2.6.1. Simbiose capas e designers		239	
2.6.2. Questão em aberto		241	
<b>CAPÍTULO 3</b>		244	
> <i>O caso português</i>			
<b>3.1. CONTEXTO</b>		247	
3.1.1. Tempo prévio		247	
3.1.2. O Estado cliente		225	
3.1.3. Aprendizagem: oficial vs. oficial		266	
3.1.4. Ilustração, tipografia, fotografia		277	
3.1.5. Artistas sem fronteiras		289	
3.1.6. Compromisso com o design		296	
<b>3.2. CONTÁGIO E QUARENTENA</b>		303	
3.2.1. Profissão <i>de</i> risco: editor		305	
3.2.2. Editores e designers		312	
3.2.3. Profissão <i>do</i> risco: designer		322	
<b>3.3. CONCLUSÕES</b>		371	
3.3.1. Aspectos comuns		372	
3.3.2. Aspectos singulares		374	

**PARTE III  
INQUÉRITO  
E PROCESSO** 379

**CAPÍTULO 4** 380  
> *Entrevista às capas*

<b>4.1. ABORDAGEM</b>	
383 4.1.1. Suspeitas	382
4.1.2. Objectivos	386
4.1.3. Metodologia	388
4.1.4. Estado da arte	390
4.1.5. <i>Corpus</i> de análise	399
<b>4.2. PARÂMETROS E SIGNIFICADOS</b>	403
4.2.1. Considerações iniciais	406
4.2.2. Identificação	407
<b>4.3. CRITÉRIOS E CLASSIFICAÇÕES</b>	409
4.3.1. Texto	409
4.3.2. Imagem	431
4.3.3. Composição	438
<b>4.4. QUESTIONÁRIO FINAL</b>	447

**CAPÍTULO 5** 452  
> *Análise*

<b>5.1. CONSIDERAÇÕES PRÉVIAS</b>	
4535.1.1. <i>Corpus</i>	453
5.1.2. Critérios de resposta	
4545.1.3. Relembrar os objectivos	454
5.1.4. Leitura dos dados	455
<b>5.2. APRESENTAÇÃO E LEITURA DOS GRÁFICOS</b>	455
5.2.1. N.º de capas por editora	455
5.2.2. N.º de capas por ano de edição	458
5.2.3. Tipologia do texto utilizado	461
5.2.4. Uso de tipografia de forma criativa	463
5.2.5. Uso de tipografia de forma activa	466
5.2.6. Classificação de tipografia usada	469
5.2.7. Tipos de alinhamento adoptados	469
5.2.8. Uso exclusivo de minúsculas/título	471
5.2.9. Uso exclusivo de minúsculas/autor	472
5.2.10. Problemas de tipografia detectados	474
5.2.11. Tipos de imagens usadas	478
5.2.12. Relação texto e imagem	480
<b>5.3. CONCLUSÕES</b>	482
5 3.1. Arquétipos dos seis capistas	482
<b>5.4. CONCLUSÕES FINAIS</b>	487

**BIBLIOGRAFIA  
E ANEXOS**

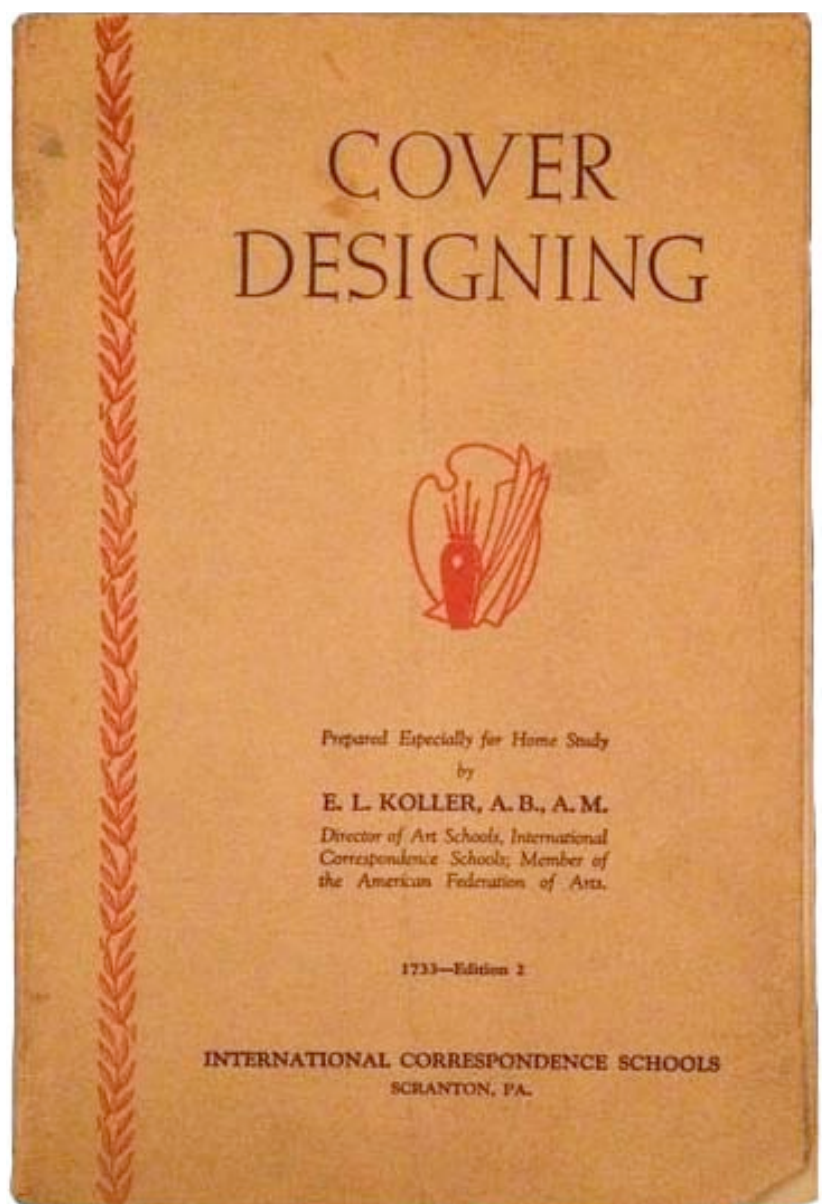
<b>6. FONTES BIBLIOGRÁFICAS</b>	493
<b>7. ANEXOS</b>	512
Fichas individuais	513
Imagens das capas	564
Visualização comparada de dados	620



## 0. INTRODUÇÃO

1. Capa de autor não identificado para *Cover Designing*, de E. L. Koller. Pensilvânia, International Correspondence School, 1944.

—  
\*Mau, 2002: 108



1.

A STUDIO IS A PLACE OF STUDY. USE THE  
NECESSITY OF PRODUCTION AS AN EXCUSE  
TO STUDY. EVERYONE WILL BENEFIT.

— *Bruce Mau\**

## MOTIVAÇÃO E ABORDAGEM

O TERCEIRO CICLO DE ESTUDOS em Arte Contemporânea do Colégio das Artes da Universidade de Coimbra, no qual se enquadra esta tese, refere como objectivos, entre outros, «o cruzamento de saberes da academia (...) com a prática artística; e uma relação de continuidade com os segundos ciclos na área da arte, abrindo o leque de perspectivas adoptadas em direcção (...) à prática de ateliê como prática projectual». Nesse contexto, o tema tratado nesta tese surgiu da forma mais natural. Após 12 anos de prática diária em ateliê de design gráfico, o desenho de capas foi, sem dúvida, o suporte que mais trabalhei e aquele em que melhores resultados obtive. Falamos de centenas de capas fora de colecção e largas dezenas de colecções, projectadas para programas de design, diferentes em assunto, público, intenção e estratégia editorial. Essa prática continuada veio a revelar-se um privilegiado meio de expressão visual e de resolução de problemas gráficos. Esse trabalho, no terreno, com e para editores, autores, produtores e um público bem real, foi uma enorme escola em que tive o privilégio de aprender, fazendo. Desse fazer, tornado, com o tempo, experiente e reconhecido tanto por clientes como por pares, surgiu uma forte necessidade pessoal de aprofundar, também teoricamente, o tema tão trabalhado e querido que são as capas dos livros.

Assim, ao dar-se a oportunidade de fazer uma investigação em design no âmbito deste doutoramento, o tema das capas surgiu como o assunto que faria todo o sentido estudar. Desta forma, a essa prática a teoria viria dar o complemento de reflexão e conhecimento ainda em falta; acrescentar-se-ia significado ao trabalho feito em ateliê, com a intenção de dar o devido enquadramento teórico, histórico, crítico e até filosófico ao objecto que são as capas dos livros. Talvez por esse motivo esta investigação se assemelhe a uma tela cubista em que se aborda um só objecto de estudo, mas visto e tratado em simultâneo de diferentes ângulos, pontos de vista e tomadas de perspectiva, numa miríade de abordagens que o tema possibilita, cada uma à luz da sua disciplina. Não se trata pois de uma investigação focada apenas na História, ou na Filosofia,

ou na Teoria ou na Crítica do Design, cada uma delas disciplinas com a sua especificidade e campos de conhecimento, mas sim de um somatório de contributos para um tema — as capas de livros — a que todas serve e que todas servem — o Design.

Inicialmente, a intenção desta investigação foi a de aferir as influências que as capas ilustradas de livros portuguesas, das décadas de 40 a 70 do século xx, teriam sofrido de, ou emitido para, outros países, e tentar enquadrar, ainda que genericamente, de que modo se teria dado esse processo. Nessa fase inicial da investigação havia um interesse lato pelos capistas da época e apontava-se a uma recolha geral das capas ilustradas de livros publicados pelas editoras de literatura mais activas na época. O trabalho começou, portanto, por ter uma abrangência mais vasta e generalista e nas primeiras sessões intensivas de procura de capas na Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra as capas recolhidas mostraram ser demasiadas para o que se pretendia que era, sobretudo, estudar com maior profundidade um conjunto mais estrito de capas deixadas por alguns profissionais nesta actividade, observando-as e comparando-as com casos de outros países, numa tentativa de resposta a um certo vazio de discurso que, muitas vezes, acompanha essas imagens. Faltava-lhes contexto.

O período em referência, 1940–1970, tinha sido escolhido por abarcar trabalhos de nomes como Victor Palla, Sebastião Rodrigues, Paulo-Guilherme, Luís Filipe Abreu, António Garcia e João da Câmara Leme, para nomear apenas alguns autores de capas graficamente significativas, e que vinham a ser alvo de interesse generalizado. Fortes sinais disso mesmo são os já muitos admiradores, coleccionadores, designers e não só, que as recolhem, colecionam, partilham e exibem, quer na forma de livro físico, quer através das imagens das suas capas, em *sites*, *blogs*, *boards*, redes sociais e outras plataformas digitais. Em alguns alfarrabistas ou bibliotecas existe inclusivamente, como dado valorizador do livro, um campo que possibilita a pesquisa no catálogo por «designer de capa», ou ainda em que o nome deste surge integrado na secção «outros autores» junto do tradutor ou prefaciador.

Alguns destes sinais de admiração colectiva parecem ser reflexos de uma tendência geral, cada vez mais forte, de um interesse nostálgico e mesmo revivalista por objectos e grafismos *retro*. Parece-me que contribui para este fenómeno o facto de o design em Portugal começar a ter já algum histórico e percurso próprios que permitem, e pedem, um olhar para trás, desejando talvez reconhecer os agentes destas capas como pioneiros do design gráfico português.

Assim o foco da investigação foi sofrendo ajustes, tornando-se mais estreito, por um lado, mas mais nítido e forte, por outro e os capistas atrás indicados passaram a ser, não alguns dos capista a estudar e sim os seis abarcados pela investigação como sendo os seis mais significativos do período em estudo segundo vários autores actuais e alguns documentos, nomeadamente entrevistas e reportagens na imprensa da época. O processo de recolha foi continuado, fazendo-se algum aproveitamento das capas já recolhidas completada depois com recurso e cruzamento de informação

através de algumas bibliotecas privadas bem como dos já referidos suportes *online* de colecionadores, admiradores, alfarrabistas e outros conhecedores já referidos, bem como com literatura dedicada ao tema sobretudo em forma de monografias. Em caso de dúvida ou conflito de informação optou-se por obedecer às informações disponibilizadas nos arquivos de consulta e catalogação da Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra. Assim, as imagens obtidas podem ter origens e qualidades diversas sem sacrifício das informações que nos possam transmitir. Depois de recolhidas, as capas foram arquivadas em ficheiros digitais individuais organizados segundo uma nomenclatura que indica a data de edição, a identificação do capista, o título do livro e o nome da editora, facilitando-se assim a gestão e consulta de imagens durante todo o processo.

À medida que esta investigação foi avançando o tema foi-se revelando vivo, ele próprio dono de vontades fortes. Mostrando-me algumas evidências que não pude contornar, forçou-me a repensar o percurso do meu interesse no tema e a considerar novos dados e focos de curiosidade. Esses dados foram surgindo durante a investigação, em particular na análise de um conjunto de capas (na ordem das 600) realizada através de uma grelha definida para esse efeito. Uma questão que surgiu numa fase muito inicial da observação de algumas destas capas foi o revelar de determinados padrões que indicavam uma possibilidade de categorização das capas através da abordagem da sua composição visual. Esses padrões sugeriam que nem sempre o trabalho terá sido feito por um designer, como hoje o entendemos. Na verdade, numa primeira observação, ainda que ligeira, muitas aparentam não possuir um ‘verdadeiro’ design. Se considerarmos — numa forma talvez demasiado simplificada — que design gráfico é o somatório de uma composição bem conseguida de texto e, eventualmente, de imagem, poderá aparentemente concluir-se que, por vezes, nestas capas o tratamento dado à tipografia é algo descuidado e desconhecido. Partindo desta opinião empírica pretende-se recolher um considerável número de capas de livros dos capistas atrás referidos e, por via de uma grelha de análise desenvolvida especificamente para este efeito, averiguar qual das componentes — tipográfica, imagética ou de composição — era preponderante, e se havia consciência disso, ou não neste contexto português.

Através da análise de parâmetros do design e, em particular, da tipografia, tentar-se-á neste estudo avaliar, entre outras coisas, se a sua prática foi a mais adequada. Uma grande percentagem de autores gráficos de capas de livros, neste período, era constituída por artistas e técnicos de variada ordem, encontrando-se entre eles tipógrafos, fotógrafos, arquitectos, pintores, ilustradores, escultores e ceramistas<sup>1</sup>. Alguns deles, mesmo sem talvez o saberem ainda,

<sup>1</sup> Ilustrando esta ideia, dizia António Garcia acerca do seu trabalho: «A minha actividade foi sempre muito multifacetada. Os trabalhos gráficos foram uma parte do meu trabalho. Posso dizer-lhe que tenho sido quase uma ‘mulher-a-dias’ destas actividades. Nunca estive muito fixado em determinado tipo de coisas e nem sequer estou arrependido disso. Fui fazendo os trabalhos que iam aparecendo desde, por exemplo, capas para livros, siglas, marcas, alguns cartazes. Fiz uma série de coisas (...) Mas, entretanto, também fui fazendo trabalhos de arquitectura, de interiores, de decoração, etc. (...) Ilustração nunca fiz». (in Fragoso, 2005: 52).

eram já designers, mas esse termo, aplicado pela primeira vez por Dwiggin<sup>2</sup> em 1922, nos EUA, reclamava particularidades de uma profissão que em Portugal só viria a ser considerada mais tarde.

Neste contexto, as capas de livros eram, portanto, o objecto de estudo natural, nascido da prática continuada, em ateliê. Contudo abatia-se sobre ele alguma dúvida. Sem um objecto de estudo torna-se muito difícil, se não impossível, levar por diante uma investigação com a amplitude e profundidade esperadas numa tese de doutoramento. Por isso esta investigação tomou como objecto de estudo algo que para muitos é duvidoso ou, pelo menos, estranho. Muito daquilo que consumimos diariamente, tal como o pão<sup>3</sup> ou a sopa<sup>4</sup>, torna-se invisível e desmerecedor de um olhar mais atento ou de uma curiosidade mais profunda. As capas dos livros, que são o tema desta investigação, são mais um desses casos. Valorizações de objectos quotidianos desta natureza não são novas. Jan Tschichold<sup>5</sup>, por exemplo, no final da sua carreira, reflectindo no seu trabalho na editora inglesa Penguin confessava: «sinto orgulho do milhão de livros para os quais fui o responsável pela tipografia. Ao pé deles, os dois ou três livros luxuosos que desenhei não têm importância. Não precisamos de livros pretensiosos para os ricos mas sim de mais livros comuns realmente bem desenhados» (Tschichold, 2006: 20).

Contudo, no olhar de muitos, perante o tema da minha investigação, transparecia uma reacção de surpresa que oscilava entre o reconhecimento afectivo do tema, por um lado, e a dúvida, ou até alguma condescendência, por outro. Em suma, uma reacção mais ou menos generalizada de incerteza quanto à utilidade ‘científica’, e à espessura intelectual e artística do tema para uma investigação desta natureza.

Perante esta ideia, antes de prosseguir com a investigação sobre o meu objecto de estudo, vi-me na obrigação de o analisar enquanto objecto em si mesmo. Acabei por concluir que esta reflexão, que eu vira inicialmente como uma fase preliminar desta investigação, seria conveniente e de grande utilidade

2 William Addison Dwiggins (1880–1956) reconhecido calígrafo e designer de tipos e de livros norte americano das décadas de 1920–1930, a quem se atribui a autoria do termo *gráphic design*, em 1922, para descrever as suas actividades de design de livros, ilustração, tipografia, *lettering* e caligrafia. O termo só viria a generalizar-se depois da Segunda Grande Guerra.

3 Dizia Munari (1990: 113): «O designer não se preocupa com fazer um objecto — ainda que este tenha apenas uma função estética, que dure eternamente — mas tende, ao invés, para uma arte a consumir, como o pão (...)».

4 Numa entrevista Saul Bass (1997: 5) afirmava: «Gosto de alimentos vulgares quando são extraordinariamente bem preparados. Como a sopa. Uma boa sopa, um bom pão fresco. Fazem a minha alma cantar». E, de seguida, Strathmore perguntava: «Existe alguma relação desse aspecto com a sua visão do design?» Ao que Bass respondia: «Sim. E com os filmes também. É a noção de pegar em algo vulgar, até um cliché, e trabalhá-lo de forma a obter-se uma experiência totalmente nova. Uma capacidade de transformar o banal em extraordinário».

5 Jan Tschichold (1902–1974), alemão, foi designer, tipógrafo e autor de vários livros que marcaram a tipografia e o design gráfico do séc.xx.

tornar-se parte integrante dela. Deste modo, passou a constituir a sua parte I. Não pretendo, com isso, transformar esta reflexão inicial sobre as capas de livros numa sua promoção, ou numa rápida limpeza do preconceito que pode, eventualmente, cobrir o objecto que elas são. Tampouco pretendo deixar aqui um tratado sobre as capas dos livros. Venho, sim, em sua defesa como objecto merecedor de estudo à luz da disciplina do Design Gráfico até porque, como afirma Snyman (2005: 2) «A actividade editorial é um negócio inextrinca-velmente ligado com o mundo ao seu redor e, como tal, os efeitos da história mundial podem ser vistos em todos os aspectos dos livros, não apenas no seu conteúdo, mas também na sua forma física».

Actualmente, antes de serem objecto material, as capas de livros são imagens que foram sentidas como necessárias por alguém para determinado propósito. E como imagens utilitárias que são pertencem ao grande grupo das imagens mundanas a que somos expostos permanentemente, sobre as quais raramente reflectimos ou nos detemos e a que nos habituámos mais a ver do que a analisar.

Num artigo intitulado *Good History/Bad History*, originalmente publicado em 1990, Kalman (*et al*, 1994: 26) referem este aspecto da falta de pensamento aprofundado sobre as imagens como sendo um dos problemas que mais afectam a história do design. Segundo eles, a história do design tem sido mais mostrada do que escrita, resultando no excesso de matéria para ver, e na insuficiência de matéria para pensar. Este problema, de natureza essencialmente teórica, traz consequências também de ordem prática, uma vez que os principais consumidores de história do design são, eles próprios, produtores de design. Dá-se assim início, e continuidade, a um ciclo que é questionável no que diz respeito ao seu auto-conhecimento intrínseco. Desta forma parecem pensar também os autores quando, ainda no mesmo artigo, continuam: «uma enorme quantidade de design gráfico é produzida por pessoas que olham para as imagens mas que não sabem como pensar sobre elas» (*idem*).

Transpondo este mesmo fenómeno para o nosso tema de estudo, o pensamento parece continuar a fazer sentido. Muito é mostrado e muito pouco é explicado. São já comuns, como referimos, as colecções de capas de livros: físicas — de livros pela sua capa — e virtuais — de imagens de capas de livros em plataformas digitais. Multiplicam-se, como já referimos, os *sites*, *blogues*, *álbuns* e *boards* com recolhas mais ou menos enquadradas conceptualmente, ou apenas determinadas pelo gosto pessoal do seu curador, mas quase sempre pouco analisadas, individual e colectivamente, enquanto património visual. Também por esse motivo a análise das capas de livros portuguesas se mantém como tema válido e até como via por percorrer no estudo do design gráfico; uma tentativa de conquistar e cartografar o mar de imagens de capas com que vivemos. Porque, e citando ainda Kalman (*idem*): «O estudo da história do design é uma forma de filtrar o passado; uma forma de seleccionar o que é importante lembrar, moldando-o e classificando-o. É ainda uma forma de seleccionar o que é importante esquecer».

Segundo Lupton e Miller, à semelhança do que aconteceu na pintura e na arquitectura, o design gráfico almeja ir além desse lado útil — que, sem dúvida, tem — para assim se tornar numa experiência mais rica, deixando de ser exercida de forma apenas pragmática, para passar a existir também enquanto actividade dos sentidos e do intelecto. Contudo, referem os mesmos autores, faltarlhe-ia ainda uma autoconsciência histórica, tão usual noutras áreas de estudo nas humanidades. Segundo eles, houve já alguns historiadores de design<sup>6</sup> que estabeleceram e relacionaram um encadeamento de manifestações marcantes, colectivas e individuais, e que assim dotaram o design da sua própria história, revestindo-o de um enquadramento e de uma herança, e, por conseguinte, de uma consciência próprias, através das quais, pela teoria, se torna mais forte a prática. Lupton e Miller, um pouco à semelhança do que fez Robert Bringhurst<sup>7</sup> na tipografia, defendem, contudo, que essa teoria poderia ser antes construída em paralelo com outras formas de expressão (Lupton, Miller, 1999: 189).

O design gráfico tem a ganhar com uma teoria e uma história próprias, estruturadas, profundas, críticas e conhecidas. Como outras disciplinas fizeram no passado, é através desse discurso, resultante do auto-conhecimento e da fundamentação teórica, que o design gráfico tem conquistado o reconhecimento social e académico de que precisa para se constituir como domínio autónomo. Ainda que não pareça, esses conhecimentos teóricos têm resultados práticos valiosos. Como afirma o designer Kenya Hara (2008: 19): «*verbalizing design is another act of design*». Pensar e verbalizar o design mune o designer de pensamento, poder de fundamentação e argumentação que, sejam eles pensamentos críticos ou criativos, são racionais e sólidos, como alicerces. Justamente por isso, asseguram uma postura vertical, protegendo-a tanto da força do seu próprio peso como do confronto com elementos externos. Por isso, o designer, munido de um discurso teórico, torna-se um profissional mais habilitado para a prática qualificada do design, capaz de rebater eficazmente ideias pouco sustentáveis, tanto do próprio como de outros. Ganha também sentido, identidade e uma melhor percepção do seu papel, lado a lado com as artes e as tecnologias, na oferta de bens e serviços, sejam eles comerciais, sociais, institucionais ou culturais. O próprio Steven Heller<sup>8</sup> (1994: xiii), num dos seus inúmeros prefácios e textos de introdução em livros sobre design, vai ao encontro do aqui exposto. Segundo Heller, os «ismos» do design (entenda-se teoria) ajudarão a legitimar a profissão no design gráfico tal como já fizeram na arquitectura e no design industrial. Para Heller, essa poderá ser uma das vias de resolução das frequentes queixas deixadas por designers quanto ao pouco reconhecimento e significado

6 Lupton e Miller referem MARGOLIN, Victor (1988) — *A Decade of Design History in the United States, 1977–88*.

7 Robert Bringhurst (n. 1946) norte americano a viver na Canadá, é um reconhecido especialista em tipografia, autor, professor, poeta e tradutor.

8 Steven Heller (n. 1950), norte americano, é professor na School of Visual Arts em Nova Iorque, e um profíquo autor em design com mais de uma centena de livros publicados. Foi director de arte no *New York Times Book Review* durante 30 anos mantendo-se até hoje como colaborador regular desse jornal.

cultural e social que sentem pelo seu trabalho. O ciclo do design gráfico resulta, desta forma, fortalecido nas e pelas suas próprias componentes: as palavras alicerçam as imagens, que alimentam as palavras, que alicerçam as imagens que... e assim infinitamente. E regressamos à ideia: antes de serem objecto as capas de livros são imagens.

No seu livro *Ver, Compreender, Analisar as Imagens*, Laurent Gervereau (2007: 32) refere o papel secundário que, durante muito tempo, as imagens desempenharam para a História, ao confirmar que «com efeito as imagens foram durante muito tempo consideradas pelos historiadores simples ilustrações, ou seja, adorno para confirmar o texto, negando-lhes qualquer qualidade de fonte com valor em si mesma». Mas, contraria o autor um pouco mais adiante: «as imagens podem tornar-se autênticos objectos de estudo em si mesmas (...)», embora «a questão do estudo da imagem na história continue, com efeito, a ser um debate em suspenso» (*idem*). No caso concreto deste estudo, não se trata tanto da História, mas sim da História do Design. E se, como já referimos atrás, é de evitar fazer História de Design apenas com imagens, também não é possível fazer a primeira sem as últimas. Partimos assim das imagens mas não de forma isolada. Nem tal nos parece possível. Essas imagens carregam com elas um passado, ou contexto, que não pode ser ignorado pois criou as circunstâncias em que as imagens foram geradas, condicionando-as. E essas condicionantes podem ser de variada natureza: artísticas, culturais, históricas, geográficas, económicas, políticas, etc.

As autoras Johanna Drucker e Emily McVarish (2013: xxviii), no seu *Graphic Design History, a Critical Guide*, corroboram esta ideia. Segundo elas, o estudo de qualquer pedaço de imagem rapidamente conduz a uma averiguação culturalmente rica. Quer apresentem objectos ou figuras, seja o seu intuito o estudo ou a fantasia, as imagens fazem prontamente parte de algo mais profundo e que não se extingue nelas mesmas. Frequentemente funcionam como embaixadoras de determinado sistema ou orientação de pensamento, enraizado em movimentos como o Classicismo, o Romantismo, ou o Racionalismo nos quais, mesmo os valores mais fundamentais como a clareza, a legibilidade, a harmonia e a proporção, estão carregados de significados culturais. Conclui-se então que estudar as imagens levanta questões que vão além do que é visível nas próprias imagens. E que elas podem carregar mais informação do que aquela que parecem mostrar através somente da sua existência ou condição de objecto visível. Surjem então perguntas de vária ordem, para alcançar essa mensagem invisível nas imagens. Antes de mais, que imagens, ou que capas, escolher? Por que motivo? E, logo depois, outra pergunta maior: Que questões colocar a essas imagens? Com que fim? Como formulá-las? Enfim, que abordagem fazer?

Gervereau (2007: 20–23) faz um apanhado de várias abordagens tomadas por reconhecidos estudiosos de imagens<sup>9</sup>. Segundo este autor, os métodos desses investigadores podem ir da realização de «um simples estudo formal, levando em conta os documentos que testemunham as tendências políticas,



poéticas, religiosas, filosóficas e sociais da personalidade, e da época ou do país em estudo», ou ficarem-se pela «narração da vida do autor e pelo seu percurso». Outras «partem do inventário e da descrição dos documentos». Outras ainda «utilizam as suas investigações sobre o ambiente da obra para a interpretação». Finalmente, alguns «usam a comparação. Utilizam a semiologia, a filosofia, a sociologia, a psicanálise». Nesta investigação serão colocadas essencialmente questões de ordem técnica do design gráfico. Serão feitas perguntas às imagens e/ou aos objectos que as capas de livro representam, levando em consideração o seu contexto e deixando espaço para a comparação e a descoberta de influências sofridas ou infligidas.

À luz desta abordagem, o tema das capas de livros, à medida que foi sendo trabalhado, revelou ter espessura e ser merecedor de investigação, estudo e registo.

As capas de livros portuguesas do período escolhido, 1940–1970, aparentam ser suficientes para uma análise válida e para um conjunto sólido de conclusões. Não apenas pela qualidade gráfica do seu *corpus*, mas também pelo seu número, que é expressivo, compondo cerca de seis centenas. Elas têm interesse não só enquanto expressão individual, mas também colectiva, e constituem, no seu conjunto, uma paisagem visual que revela interessantes especificidades nacionais para o design gráfico. Tal como afirmou Owens (2008: 71): «Inescapavelmente, o design gráfico mantém-se parte da cultura material. É aqui, na forma do objeto livro que se torna tangível a intersecção da história do design gráfico com a história das ideias». Através destas capas foi possível não só obter-se uma amostra da maneira de fazer e praticar o desenho de capas, como também obter informação sobre o gosto, as ideias e a cultura visual da época, — em particular do universo do editor, do autor e do artista gráfico — com vista ao público português desse tempo.

Este estudo divide-se em quatro partes e sete capítulos organizados da seguinte forma: à primeira parte corresponde o primeiro capítulo e nela é feita uma reflexão sobre o que é, ou o que pode ser, a capa de um livro;

A segunda parte é constituída pelos capítulos dois, onde é feito um enquadramento histórico do aparecimento e evolução das capas de livro. Mais do que um enquadramento é feita uma linha do tempo através de duas narrativas paralelas — a textual e a visual (cuja evidência se vai demonstrando ao longo da tese de forma teórica, empírica e prática, e em cuja legendagem se optou por indicar título do livro, nome do capista, nome e local da editora e data, salvo quando desconhecida alguma dos dados referidos) — e que aqui e ali se vão tocando, mas que, apesar de seguirem um mesmo curso podem ser lidas isoladamente. Ainda na parte dois, mas já no capítulo três, é feita uma descrição do contexto específico português do período e dos capistas em estudo;

A terceira parte inclui os capítulos quatro — no qual é apresentado e justificado o questionário para recolha de dados; E o capítulo cinco — onde, através de gráficos, é feita a apresentação quantitativa e leitura qualitativa da informação e onde são divulgadas conclusões específicas relativas aos dados

recolhidos no questionário. Ainda no capítulo cinco, é feita a apresentação das conclusões gerais da investigação obtidas pela articulação das conclusões apresentadas ao longo do documento, no final de cada capítulo;

Finalmente, na quarta parte incluem-se o capítulo seis — onde são disponibilizados os anexos — nomeadamente as fichas de recolha individual de dados, as imagens das capas e uma apresentação comparativa dos dados. E, finalmente, o capítulo sete onde estão referenciadas as fontes consultadas.

Embora a tese seja composta numa narrativa lógica sequencial, toda ela é informada pelo conhecimento empírico permitindo que a obtenção de conclusões em alguns capítulos seja enriquecida e informada pela análise feita em capítulos seguintes.

Ao longo desta tese serão tratadas muitas capas. Contudo, não será considerado o conteúdo literário dos livros a que pertencem. Não é pois intenção desta investigação avaliar a relação das capas dos livros com o seu conteúdo textual. As capas serão analisadas sobretudo em termos visuais, podendo estes ser formais ou técnicos, relativos à composição, à imagem, às letras e à tipografia.

Se uma tese de doutoramento pode ser comparada a uma viagem, esta foi uma viagem longa. Parto para esta investigação com o esboço de uma teoria que pretendo verificar, sem contudo fechar portas a eventuais destinos que possam contrariá-la, ou alterá-la numa direcção não prevista. Por essa razão, e para evitar o esquecimento deste propósito, levo comigo, como se fosse um conselho, esta frase de Bruno Munari (1990:54):

«A investigação objectiva é inseparável de uma despersonalização da análise. O investigador não deve tender para procurar dar às suas pesquisas a solução que subjectivamente mais lhe agradaria».



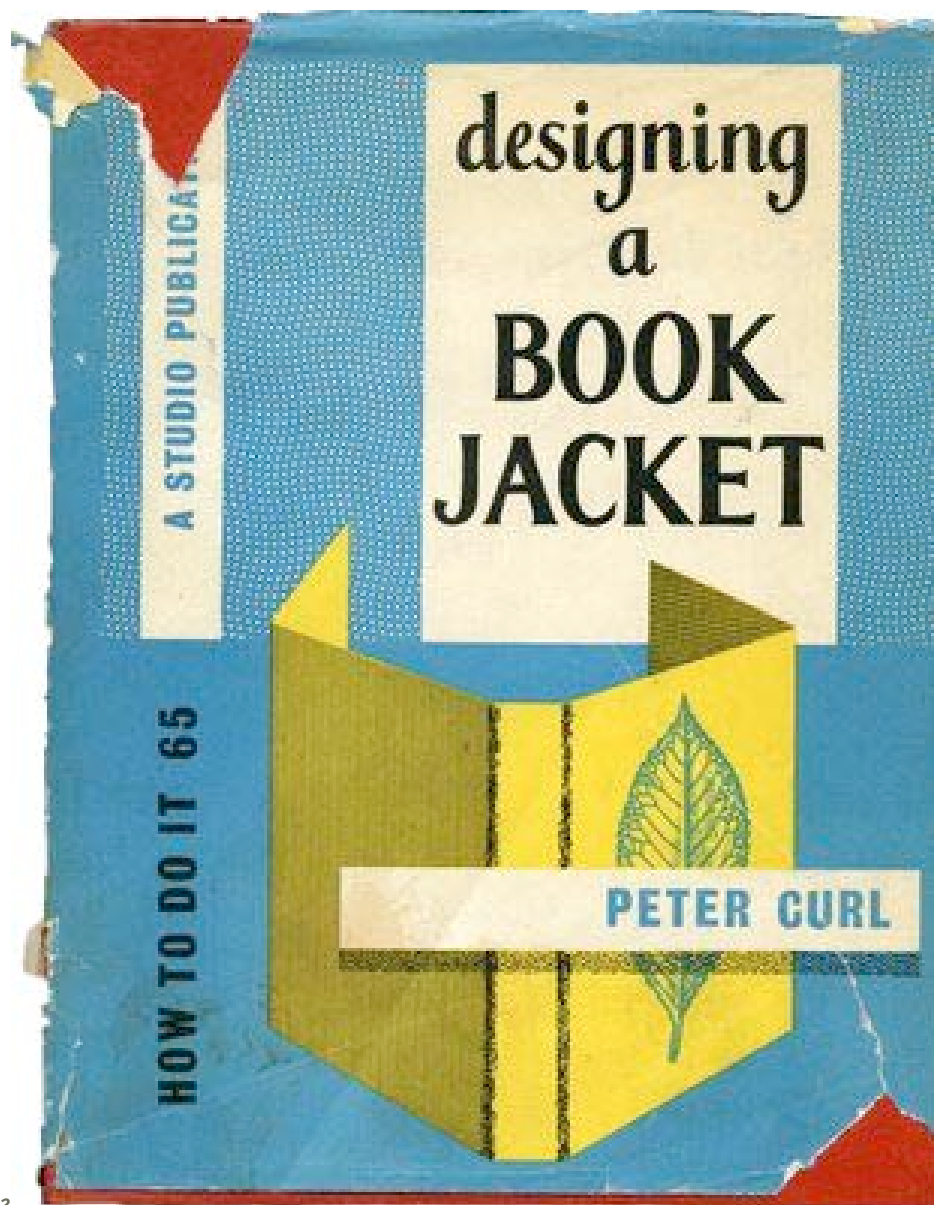


1.  
**AS CAPAS  
COMO TEMA**

*São as capas  
um tema válido?*

2. Sobrecapa  
de autor não  
identificado para  
*Designing a Book  
Jacket*, de Peter  
Curl. Londres,  
The Studio  
Publications,  
1956.

—  
\*Lyons, 2011: 12



2.

OS AUTORES NÃO ESCREVEM  
LIVROS; ESCREVEM TEXTOS.  
— *Martyn Lyons\**

### 1.1. SIMBIOSE SUJEITO/OBJECTO

A PÁGINA NÚMERO 200 das 1252 que compõem o *Dicionário do Livro*, é inteiramente dedicada à capa e contém 23 entradas. Nela se pode ler que, genericamente, a capa é a:

«parte exterior de um documento, seja de que matéria for, destinado a protegê-lo; pode conter o título da obra, o nome do autor e do editor, a data, etc. Cobertura. Página de cobertura. Folha de papel sobre a qual se imprime o título da obra e que a envolve, enquanto brochura; nos livros modernos é usualmente feita em papel, com desenhos mais ou menos vivos e atraentes.»

Ainda segundo o mesmo dicionário, a sobrecapa é apresentada como: «uma folha impressa, de papel forte ou de qualquer outro material, que envolve a capa de um livro quando da sua publicação. Capa de protecção. Cobrecapa. Sobrecoberta. Guarda-pó. Jaqueta. *Dust jacket*. Camisa. Não faz parte dele e é facilmente separável; muito usada nos últimos anos, o seu emprego generalizou-se tanto para livros brochados como para livros encadernados; tem a vantagem de tornar o livro mais atraente servindo, deste modo, fins de propaganda comercial, além de que o resguarda e protege, especialmente se se trata de uma edição de luxo.»

(Faria e Pericão, 2008: 199–200)

Resumindo, por capa de livro entende-se uma superfície plana, habitualmente de cartolina impressa, que pode ser mais ou menos rígida, cuja função é proteger o miolo e apresentar e distinguir o livro a que está agarrada, envolvendo-lhe a frente, a lombada e as costas. Seguindo esta definição, dependendo do sentido dado pelo contexto, nesta investigação poderá entender-se por capa o plano total, a frente ou, nos casos de livros de capa dura ou ‘cega’, a sua sobrecapa.

As capas dos livros não constituem um objecto por si. Elas existem apenas porque, antes delas, existem os livros. Quando separadas dos livros a que pertencem, as capas tornam-se objectos sem dono nem utilidade, descartáveis, deixando de fazer sentido e de ter uma razão para ser. Contudo, segundo Drucker (2013: xxvi), «todo o artefacto gráfico expressa um ponto de vista que, implícita ou explicitamente, participa em estruturas poderosas que levam a um controlo, mais ou menos subtil, dos modos de pensar e agir». E se é verdade que as capas não existem por si só, precisando do livro, não é menos verdadeiro que o livro sem capa fica muito aquém do seu estado de plenitude. Torna-se oportuno esclarecer, neste ponto, que apesar de ser frequente a fusão das ideias de livro e de texto, elas não são uma nem a mesma coisa. Se o primeiro — o texto — é o espírito, o segundo — o livro — é o corpo. Ora o corpo é o veículo físico do espírito e das ideias, o meio que o facilita, e possibilita que o texto chegue a muitos receptores, poderemos mesmo dizer, ao seu destino. E, por conseguinte, se o livro é o corpo do texto, a capa é a sua cara. Sem ela o livro fica incompleto.

Esta clara distinção entre texto e livro foi taxativamente explicitada por Roger Stoddart, premiado curador de Livros Raros da Biblioteca da Universidade de Harvard. Afirma ele: «Façam o que fizerem, os autores não escrevem livros. Os livros não são de modo nenhum escritos. São manufacturados por escribas e outros artesãos, por mecânicos e outros engenheiros, e por impressoras e outras máquinas» (*apud* Chartier, 1998: 126). Certamente que para estas afirmações contribui a distinção, feita a partir do séc. XVII, entre escritor e autor: «o escritor é aquele que escreve mas que não tem necessariamente obra publicada, enquanto a figura autoral remete para a circulação impressa e de um nome que, através dela, ganha a legitimidade deste estatuto» (Babo, 1993: 135). Portanto, escritor é aquele que escreve textos, e autor é aquele que não só os escreve como os publica, ou seja, os torna públicos. Concluímos então que, no campo da escrita, um autor é sempre um escritor, mas o contrário pode já não ser verdadeiro. Ao fazer-se a distinção entre escritor e autor estava já, implícita e inerentemente, a fazer-se também a distinção entre texto e livro. Temos então que um escritor não é necessariamente um autor, e um texto não é necessariamente um livro. O livro pertence já a esse reino duplo do prático e do teórico, do físico e do espiritual. Instrumento e memória, como o colocou Jorge Luís Borges (1999: vol 1, 171) numa aula proferida em 1978, na Universidade de Belgrano, em Buenos Aires: «Dos diversos instrumentos do homem, o mais assombroso é, indubitavelmente, o livro. Os outros são extensões do seu corpo. O microscópio e o telescópio são extensões da vista; o telefone é o prolongamento da voz; seguem-se o arado e a espada, extensões do seu braço. Mas o livro é outra coisa: o livro é uma extensão da memória e da imaginação.»

Segundo Furtado (1995: 21) também Diderot terá abordado esta visão dicotómica do livro enquanto objecto que é, simultaneamente, espiritual e físico. Diz ele que:

«o livro é também uma realidade objectual, ‘fabricado’ pelo editor, inserido num circuito comercial cujos aspectos económicos não po-

dem ser descurados. Diderot vai, também ele, estabelecer o conceito de livro como realidade dupla, espiritual e material, lançando, no entanto, à posteridade, algumas questões metafísicas e jurídicas por resolver. Entre elas, a dificuldade de passar da essência espiritual do livro para a realidade da sua materialização num objecto mercantil».

Temos assim que o livro é algo impregnado de ambiguidade, ou antes, de duplicidade: ele é ‘matéria’, no sentido de assunto, e material, no sentido de objecto. A primeira pertence ao campo das ideias, do discurso, do conhecimento, da teoria e da memória; a segunda ao reino do palpável, do físico, do objectual. No livro, matéria e material interligam-se, possibilitando-se e dependendo um do outro. Não faz sentido haver um livro sem algum tipo de discurso, — não chegaria a ser um livro, seria apenas um caderno para apontamentos, ou *O Livro em Branco*<sup>10</sup> — não sendo também possível a existência de um livro sem algum tipo de suporte: antes o papel, agora, para além deste, o suporte sonoro ou electrónico. Nesta dissertação será considerado apenas o suporte físico em papel. Um texto pode, portanto, passar sem capa, mas um livro só dificilmente o conseguirá. Recapitulando, temos então que se, por um lado, a ausência do livro torna inútil a capa, por outro, a inexistência de capa deixa altamente vulnerável o livro. Objectivamente, nos dias de hoje, um livro sem capa é um objecto que não está resolvido, ou seja, é um objecto que não o é completamente: ou porque ainda não foi, ou porque, tendo sido, deixou entretanto de ser. Sem capa, o livro espera alguma coisa, sofre de uma deficiência, exhibe uma falta. Em suma, perde dignidade e individualidade.

Não se pretende, contudo, fazer aqui a apologia da capa por si só. Ela existe, sempre, para completar o seu livro. De resto, o mesmo é válido para qualquer peça de design; serve sempre algo exterior a si mesma. A propósito desta ideia de serviço a outrem, Gunnar Swanson (1997: 69) faz uma afirmação interessante num artigo publicado originalmente em 1994, intitulado «Graphic Design Education as a Liberal Art: design and knowledge in the university and the real world». Diz o autor que «(...) o design não tem tema de estudo próprio — apenas existe na prática enquanto relacionado com os requisitos de determinados projetos. O caminho do progresso para esta disciplina não é definido pelo próximo grande problema de design que está por resolver. O design é "integrador» no sentido em que, não tendo tema de estudo próprio, encerra o potencial de ligar disciplinas» (Swanson, 1997: 14) na sua função de facilitar respostas às necessidades de comunicação externas a si mesmo. Ele torna-se uma espécie de massa de ligação sem a qual nem problema nem resposta se encontrariam. O design é um conectador da ligação problema-solução.

Regressando ao universo dos livros e das suas capas, confirmamos que não devemos esquecer nunca que a capa serve o livro, e que capa alguma pode ser considerada boa se não estiver ao serviço do livro, e se não o fizer bem.

<sup>10</sup> Livro, cujo miolo estava literalmente em branco, com múltiplas reedições em Portugal na década de 1980.



O protagonismo dado à capa do livro é aceitável apenas no sentido de ela ser a tal «cara», o ponto focal e, regra geral, o primeiro contacto visual que temos com determinado livro. É nesse sentido que ela ganha, compreensivamente, um valor e uma atenção especial por parte do editor, do designer, do autor e do público.

A propósito dessa primeira impressão que um livro nos pode causar, diz Schwanitz (2004: 458):

«Também com o livro convém começarmos por travar conhecimento. Se a obra em questão for literária, a fama ou reputação do autor pode ser uma orientação; talvez já o conheçamos através de outras obras, ou tenhamos lido uma recensão crítica; se tivermos o livro entre mãos numa livraria, lemos algumas passagens escolhidas ao acaso ou segundo algum critério particular e damos uma vista de olhos no texto da badana ou de contracapa. Este último tem evidentemente funções publicitárias, apregoando o livro como uma arrebatadora e fascinante obra literária. Mas, e apesar deste inconveniente, encontramos ali uma grande quantidade de informações úteis: em regra ficamos a saber algo sobre o género em que o livro se enquadra (thriller, história de amor, saga familiar, etc.) e ficamos a saber algo sobre o grupo-alvo a que a editora apela (velhas senhoras, intelectuais) assim como sobre o nível da obra (entretenimento, kitsch, literatura de qualidade) (...)».

Há, portanto, uma série de primeiros sinais que nos são dados a "ler" e a ver, mesmo antes de abirmos um livro, ou sequer de lhe pegarmos. Mas mesmo depois de o termos nas mãos, a nossa opinião sobre o livro vai sendo construída. Para isso recorremos a aspectos observáveis como as suas dimensões, espessura, editora, desenho, materiais, efeitos usados na capa, etc. Quando finalmente abrimos o livro para o lermos, na verdade temos já uma série de informações que nos permitem formar uma opinião sobre aquele livro. Percorreu-se já um caminho que foi construindo em nós uma determinada ideia.

### 1.1.1. ANATOMIA DA CAPA

Este processo, agora habitual, nem sempre se deu desta forma. Na verdade ele foi crescendo e evoluindo com as capas, tendo origem numa era em que as capas, ao contrário do que abordámos atrás, antes de serem imagem eram apenas objecto. Um objecto que pouco dava a conhecer. E é essa não comunicação, confirma Chartier (1988: 127) «essa distância, que é justamente o espaço em que se constrói o sentido, que foi esquecido durante demasiado tempo (...)».

Este primeiro sentido é conseguido através de um número de dados que está estipulado pelo senso comum entrarem na capa do livro, podendo distribuir-se pela frente, pela lombada, pelas costas, pelas badanas ou orelhas e pela cinta. Segundo Genette (1997: 27) o habitual e virtualmente obrigatório

é a frente da capa conter indicações sobre o nome do autor, o título do livro e o símbolo da editora que o publica. No entanto, ainda segundo ele, a lista de conteúdos — apesar de ser desconhecido que tenha algum dia existido uma capa em que fossem explicitados em simultâneo — poderá ser bem mais extensa e ser distribuída da forma que a seguir se apresenta.

#### **FRENTE DA CAPA**

Nome ou pseudónimo do autor  
 Título(s) do(s) autor(s) [ por exemplo, Professor, Doutor, etc.]  
 Título  
 Indicação do género literário  
 Nome do tradutor  
 Nome do tradutor, do prefaciador ou do coordenador  
 Dedicatória  
 Epígrafe  
 Retrato do autor ou do alvo do estudo, em estudos biográficos ou críticos  
*Facsimile* da assinatura do autor  
 Ilustração específica  
 Nome do coordenador da colecção  
 No caso de uma re-impresão, menção da colecção original  
 Nome, marca, iniciais ou colofon do editor  
 Morada do editor  
 Tiragem ou número da edição  
 Data  
 Preço

#### **LOMBADA**

Nome do autor  
 Marca do editor  
 Título

#### **CONTRACAPA**

Nome do autor  
 Título do livro  
 Notas biográficas  
 Citações de imprensa ou elogios sobre anteriores títulos do mesmo autor  
 Indicação de outros títulos publicados pelo mesmo editor  
 Indicação do género literário  
 Declaração de Intenções ou princípios da colecção  
 Número de exemplares  
 Identificação do impressor da capa  
 Identificação do ilustrador ou do designer da capa  
 Preço  
 ISBN

### Código de barras Publicidade paga (...)

A esta lista de Genette poderemos acrescentar ainda, particularmente no caso de uma coleção extensa, o número do livro, habitualmente exposto na lombada e contracapa, ou na lombada e frente da capa.

Apesar da construção de significados, que pode ser obtida através da leitura da extensa lista de dados possíveis de constar numa contracapa, é curioso verificar que o contrário também é verdadeiro. Isto é, se os dados são passíveis de serem 'lidos', a sua ausência também o é. Um exemplo disso mesmo pode ser uma contracapa, ou badanas que não usem nenhum do seu espaço útil para dispor informação. Essa mesma ausência de informação, esse espaço deixado vazio, esse 'desperdício' pode, por si só, ser também interpretado, por exemplo, como um sinal de superior qualidade do objecto.

Através da capa a evolução do objecto livro foi um processo lento que o foi carregando de sentidos e significados (estilos literários, públicos, estereótipos, preconceitos, admirações, estatuto,...) que podem ser mais ou menos implícitos ou explícitos, mais ou menos considerados ou valorizados, mas é por todos sentida de uma forma ou de outra. Intimamente ligada a este aspecto da capa, e da primeira impressão que ela causa, está a informação, ou dados, que ela suporta. Aquilo a que Genette chamou de «paratextos» estão envolvidos, e até comprometidos, com o processo que transforma um texto num livro. Um pouco à semelhança do que defendi até aqui relativamente às capas, este autor considera, em relação àquilo que denomina de «paratextos», que «um trabalho literário consiste, inteira ou sequencialmente, de um texto, definido (muito minimamente) como uma sequência mais ou menos longa de afirmações verbais mais ou menos embuídas de significado»<sup>11</sup>. E tal como chamo a atenção para a relação capa/livro, também Genette (1997: 410) defende, relativamente à dicotomia livro/paratextos, que «o paratexto é apenas um assistente, apenas um acessório do texto», e continua: «consequentemente o discurso no paratexto não deve nunca esquecer que assenta num discurso que assenta num discurso, e que o significado dos seus objectos depende do objecto do seu significado». É aliás curioso reparar que uma capa vive de e para os paratextos. Ela alberga esses textos, que ainda não são o texto, mas já são o livro; aquilo a que os designers de capas chamam «conteúdos», a matéria-prima, os ingredientes de que precisam para desenhar o seu trabalho, neste caso, a capa do livro. Esta serve-se desses conteúdos para também melhor os poder servir.

11 Texto que, segundo Genette (1997: 1) «raramente é apresentado em estado simples, sem o reforço e a companhia de um determinado número de produções verbais tais como o nome do seu autor, o título, o prefácio, ilustrações. E, apesar de nem sempre sabermos se estas produções deverão ser consideradas parte do texto, seja como for, elas rodeiam-no e estendem-no, precisamente para o apresentar, no sentido comum do verbo, mas também num sentido mais forte: de tornar presente, de assegurar a presença do texto no mundo; a sua recepção e consumo em forma de livro. Estes produtos de companhia, que variam em extensão e aparência, constituem aquilo que eu chamei de paratextos».

Mas Genette (1997: 7) reclama ainda atenção para outro tipo de paratexto, para além dos que são na verdade textuais, como o nome do autor, do editor ou do próprio livro. Ele refere que há ainda outro nível de paratextos, que são já manifestações carregadas de sentido, e, por isso, ainda que não sejam textuais, eles são ‘legíveis’. Segundo este autor «(...) quase sempre um paratexto é, ele próprio, um texto: se ainda não for *o* texto, é já *algum* texto. Mas não devemos esquecer que o valor paratextual pode estar revestido por outras formas de manifestação: estas podem ser icónicas (ilustração), materiais (por exemplo tudo aquilo que origina aquelas, por vezes muito significativas escolhas tipográficas no fazer de um livro), ou puramente factuais». O aspecto visual dado aos conteúdos é já, por si só, passível de leitura. Sobre isto nos debruçaremos com maior detalhe mais adiante.

### 1.1.2. ESTATUTO DE AMBIGUIDADE

A capa, com toda a informação que exhibe, seja ela mais ou menos legível, é um lugar duvidoso, um espaço ambíguo. Já é livro mas ainda não é *o* livro, já é leitura mas ainda não *a* leitura. Revela uma parte mas resguarda a restante. Assim também considera Weedon (2007: 117) no caso referindo-se especificamente, às capas ilustradas que na sua opinião são «um anúncio e uma provocação, parcialmente reveladora, parcialmente ocultando o conteúdo. É o limiar entre a arena pública comercial em que o livro está à venda e o mundo mais íntimo do texto onde o autor nos fala a sós. Na livraria ou na biblioteca é um espaço de negociação e decisão».

Assim, a capa apresenta, representa, convida, recebe, induz, seduz. Carregada de decisões e intenções por parte dos seus agentes (editor, autor, designer), da capa pode dizer-se o que atrás se disse dos paratextos: são eles que permitem que o texto se transforme num livro e assim possa ser oferecido aos seus leitores. Mais do que uma fronteira ou cercadura, o paratexto é um limiar; ou aquilo que Borges<sup>12</sup> chamou ao prefácio — um «vestíbulo» — que oferece ao mundo em geral a possibilidade de entrar, ou de virar costas. Os paratextos são, assim, uma zona indefinida sem um limite determinado, «uma franja do texto impresso que, na verdade, controla toda a nossa leitura integral do texto», como diz Genette (1997: 2) servindo-se das palavras de Philippe le Jeune, e insiste ainda considerando-o «um sítio privilegiado de pragmáticas e estratégia, de uma influência no público (...) ao serviço de uma recepção melhor e mais pertinente do texto» (1997: 2).

Dentro dos paratextos há ainda os peritextos do editor, elementos introduzidos num livro e cuja responsabilidade é principalmente da sua editora. Trata-se daquelas zonas do livro que existem apenas devido ao facto de ele ser publicado e dado a ler ao público. Referimo-nos à capa, folhas de rosto e outros apêndices, bem como aspectos relativos à construção da materialidade do livro, como sejam o seu formato, o papel, o tipo de letra usado e por aí fora, que são executadas pelo compositor e impressor, mas são definidas pelo seu

12 (in Genette 1997: 2)

editor, eventualmente com a consulta ao autor (Genette, 1997: 16). Estes peritextos fornecem, ou contribuem seriamente, para essa tal primeira impressão, conhecimento ou reconhecimento que fazemos de um livro, mesmo antes de o abrirmos.<sup>13</sup> A capa<sup>14</sup> torna-se, então, uma primeira leitura, um primeiro conceito daquele livro, daquele texto. Essa ideia, ou noção, pode condicionar mais ou menos a leitura do texto, tal como um cenário (as suas cores, época e ambiente representados) condiciona o público de uma peça de teatro. Ou seja, as imagens, condicionam o texto (que condicionou as imagens). Ora, se as imagens condicionam, ainda que fracamente, os textos, então dá-se, em certa medida, uma inversão do sentido da leitura. A linguagem visual, ou aspectos que a ela pertencem, determinam parte da leitura e dos conceitos assimilados. Acontece então, de uma forma mais ligeira e visual, aquilo que Saussure defendeu contra o que estava dado com certo para a linguística: não são os conceitos ou as ideias que determinam a linguagem mas o contrário. Segundo Ellen Lupton e Abbott Miller (1994: 20) «o Darwin da linguística foi Ferdinand de Saussure (1857–1913), que destruiu a assunção comum de que a linguagem existe para representar ideias. Enquanto que a linguagem é vulgarmente vista como uma colecção de nomes atribuídos para precisar conceitos, Saussure argumenta que sem linguagem não há conceitos (...)». A linguagem é que determina os conceitos. Quando pensamos, fazêmo-lo com determinadas ferramentas de linguagem. E essas ferramentas, ao serem específicas e particulares, possibilitam resultados, ou pensamentos, ou conceitos também eles particulares. Os segundos dependem, pois, da primeira.

O mesmo se pode considerar também com as capas dos livros, uma vez que a leitura do texto do livro é condicionada pela leitura do seu objecto. Dá-se um ‘contágio’. As coisas acontecem em determinados contextos e quase sempre derivam dos seus condicionantes. Pullman (1998: 112) sintetiza muito bem esta ideia num artigo que publicou intitulado «Some Things Change» onde diz que «nada acontece fora de contexto. São poucas as coisas que fazemos que não têm precedente. É importante perceber como uma coisa encaixa na família maior de coisas a que pertence. Não se pode apreciar a variação se não conhecemos o tema». Portanto, aquilo que, por vezes, tomamos como ordem única e natural

13 «Habitualmente estes itens, sejam eles verbais, numéricos ou iconográficos são complementados por outros, mais compreensíveis, que fazem parte do design da capa, identidade visual da editora, da colecção ou do conjunto de colecções. A simples cor do papel escolhido para a capa pode dar fortes indicações sobre que tipo de livro se trata. No início do século xx, as capas amarelas eram sinónimo de livros franceses licenciosos. Genette cita Butor: «lembro-me do tom escandalizado com que um clérigo, que seguia num comboio Britânico, se virou para uma amiga minha dizendo-lhe: ‘Minha senhora, não sabe que Deus a vê a ler esse livro amarelo?’ (...) um outro exemplo, mais subtil, é o de uma capa recente da tradução francesa do Doutor Fausto, de Thomas Mann, que mostrava uma folha de papel com uma nota musical impressa muito levemente» (Genette, 1997: 25).

14 Em última análise, a parte objectual do livro ou, segundo Chartier (1988: 26–127), «os dispositivos que resultam da passagem [do texto] a livro ou a impresso, produzidos pela decisão editorial ou pelo trabalho da oficina», poderão ter «em vista leitores ou leituras que podem não estar de modo nenhum em conformidade com os pretendidos pelo autor».

pode questionar-se podendo coexistir várias ordens correctas em simultâneo. Se da semente virão a surgir, um dia, os frutos, também é certo que do fruto surgirão outras sementes.

Parece-nos que a conclusão obtida por Roland Barthes relativamente à fotografia e ao seu objecto pode ser alcançada de forma semelhante na relação da capa com o livro. Diz Barthes (2006: 21) que «a fotografia transforma o sujeito em objecto». Eu aproprio-me dessa conclusão transpondo-a para o universo dos livros — salvaguardando de antemão o valor de outras parcelas e valências que contribuem para a construção do objecto livro — a capa contribui para essa transformação de sujeito em objecto, do sujeito texto em objecto livro. Obtém-se com ela um objecto mais individualizado, mais visual, mais táctil, sendo a capa um contributo para que se alcance esse papel tão importante para o objecto: ele carrega a mensagem, transporta-a, possibilita-a; sem ele a mensagem não vai muito longe. O sujeito é, pois, a mensagem e o objecto o seu veículo. O sujeito é o texto mas, como já vimos atrás, sabemos que sujeito e objecto são coisas distintas e que ter um texto não significa o mesmo que ter um livro, sendo preciso, para obter este último, uma cadeia de valências materiais, técnicas, estratégicas, financeiras, etc. Lyons (2011: 12) é peremptório nesta separação da parte física da textual do livro, ao defender que «os autores não escrevem livros; escrevem textos». Portanto, eles não são a mesma coisa, o texto é uma parte do processo encadeado que termina no livro. E Lyons continua, detalhando as diversas outras fases que concorrem para o mesmo fim físico do livro, referindo, primeiro, os factores relativos ao pensamento como estratégia, decisão e projecto, «os textos são formatados, transformados e interpretados por editores, designers e ilustradores. A escolha de formato, papel e preço tem de ser feita pelo editor». E o autor vai depois ainda mais longe, enumerando os aspectos materiais do fabrico do livro: «o próprio papel tem de ser produzido. Os textos têm de ser compostos em tipos, impressos e encadernados; no início os livros tinham de ser copiados à mão pelos escribas» (*idem*).

O livro enquanto objecto é, pois, resultado de um somatório encadeado das acções levadas a cabo por especialistas de vária ordem, sendo a sua capa uma dessas etapas determinantes.

### 1.1.3. PEGAR NO LIVRO PARA LER O TEXTO

O objecto livro é pois um curioso resultado de valências; ele tem muito de teórico e muito de prático, sendo que é frequentemente esquecida a sua componente física e palpável, olhada como algo menor, longe do mundo do intelecto e das ideias, e indigna de ser explicitamente levada em consideração. Consequência desta desconsideração pelo livro enquanto objecto, a capa sofre igualmente do mesmo tratamento. Segundo Powers:

«(...) É espantoso que a importância cultural das capas ainda seja negligenciada pelos bibliógrafos. A capa é parte integrante da história de qualquer livro, e a sobrecapa, em particular, permite-nos visualizar o que o primeiro comprador teria levado para casa, dando por

sua vez uma pista sobre o impacto que o editor desejava causar nos leitores. O descaso pelas capas de livros resulta de uma disputa entre a palavra e a imagem nos processos de edição e de leitura» (2008: 6).

Por estas palavras de Powers se percebe grande parte da surpresa inicial que o tema da minha investigação suscitava. Mas se, por um lado, eu observo essa dúvida, por outro verifico um sorriso de carinho perante a lembrança de algumas capas, no passado, ou mesmo de colecções inteiras, por vezes emblemáticas. Esse sorriso era o da saudade de algo bom, ou reconhecível na nossa infância, enfim, o lembrar de um objecto que, por falar aos nossos afectos, nos ficou na memória como familiar. Esta ideia vai ao encontro de um sentimento generalizado de que uma capa é o rosto do seu livro, apesar de a folha de rosto de um livro não ser a sua capa mas sim a folha entre ela e o miolo. A capa define-o, identifica-o, apresenta-o, representa-o, exprime-o... Dessa forma é frequente as capas tornarem-se os rostos desses livros<sup>15</sup>. Na verdade elas são a imagem que as identifica na nossa lembrança, por vezes colectiva. Uma espécie de retrato para a posteridade que chega a fazer-nos sorrir ao ser avivado na nossa memória. Pode dizer-se de um livro que a capa representa o ‘rosto’ com que se oferece ao mundo. «Tal como acontece entre as pessoas, é através da capa (ou da face) que dispara a primeira impressão de simpatia, ou não, por aquilo que depois vamos encontrar nas páginas internas». (Paixão, 2008, badana). No seu livro dedicado a capas de livros para crianças, Alan Powers (2008: 7) resume esta ideia defendendo que «a capa (...) cumpre um papel no processo de desenvolvimento físico com o livro, pois embora não se possa olhá-la enquanto se lê, ela define-o como objecto a ser apanhado, deixado de lado e talvez conservado ao longo do tempo». E foi ao longo do tempo que as capas de livro se tornaram suportes complexos e meio de expressão valioso para várias disciplinas de natureza diversa, como a literatura, o design, a ilustração, a tipografia, a fotografia, o marketing ou a publicidade.

#### 1.1.4. CULTO E SUBLIMAÇÃO

Por serem ainda, juntamente com os seus livros, objectos produzidos, reproduzidos e distribuídos em larga escala, tornaram-se um veículo valioso e credível de informação, passível de ser recolhida e analisada. Para esta investigação o interesse corre sobretudo pela perspectiva da disciplina do Design Gráfico, mas as suas vertentes teórica, histórica, crítica, analítica e filosófica são indispensáveis para a compreensão desta problemática. E também afectiva, porque

15 As expressões «rosto» e «anterrosto» derivam, precisamente, da sua função original no tempo em que os livros não tinham capa. Essa era colocada depois, ao gosto do seu dono, em cabedal ou outro material resistente, muitas vezes personalizado com uma bonita gravação. Tem interesse referir aqui uma situação onde esta ideia é levada, graficamente, ao extremo. Trata-se da colecção «Ler Melhor» (Edições Almedina, 2009) cujo design das capas é da autora desta tese. Na referida colecção as capas dos livros tomam literalmente a cara do autor tratado dentro do livro. São livros com caras (de autores) ou autores com capas (de livro).

as capas, e, por vezes até apenas as suas lombadas<sup>16</sup>, dispostas nas estantes, são património visual presente nas casas, bibliotecas e escolas que frequentámos, em que crescemos e em que vivemos<sup>17</sup>. Elas são parte de uma paisagem visual colectiva, transmitida graficamente, que herdámos por via do papel impresso que envolveu os livros que lemos, ouvimos ler ou simplesmente vimos.

Talvez devido a esses aspectos afectivos, o livro impresso tenha evoluído tão pouco e de forma tão lenta, possuindo uma espécie de «resistência inerente a tornar-se obsoleto», como afirma Powers (2001: 6). Segundo este autor, «a capa de um livro é um dispositivo de venda, próximo de um produto que provoca um jogar às escondidas com o comércio. A razão para esta ambiguidade é de que os livros possuem uma resistência que resulta da sua combinação de forma e conteúdo. As pessoas ligam-se a eles e, talvez, mesmo depois de dois séculos de produção massiva, ainda sentem alguma da sua preciosidade e escassez pré-revolução industrial. «A aura do livro impresso», continua Powers, talvez explique por que «a mudança da sua encadernação tradicional para outra forma decorativa de capa tem sido tão lenta». E conclui que, talvez pelo mesmo motivo, se verifique uma «surpreendente falta de informação disponível acerca de capas de livros». Parece compreensível então que esta quase inexistente evolução do livro impresso tenha contribuído para que, na cultura ocidental actual, se tenha tornado vulgar os livros serem vistos, por muitos dos que os lêem, como objectos especiais e cheios de valor. Este valor é precepcionado não apenas pelo editor e pelo público em geral mas, inclusivamente, pelo próprio escritor ao ver (ou ao desejar ver) o seu texto transformado em objecto livro com as inerentes formalidades materiais.

Jorge Luis Borges (1999: vol I, 121) aborda este aspecto no seu texto a propósito de Evaristo Carriego, afirmando que para o escritor:

«um livro não é uma expressão ou um encadeamento de expressões, mas literalmente um *volume*, um prisma de seis faces rectangulares feito de finas folhas de papel que têm de apresentar uma capa, uma página de anterrosto, uma epígrafe em bastardinho, um prefácio num itálico maior, nove ou dez partes com um versal ao princípio, um índice de matérias, um ex-líbris com uma ampulhetazinha de areia e um resoluto latim, uma concisa errata, umas folhas em branco, um cólofon entrelinhado e uma ficha técnica: objectos que, como é sabido, constituem a arte de escrever. Alguns estilistas (geralmente os do inimitável passado) oferecem também um prólogo do editor, um retrato duvidoso, uma assinatura autógrafa, um texto com variantes, um espesso aparato crítico, algumas lições propostas pelo editor, uma lista de autoridades e algumas lacunas, mas compreende-se que isto não é para todos...»

16 Segundo Genette «a lombada é uma área estreita mas de óbvia importância estratégica.»

17 Tem sido curioso reconhecer, logo depois da tal expressão inicial de dúvida quanto à seriedade do tema, o sorriso de carinho e afecto que a memória de algumas capas suscitam em quem as recorda.



Os livros parecem pois possuir algo de mágico, de valioso, difícil de igualar por outro objecto, atingindo por vezes o estatuto de objecto de culto, raro e colecionável, contagiando, pela positiva, o mundo à sua volta. Segundo Fernando Guedes (2001: 293): «As livrarias são efectivamente mais do que boticas de negócio, da mesma maneira que um editor, ao fazer imprimir uns milhares de folhas de papel, é mais do que um empresário da indústria transformadora».

Há uma relação de intimidade entre o livro e o seu leitor que desperta, no segundo, a admiração e uma espécie de amor pelo primeiro. E se, por um lado, se considera que «a vida interior do artista está unida ao seu trabalho, o criador e a criação estão irrevogavelmente ligados» (Kris; Kurz, 1998, p. 114); por outro, o livro chega mesmo a ganhar mais importância do que o seu autor, superando-o em condição, conforme constata Borges (1979: vol IV, 173): «... um livro tem de ir além da intenção do seu autor. A intenção do autor é uma pobre coisa humana, falível, porém o livro tem de ir além». Talvez Borges partilhe a ideia, constatada por Kriss e Kurz, de que na actual organização social, ao contrário de tentar definir ou ordenar o estatuto dos artistas na sociedade, como fazia no passado — tarefa muito difícil devido também às suas enormes disparidades e origens sociais<sup>18</sup> — tende a pôr-se de lado a curiosidade biográfica pela vida do artista, passando a ter uma posição mais de acordo com a ideia que refere Benedetto Croce, ao apresentar a História da Arte sem artistas, considerando que o que interessa é a personalidade estética, e não empírica, do artista, o criador de obras de arte, e não o homem comum. Esta ideia torna patente a intenção de considerar a posição do artista a uma nova luz, mas talvez implique também que o mestre está pronto para dar precedência à sua obra (Kris; Kurz, 1998: 20). Parece dar-se, portanto, uma alteração não apenas do modo como a sociedade encara o artista, mas do próprio artista em relação a si mesmo e à sua obra, pois é ela que tudo determinará, consoante concluem Kris e Kurz (1998: 17): «Que o nome de um artista seja ou não recordado, não depende da grandeza e perfeição do seu trabalho, ainda que elas fossem objectivamente verificáveis — mas do significado atribuído à obra de arte». Dá-se, pois, uma sublimação do sujeito por parte do seu objecto. O autor torna-se valioso porque criou algo de mais valioso que ele próprio — o livro.

O mesmo parece ser válido, para além da literatura e do livro, por exemplo, na pintura e na tela. O pintor morre, o quadro permanece. No caso do livro, dado ser, em geral, um objecto de reprodução mais massificada, ele tende a tornar-se mais expressivo no sentido de mais divulgado, e, por isso, mais aceite (tornar-se um sucesso de vendas e ficar para a história da literatura) ou mais recusado (ter pouca aceitação, ser esquecido tornando-se um fiasco comercial). A própria reacção do público perante o livro é expressiva, tanto social como historicamente. É aliás isso que concluem Drew e Sternberger (2005: 8) quando

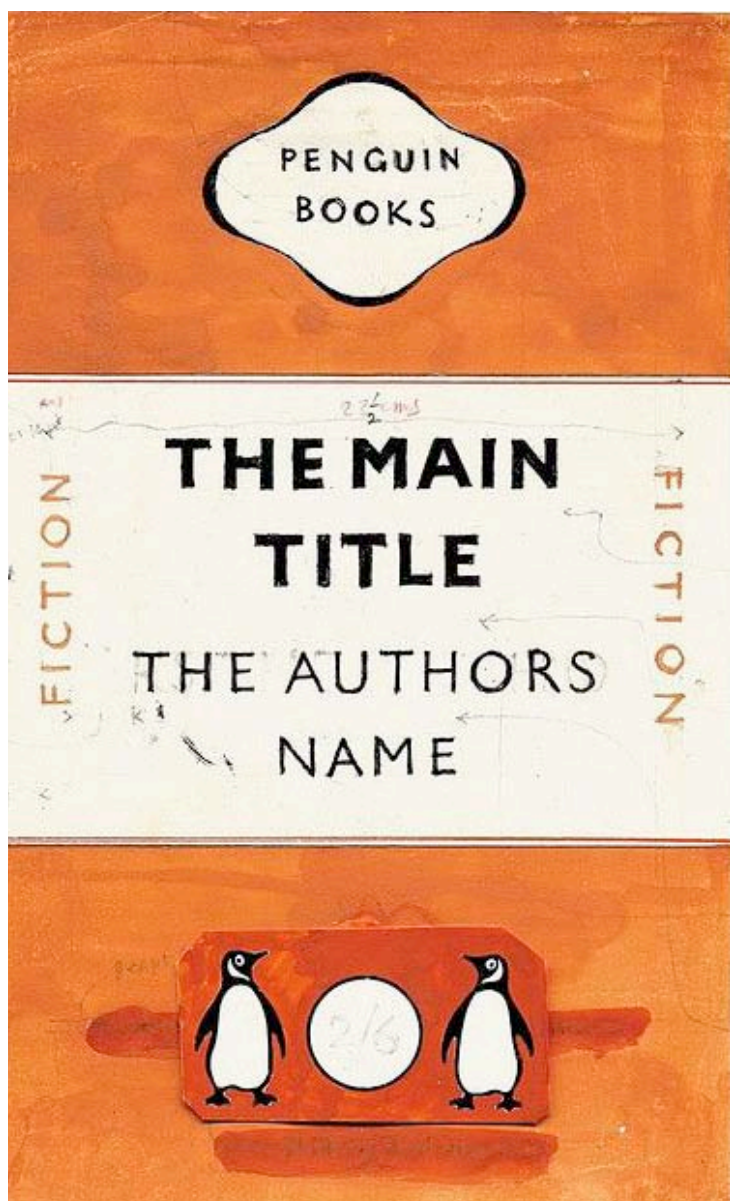
18 A propósito desta ideia da disparidade de origens sociais dos artistas, ficou célebre o alerta da Rainha Vitória: «Cuidado com os artistas. Eles misturam-se com todas as classes da sociedade e são por isso muito perigosos».

afirmam que «(...) há algo de especial enquanto objecto, nos livros produzidos em série — ele é mais do que apenas a apresentação das ideias do seu autor». E à semelhança do que defende Lyons (2011: 12), mas ainda mais longe, concluem que «quando um texto é publicado e o livro é desenhado e impresso, ele torna-se uma manifestação física, não apenas das ideias do seu autor, mas também dos ideais culturais e estéticos de um determinado momento histórico». É neste ponto que Drew e Sternberger acrescentam uma nova noção à defendida por Lyons — a do objecto físico livro — que é também testemunho do seu tempo.

3. Maquete/  
matriz para de  
Jan Tschichold  
para orientação  
do desenho das  
capas das edições  
Penguin. Londres,  
1948.

—

\* Mendelsund,  
2014



## 1.2. O LIVRO E A SUA CAPA, OU A CAPA E O SEU LIVRO?

A VISUALIDADE A QUE A MAIORIA DE NÓS ESTÁ SUJEITA diariamente e que, mesmo enquanto distraídos, absorvemos, é um automatismo de cuja presença — e poder — raramente tomamos consciência. Deixámos de reparar. Ainda assim, mesmo não lhe dispensando uma atenção consciente, essas imagens comunicam connosco a diferentes níveis, constituindo complexas emissões de sinais que aprendemos a receber, e que podem ir do mais óbvio ao mais subtil. Esses sinais — neste caso falamos de imagens — ainda que de forma vaga, ajudam-nos a formar opiniões tornando-se referenciais que nos orientam espacialmente, tal como no campo das ideias e das expectativas. Tome-se uma livraria como exemplo. Aquilo que vemos, que nos rodeia, é o exterior de livros, são visualidades, iconicidades. É evidente que há o lado verbal constituído pelos títulos, nomes dos autores e das editoras, o que é imenso, mas tudo o resto são imagens, formas e cores carregadas de ideias e referências. É inegável que é um local de fortíssima visualidade. Basta fazermos um breve exercício de imaginação: da imagem mental que temos de uma livraria imaginemos apagar tudo aquilo que estiver impresso nas capas dos livros que não seja texto inexpressivo. O resultado será algo próximo de uma infinidade de blocos de cor plana, com algumas linhas de texto, alinhados em estantes, balcões ou escaparates. Este simples exercício de imaginação por subtracção permite-nos entender o grau de preenchimento do espaço ocupado pela informação visual das capas.

Seja, pois, pela frente ou pela lombada, um livro dá-se a conhecer antes de mais pela sua capa, só depois o livro, e por fim o texto. Essa visualidade pode, e deve ser qualificada, tal como o texto, e o livro enquanto objecto, porque também ela é lúdica, educativa, enriquecedora. Leia-se este testemunho de Lionni (1994: 17): os «livros são objectos literários [que] deveriam ser julgados pelo seu conteúdo, fascinam-me enquanto objectos».

E continua depois, confessando que «tenho na minha biblioteca muitos livros que nunca li nem tenho intenção de ler. Eu quero-os porque só a sua presença representa uma ânsia, um estado de alma, um amor, um acto de auto

preservação». Mas mais do que um acto recolector ou de coleccionismo, Lionni assume que o prazer e o partido que tira de ver aqueles livros é semelhante ao que obtém ao ler outros livros, pois «quando percorro a minha biblioteca com os olhos, os tipos de letra dos títulos, as texturas das capas, e o seu peso imaginado, dão-me um momento muito semelhante ao da sua leitura».

Contudo, assim como as qualidades visual e física valorizam o livro, o contrário é também verdade: a falta de qualidade, originalidade, arrojo e cuidado tornam-se factores de desvalorização do mundo visual colectivo. Tanto a presença da qualidade, como a sua ausência são percebidas. Leiam-se duas opiniões acerca do panorama visual nas livrarias portuguesas. A primeira, deixada por Jorge Calado na sua coluna no semanário *Expresso*, a propósito de uma recente exposição de livros em Nova Iorque, intitulada *De Gatsby a Garp: obras-primas modernistas*.<sup>19</sup>

«No dia a dia português é deprimente passar por uma livraria. O mau gosto, ignorância, preguiça e venalidade assustam. Há exceções, mas são raras. O que mais me irrita é a uniformidade do design. As editoras copiam-se umas às outras, gerando capas estilisticamente semelhantes, independentemente do conteúdo. (...) O livro é um mundo que se abre mas também é um objecto, um corpo pronto a ser acariciado e estimado. Gosto de ler e gosto de livros, especialmente os de capa dura com sobrecapas graficamente apelativas. A capa é importante, pois funciona como um convite a pegar no livro, abri-lo e espreitar o conteúdo» (Calado, 2014: 33).

A segunda opinião, deixada numa entrevista ao blogue *De Rerum Natura*, em resposta à pergunta sobre a qualidade gráfica generalizada dos livros em Portugal, refere que a falta de recursos nem sempre é justificação para o problema:

«O panorama melhorou mas é em termos gerais ainda medíocre. Os livros são por vezes mal desenhados, por curiosos que não dominam os conhecimentos necessários e depois disso produzidos sem grande cuidado sobre fracos materiais. Ou então desenhados de forma deslumbrada, disfarçando a falta de ideias com tudo o que é "efeito especial" numa mesma capa: relevo, verniz, papel especial... e aí também é mau, só que é um mau mais caro» (Boavida, 2010).

Portanto, a fraca qualidade nem sempre se fica a dever à escassez de recursos, mas à falta de ideias, o que não é mais animador. Fica assim por vezes exposto que a falta de pensamento e cultura, tanto visual como criativa, eventualmente até ética, são bens cuja carência se perpetua num processo iniciado pelo desinvestimento dos emissores e assimilado pelos receptores, resultando

<sup>19</sup> De 1973 a 1996, Carter Burden, antigo vereador da cidade de Nova Iorque, colecionou obras de literatura americana moderna. Esta exposição mostra perto de cem obras da coleção, incluindo «primeiras edições, manuscritos, cartas e provas tipográficas revistas» de muitos dos mais reconhecidos autores do séc. XX.

na falta de critério e baixo grau de exigência, que não servem de estímulo para que o emissor faça, ou queira fazer, melhor.

A falta de valor da capa afecta o valor do livro que cobre; tal como vestes desadequadas ou sem qualidade afectam a imagem de quem as usa — podendo até parecer que são as roupas que usam a pessoa — assim também uma capa má pode parecer estar a usar um livro.

### 1.2.1. LEIA O LIVRO, VEJA A CAPA

Este sub-aproveitamento de um suporte tão ubíquo como são as capas de livros, para o enriquecimento visual comum, parece-nos um desperdício, uma oportunidade perdida na interacção com o leitor e no apelo à sua sensibilidade e inteligência. Segundo Poynor (2001: 11), o eficaz aproveitamento da capa como veículo terá sido uma das grandes componentes da valiosa herança que os leitores britânicos, durante toda uma geração, receberam da colecção *Modern Classics* da editora Penguin. Diz o autor que esta série de livros, para além de ter constituído a educação literária de muitos, tornou-se, através do design das suas capas, numa educação visual por elas.

Heller, referindo-se ao público leitor norte americano, vai ainda mais longe que Poynor afirmando que mais do que educar, uma vasta quantidade de capas de livros, das décadas de 1950 e 1960, «exibiam alto grau de subtileza, por vezes temperado de humor, que exigia aos leitores uma participação interventiva» (Heller, 2003: 5). Ainda no mesmo texto, mais adiante, o autor recorda o importante papel de referencial iconográfico que, em particular, duas capas de livros tiveram para ele na sua adolescência:

«Quando frequentava a escola secundária, durante o existencialismo dos finais dos anos sessenta, alimentava um apetite adolescente e voraz por desespero auto-indulgente, e as capas de dois livros angustiantes, *A Náusea*, de Jean Paul Sartre e *O Estrangeiro*, de Albert Camus, provocavam em mim, aquilo que certa iconografia religiosa desperta nos devotos. Só que, em vez de ser uma elevação espiritual, cada uma destas capas me deixava melancólico. As capas de livros devem, claro, criar uma ligação intelectual com o leitor mas é raro ser tão profunda como estas».

Esta capacidade iconográfica que podem ganhar as imagens a que Heller se refere, em que, tal como as palavras, as imagens podem adquirir valor simbólico, tem o poder de nos convocar. Na prática, estas imagens funcionam como discurso, só que visual e, dependendo da técnica plástica em que foi expressa, podemos dominar e recepcionar melhor ou pior o ‘idioma’ em que esse discurso visual foi registado. Encontramo-nos num território comum entre verbo e imagem. Se o visual pode surtir o efeito verbal semelhante ao de uma palavra, sabemos que também a palavra, trabalhada visualmente, pode carregar consigo muito poder visual. Sendo «imagem» uma palavra, e «palavra» também uma imagem, o designer trabalha com ambas; com a visualidade das,

e nas palavras, agindo sobre o aspecto, cor, textura, tipo de letra, etc. E trabalha também a verbalidade das e nas imagens. Neste caso a palavra ganha sentido de ideia ou discurso, que o designer sugere ou induz através da visualidade que escolhe apresentar. Calado (2003: 497-98) sintetiza muito claramente esta ideia de universo comum de uma e de outra. Explica esta autora que:

«as experiências de iconização da palavra ligam-se pois a toda a tradição de escrita pré-fonética (...) Sem dúvida herdeira de uma tradição, a ‘palavra visual’ volta a conhecer hoje franca expansão. Todas as modalidades em que se exprime o exercício de criatividade que em torno dela se anima tornam-na, além disso, um foco de investimento que alarga o grau de significação neste sentido, a ilustração constitui uma mensagem vinculada, sempre, a uma companhia. Esta condição traz implícita, numa grande medida e como ponto de partida, a ideia de uma subalternidade, de um serviço (...)» .

Voltando à capa do livro, encontramos semelhanças com a ilustração. Se a ilustração serve um texto, também a capa serve o seu livro. Contudo, ao servirem, condicionam, acrescentam, alteram aquilo que servem, passando os dois, em conjunto, a ser uma outra coisa. No seguimento desta ideia vale a pena, uma vez mais, citar Calado (2003: 538):

«O modo como, pelo lado da palavra, desenvolvemos o tema do verbo icónico pretendeu mostrar que a visualidade não é, definitivamente, algo exterior ao texto, não é um acrescento. Muito menos constitui, no todo da mensagem, um excedente supérfluo. (...) A visualidade das palavras é, cada vez mais, um factor imanente e colado ao seu sentido de legibilidade. Essa visualidade está desde logo presente na fabricação de elementos descritivos numa narrativa e na inclusão de figuras no discurso. Continua a procurar-se na etapa formal e tipográfica do texto, no desenho criativo da letra e no processo escritural que conduz a palavra à sua materialidade (caracteres e manchas utilizadas, disposições da página, papel e encadernação escolhidos, tamanho do livro, etc.). Mesmo quando a imagem aparece como acrescento à palavra, supostamente dispensável porque vem após (caso da ilustração), a sua presença transforma o discurso e o seu leitor, e nunca um texto ilustrado seria o mesmo sem as imagens que passaram a habitá-lo e não apenas a complementá-lo como uma decoração excedentária (...)».

Uma vez mais encontramos aqui referência à tal contaminação da leitura do livro pela visão da sua capa, e do texto pela sua ilustração, que vai para além do desenhado no sentido de representado figurativamente. Calado entra aqui em consideração com elementos visuais já de um outro nível, como a mancha da página ou a tipografia, assegurando que não estamos apenas no reino da visualidade das imagens mas também no das palavras. Ora, o design é disto

que trata. Concluimos então que a capa cumpre um papel semelhante ao da ilustração. Ela torna-se arte aplicada a um serviço, a um fim que lhe dá o seu motivo de existência. Essa contaminação acarreta enriquecimento e condicionamento, ganhos e perdas pois se, por um lado, acrescenta um significado possivelmente diferente à interpretação que faz o leitor, por outro lado afasta outras interpretações possíveis. Ao coabitarem no mesmo livro eles deixam de ser isoláveis, de poder considerar-se elementos individuais para passarem a ser uma outra coisa. Como numa mistura de tintas coloridas: uma vez juntos, amarelo e azul deixam de ser um mais o outro, passando a ser uma outra coisa, nova, o verde.

«Na verdade a diferença da ilustração relativamente a outras produções artísticas, de que resultam imagens, é que ela é uma imagem fortemente condicionada. E a primeira e mais revelante dessas condicionantes tem a ver com o facto de o mais fundamental dela própria não se jogar na técnica (plástica) utilizada, nem tão pouco na tendência criativa do ilustrador, ou sequer na dimensão estética. O específico da ilustração está justamente na sua necessária conjugação com o texto, de que resulta o objecto livro» (Calado, 2003: 498).

Neste sentido a imagem e o texto funcionam a par e tornam-se inseparáveis. Sem a presença dos dois, as interpretações do leitor serão sempre diferentes.

### 1.2.2. ESSÊNCIA VISUAL

Mas aquela imagem é, e será sempre, uma tentativa apenas parcial de representação total. Ela é apenas capaz de representar um ponto de vista, ou um personagem, ou um determinado momento da história, ou do texto daquele livro, assim como uma fotografia consegue registar somente um momento da vida de alguém. Não é possível perceber, por uma capa, toda a história do seu livro, nem seria justo sequer exigir-lhe tal, do mesmo modo que não podemos pedir a uma fotografia que torne visível a vida inteira do seu referente. E não só não é possível nem justo como também não é desejável, uma vez que uma capa que revela tudo o que está dentro do livro que cobre deixa de o servir, para passar a ultrapassá-lo ou mesmo esvaziá-lo. Leia-se este desabafo de Victor Palla (1961: 142): «Sempre me irritavam, em miúdo, as capas do Texas Jack', em que apareciam, com todo o detestável pormenor, as cenas culminantes de cada aventura». E o capista explica, logo depois, a razão de tanto desconforto: «sentia a minha imaginação de leitor roubada pelo que lhe era dessa maneira cerceado». E se assim sentia em criança não deixou de assim sentir em adulto quando, sendo ele próprio criador de muitas capas de livros, se viu obrigado a reflectir nesse aspecto concluindo que «ainda hoje estou convencido de que a obra de ficção não deve ser ilustrada tão literalmente que isso possa colidir com o à-vontade do leitor. (...) A capa deveria ser, portanto, apenas sugestiva; a que ponto pode essa sugestão ser literal, depende de muitos factores...» (*idem*).



Voltando à comparação da capa estar para o livro como a fotografia está para o retratado, talvez o mais interessante de se obter como resultado seja, em ambos os casos, mais do que um retrato, um esboço psicológico. A imagem construída e apresentada como objecto final é apenas uma, idealmente, a melhor ou a representativamente mais capaz. Sobre esta noção de não separação, Roland Barthes (2006: 14) tem um interessante ensaio acerca da fotografia, onde afirma que:

«a Fotografia traz sempre consigo o seu referente, ambos atingidos pela mesma imobilidade amorosa ou fúnebre, no próprio seio do mundo em movimento: eles estão colados um a outro, membro a membro, como o condenado. (...) A Fotografia pertence a essa classe de objectos folheados, onde não é possível separar duas folhas sem as destruir: o vidro e a paisagem, e, porque não, o Bem e o Mal, o desejo e o seu objecto — dualidades que é possível conceber mas não perceber (eu não sabia ainda que dessa teimosia do referente em estar sempre presente iria surgir a essência que eu procurava) esta fatalidade (não há foto sem alguma coisa ou alguém) arrasta a Fotografia para a desordem imensa dos objectos».

Ao ler esta conclusão de Roland Barthes, reparo, uma vez mais, que ela é também passível de ser considerada para a capa de livro e o design gráfico. Tal como a Fotografia, nem o design gráfico nem as capas de livro são objecto por si só. Sob o prisma que pretendemos abordar e estudar a capa de livro, enquanto objecto gráfico, precisa sempre do seu referente, o texto que compõe o miolo do livro que a capa envolve. Não sendo a capa a sua fotografia — e menos ainda a sua radiografia — ela é *uma*, ou, *a* fotografia possível. Sabemos que fotografia alguma consegue captar a vida inteira de alguém mas sim apenas um seu momento, que pode representar de forma mais ou menos simbólica, ou mais ou menos fiel, a vida inteira do ‘referente’, como diz Barthes, isto é, do sujeito fotografado. Ora é isto o que faz a capa de livro relativamente ao objecto livro. Ela capta, ou pretende captar, o interior do livro registando-o de seguida numa superfície plana de papel impresso, que resulta numa imagem legível em simultâneo, e que, por sua vez, se torna a capa daquele livro.

Enquanto «um trabalho literário consiste inteiramente num texto, definido (muito abreviadamente) numa maior ou menor sequência de afirmações verbais dotadas de mais ou menos significado» (Genette, 1997: 1), uma imagem — neste caso uma capa — não é um suporte de leitura encadeada, no sentido de literária, pois não há um fio narrativo obrigatório. A escrita, tome a direcção e o sentido que tomar, é sempre um registo sequencial e encadeado tendo de ser lida da mesma forma. Já com a imagem assim não acontece.

«A humanidade praticou todas as direcções possíveis de escrita: na vertical, na horizontal, da esquerda para a direita, da direita para a esquerda, ida e volta, etc. Contudo, de todas as maneiras, a escrita

desenvolve-se à maneira de um fio, mais ou menos largo, mais ou menos compacto: é a fita gráfica. Esta fita exprime o estatuto fundamentalmente narrativo da escrita» (Barthes, 2009: 63–64).

Ora, com a imagem, trata-se de um processo que vai para além da tradução, no sentido de que falamos de uma tradução das ideias transmitidas pelo autor, ao longo de muitas páginas, para o mundo da linguagem visual. Resumida esta a um suporte imediato, que se «consume», por inteiro e de uma só vez, e que, ao contrário do texto, não tem uma recepção sequencial assim tão ordenada, como se se tratasse de uma tradução condensada, como o molho apurado e evaporado a que os cozinheiros chamam ‘redução’. Grande parte do líquido evapora no processo obtendo-se no final um concentrado, ou essência, do que havia inicialmente. Assim parece concordar Peter Mendelsund afirmando que os «escritores reduzem quando escrevem, e os leitores reduzem quando lêem. O próprio cérebro é construído para reduzir, substituir, simbolizar ... a verosimilhança não é apenas um falso ídolo, mas também um objetivo inatingível. E por isso, reduzimos». Mas mais do que apenas constatar que se dá essa redução, este autor e designer de capas, logo a seguir, defende-a como um, ou mesmo como o modo que todos usamos para aprender e apreender o mundo que nos rodeia: «E não é sem reverência que nós reduzimos. É assim que apreendemos o nosso mundo. É o que os humanos fazem. Retratar histórias é fazer reduções. Através da redução, criamos significado» (Mendelsund, 2014: 415).

E não é apenas de agora — em que o design é já uma disciplina e uma profissão de contornos razoavelmente definidos — que existe esta consciência relativamente ao design de capas de livros. Já em 1954 Charles Rosner chamava a atenção para a dificuldade com que se deparavam os capistas. «Num espaço que, em média, é pouco mais de quinze por vinte centímetros, tem sido necessário transmitir visualmente, através da palavra e do desenho, o sentimento e o carácter de um livro que muitas vezes pode ter quatrocentas ou quinhentas páginas». E de tal modo o autor considera difícil esta tarefa, que não se coíbe de considerar que «aqueles que conseguiram alcançar este objetivo, através do hábil uso de um dos muitos meios à disposição, seja ele pictórico ou tipográfico, têm todo o direito de serem apelidados de verdadeiros artistas; e nesta altura não é despropositado falar-se da arte da capa do livro» (Rosner, 1954: xviii).

São vários os testemunhos na primeira pessoa relativos a esse aspecto de síntese visual do design. Frank Sinatra (in Bass, 2012: 53), por exemplo, a propósito das capas que Saul Bass<sup>20</sup> desenhou para os seus discos, admirava a capacidade que este demonstrava para captar «músicas e filmes inteiros em apenas algumas pinceladas». Também norte-americano, Alvin Lustig<sup>21</sup>, refe-

20 «Saul Bass (1920–1996) foi designer gráfico norte-americano, autor de inúmeras marcas e identidades corporativas e conhecido criador de cartazes e genéricos para o cinema.

21 Alvin Lustig (1915–1955) foi designer e professor que, apesar da sua precoce morte aos 40 anos, deixou uma extensa e valiosa obra no design gráfico, no design de equipamento e no design de interiores.

rindo-se ao seu processo de trabalho no design de capas para a editora New Directions, afirmava que «a principal intenção (...) era estabelecer um símbolo abstracto, rapidamente apreensível, do conteúdo de cada livro, que por pura força da forma e da cor atraísse e informasse o olho. Tal símbolo é uma questão de destilação, uma redução do livro aos termos mais simples das ideias e noções nele contidos(...)» (Lustig, 2005: 46).

Já o designer de capas inglês, John Gray<sup>22</sup> (2008: 242), refere um aspecto próximo mas com uma ligeira diferença. O trabalho de Gray insere-se numa equipa editorial, estando por isso mais exposto às opiniões externas, tanto do público, como dos profissionais de edição. Por isso, apesar de se mostrar «muito sensível ao facto de que toda a gente tem a sua própria interpretação de um romance e do rosto público que ele deve ter», refere a necessidade de «separar a essência do livro e as opiniões dos outros» pois só dessa forma conseguirá «criar um design original e relevante (...)». Também Mendelsund<sup>23</sup> aborda este aspecto da compreensão genericamente partilhada da mensagem, embora, em certo sentido, defenda o contrário de Gray, pois acredita que «existe mais consenso em torno daquilo que tratam os livros do que o podemos pensar».

Talvez esta divergência de consensos que texto e imagem suscitam se deva àquilo que defende Munari (1990: 108–109) que aponta como razão a formatação literária a que nos habituámos como sendo a primeira e a única: «tivemos desde sempre uma educação de base literária. Ensinar-nos que a literatura devia ser a sede do conhecimento, o máximo do saber». A isto Munari contrapõe que «a linguagem é o principal instrumento do pensamento, mas não é o único». E chama a atenção para o formato enca-deado com que ela se processa ser não *a* forma mas *uma das* formas de emitir e receber comunicação — «esta [a comunicação literária] consta de uma série de palavras postas em fila, segundo uma ordem linear. Estas palavras podem pronunciar-se uma de cada vez, uma após a outra», não permitindo a simultaneidade habitual na comunicação visual. O autor compara-a à forma como tudo se processa na natureza — «na natureza, tudo ocorre simultaneamente; se tentássemos explicar tudo aquilo que apreendemos na natureza, simultaneamente, através das palavras, o resultado seria um coro informe em que cada qual pronunciaria palavras desconexas». Munari conclui que por aqui se pode verificar a existência de outras formas de comunicar para além da verbal — «provavelmente este instrumento de pensamento que é a linguagem só nos permite compreender uma parte do mundo em que vivemos e (...) quanto aos outros fenómenos, apenas os poderemos compreender por meio de outros instrumentos. A comunicação visual é um deles». Esta ideia da simultaneidade está intimamente ligada à necessidade a que o design gráfico — e de capas — frequentemente responde ao conseguir sintetizar numa

22 John Gray, também conhecido como gray318, é inglês e um dos mais considerados designers de capas de livros da actualidade com trabalhos publicados em editoras um pouco por todo o mundo.

23 (<http://jacketmechanical.blogspot.pt/2011/11/1-fictions.html>) consultado a 12/05/2016.

imagem, seja ela simples ou composta, as várias ideias relatadas ao longo de um discurso verbal. Volta-se à ideia de tradução já referida, algo relatado de forma sequencial e encadeada é transportado para um outro estado de comunicação, a visual.

Uma boa ilustração da problemática de tanto ter para colocar em tão pouco é o testemunho do designer Peter Mendelsund<sup>24</sup> (2015) relativo ao seu processo de trabalho no design de capas. Segundo ele, «quando desenhemos capas, até certo ponto, estamos a usar materiais muito limitados para falar de algo que é muito maior e mais complexo, que é o próprio livro. Por isso, o melhor que podemos fazer talvez seja tentar dar um contorno ou uma sombra num detalhe, ou tirar alguma coisa do texto que possa suportar o peso do todo ou representá-lo».

De forma semelhante à de Mendelsund, também Scoresese e Sinatra confirmam a ideia de Munari. No caso não com capas de livros mas com capas de discos e genéricos de filmes, acumulando-se testemunhos sobre a importância sentida por estas ‘portas de entrada’ visuais. Acerca dos seus genéricos de filmes, Martin Scorsese (*in* Bass, 2011: vii) recorda o trabalho gráfico de Saul Bass nestes termos:

«à medida que fomos crescendo e vendo filmes, aprendemos a reconhecer o design dos genéricos de cinema de Saul Bass, e eu lembro-me da excitação que eles geravam em nós (...) eles acrescentavam uma dimensão extra a qualquer filme de que fizessem parte. Bass tornava o filme instantaneamente especial. Não se afastava do filme, mergulhava nele (...) Ele assistia ao filme em questão, e percebia o ritmo, a estrutura, o estado de espírito — ele penetrava no coração do filme e descobria o seu segredo».

Também Frank Sinatra deixou o seu testemunho sobre as capas dos seus discos, criadas por Bass salientando a importância do seu design: «A arte na capa de um disco é tão importante para estabelecer o estado de espírito de uma música gravada como a letra e a música» (*apud* Bass, 2011: 53).

Concluindo, podemos dizer que um retrato fotográfico de alguém nas suas melhores roupas, idade e pose, obtido para representar esse alguém, trabalha como a capa de um livro, tornando-se a sua imagem.

É revelador do poder, bem como da responsabilidade que, nesses casos, pode tomar a imagem. Elas tornam-se naquilo que lembraremos de forma imediata, num automatismo mental para entrar num livro, uma imagem de acesso, uma espécie de palavra-passe. A imagem — ou a capa — alcança um novo estatuto, ela torna-se porta de saída e de entrada, essência e essencial. «Pode acontecer que as imagens sejam um real mais puro que a própria realidade. A realidade é o objectivo agarrado pelo subjectivo» (Azevedo, 2008: 47). E é esse subjectivo, no caso das capas, que pode ser valorizado como artístico,

24 Peter Mendelsund (n.1968) norte americano, é ex-pianista, autor e actual designer de capa e Director de Arte das editoras Knopf Books e Pantheon Books.

ou seja, é através da visão do artista que aquela realidade, aquele texto, se tornou naquela imagem, naquela visão subjectiva, naquela capa.

### 1.2.3. CONTINENTE CONTEÚDO

Um dos modos possíveis — ainda que redutor — de encararmos uma capa de um livro é como o de uma embalagem que apregoa o ‘seu’ produto. Assim dizia o capista português João da Câmara Leme, contudo fazendo uma ressalva: «a capa é uma embalagem e como tal deverá ter as duas qualidades. Sugestiva para atrair a atenção do público, descritiva para que se apercebam do teor do livro. Descritiva como são os sinais de trânsito, por exemplo...» (Leme, 1961).

Contudo, se, como vimos atrás, a capa de um livro não deve dizer a verdade toda, revelando o seu conteúdo de tal modo que estrague a leitura futura, ela não deve também nada revelar ou pior ainda, revelar algo que não seja verdadeiro, como afirma Rosner: «seja qual for a abordagem, as capas devem seguir de forma estrita a regra básica da publicidade: devem dizer a verdade. Apresentar um livro numa capa enganosa é como vender mercadorias sob falsos pretextos e, a longo prazo, isso causará grande desserviço ao editor e ao autor» (Rosner, 1954: xviii).

Ao desenhar a capa de um livro o designer tem tarefa mais complexa do que ao desenhar a embalagem de um consumível não literário. A capa de livro não é apenas uma conveniência prática que protege o miolo e nos dá referências sobre ele, ela ultrapassa esse patamar, entrando e tomando parte no mundo das ideias, das teorias e da arte do objecto que a veste. Esta é também a opinião de Powers (2001: 11) quando afirma que:

«a capa de um livro é distinta de uma embalagem para alimentos agindo numa esfera de acção que deverá acrescentar alguma profundidade e até contradição. É uma arte cinética, que implica ver a distâncias diferentes, com diferentes sequências de manuseamento, pois a frente ou a lombada podem ser as primeiras e cada uma precisa de levar o espectador a um envolvimento físico com o livro. (...) O design de capas de livros ajuda a fazer do livro algo mais do que mera ‘informação’, algo que, mesmo que tenha muitos milhares de irmãos, exige ainda uma relação que, quando é dado, define o valor do dador e do receptor» .

Não sem alguma razão e ironia Derrick de Kerckhove (1997: 212) afirma: «parece que o design faz as relações públicas da tecnologia, embelezando os seus produtos e apurando a sua imagem no mercado». Esta é, ainda hoje em Portugal, uma corrente frustração dos designers gráficos uma vez que é frequente alguns clientes lembrarem-se de recorrer aos serviços destes profissionais já numa fase final do processo, encarando-os como apenas embelezadores do que já foi feito, como se de passar uma camada de verniz tratasse a competência de um designer gráfico. Mas

Kerckhove contraria esta ideia dizendo «contudo, o design é mais do que uma ideia *à posteriori*, colocada à produção industrial para facilitar o marketing.»

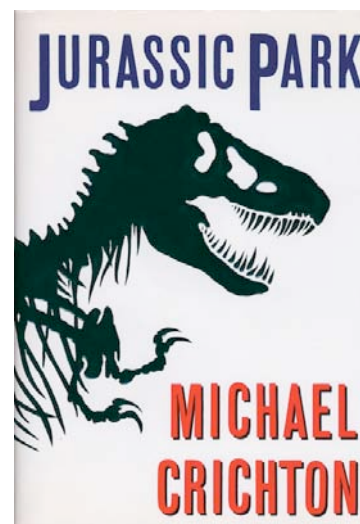
E o autor desenvolve a ideia explicando que: «existem claramente mais questões no design além de servir para conter e seduzir. Num sentido mais amplo, o design desempenha um papel metafórico, traduzindo benefícios funcionais em modalidades cognitivas e sensoriais.» E depois conclui que «sendo a forma exterior visível, audível ou texturada dos artefactos culturais, o design emerge como aquilo a que podíamos chamar a «pele da cultura» (*idem*). E ser pele é mais do que ser embalagem.

A capa, seja ela de livro, disco, ou mesmo cartaz de evento ou genérico de filme, ganha uma importância, um poder e um valor que a requisita para fazer parte daquilo que ela própria anuncia. Desta forma torna-se também já espectáculo. Seja ele livro, música, exposição, peça de teatro, ou filme, a capa participa, faz parte, completa. Um exemplo que bem ilustra esta ideia refere o seguinte episódio passado ainda com o trabalho de Saul Bass. Segundo relato de Eskilon (2012: 306), em 1954 o realizador Otto Preminger terá contratado Saul Bass para desenhar o cartaz do seu filme, *The Man with the Golden Arm*, cuja história tratava o tema da dependência de drogas. Bass criou o seu famoso poster onde o principal elemento gráfico, para além das letras desenhadas e das áreas de cor sólida, era o recorte de um braço pendendo no centro do cartaz, simbolizando o braço de um heroinómano. Bass concretizava assim, e uma vez mais, a tal ‘pincelada’ condensadora que referia Sinatra, simbolizando uma narrativa mais longa. Preminger terá gostado tanto do cartaz desenhado por Bass, que lhe encomendou de seguida o genérico para o filme, que este criou seguindo a mesma linha gráfica. Quando o filme estreou e foi enviado para as salas, seguia, junto às latas das películas, uma nota do realizador dirigida aos projecionistas indicando que deveriam abrir as cortinas do palco, que cobriam o ecrã antes do genérico do filme, uma vez que era habitual os genéricos serem ignorados e, frequentemente, não chegarem a ser projectados. O braço desenhado por Bass, ao condensar tão bem o tema da dependência da droga, fez com que Preminger o tenha considerado elemento essencial para o filme (Eskilon, 2012: 306).

Um caso ainda mais flagrante aconteceu em 1990 com a capa desenhada por Chip Kidd<sup>25</sup> para o livro *Jurassic Park*. Quando se trata de livros e de filmes, apesar de os primeiros geralmente surgirem antes dos segundos, é vulgar os livros virem a receber, como capa, uma adaptação do cartaz desenhado para o filme, frequentemente mais divulgado e, também por isso, mais reconhecido pelo público. Contudo, no caso de *Jurassic Park*, deu-se o processo inverso e a capa desenhada por Kidd originou a



4. Cartaz de Saul Bass para o filme, *The Man with the Golden Arm*, de Otto Preminger, 1955.



5. Capa de Chip Kidd para *Jurassic Park*, de Michael Crichton, Nova Iorque, Knopf, 1990.

25 Chip Kidd (n. 1964) norte-americano, é, talvez, o mais conhecido designer de capas da actualidade desenhando cerca de 75 capas ao ano para a Knopf Books/Random House, onde é director de arte.

imagem de marca do filme adaptada a todos os suportes<sup>26</sup>. Mais do que no cartaz, o desenho entrou pelo cinema «surgindo como a marca do parque nas cenas do próprio filme», sublinha Kidd<sup>27</sup>. «Quando tentamos recriar uma destas criaturas, tudo o que temos são ossos portanto, foi esse o ponto de partida». Assim, admite o designer, o esqueleto do *Tyrannosaurus rex* desenhado com «uma caneta *Rapidograph* a partir de um diagrama dum livro que comprou no Museu de História Natural em Nova Iorque»<sup>28</sup>, foi visto por biliões de habitantes no planeta, tornando-se na sua identidade visual e «num dos mais reconhecidos ícones da década de 1990 (...)»<sup>29</sup>. Essa forte ligação ao lado mais gráfico ou visual de algo maior, nomeadamente em relação ao livro através da sua capa, é referida, como o testemunho que já citámos anteriormente de Leo Lionni, mas também por historiadores, admiradores e colecionadores. Ainda Poyner (2004: 53), referindo-se aos livros da mítica editora inglesa:

«É dado como certo que os livros da Penguin foram um marco na paisagem da vida cultural britânica do século xx. Ao longo de várias gerações de leitores, eles tiveram um papel vital na educação escolar e auto didacta. Richard Hoggart afirmava que ‘quando se olha para o alcance total da Penguin percebemos que ele constitui, no terreno, um dos sucessos mais democráticos da nossa história social recente’. A Penguin era sinónimo de livros interessantes, que valia a pena ler, e as suas capas, que projectaram uma identidade visual com autoridade e consistência, foram um aspecto essencial no seu impacto e no prazer que davam coleccionar».

Quando à reconhecida qualidade literária se acrescenta igual qualidade visual e material, o resultado é frequentemente reconhecido tornando-se uma dupla vitória não existindo sacrifício de uma para obtenção da outra. Também Bierut (2007: 161) confessa que «de vez em quando, num ataque de ousadia inconsciente, faço uma compra por impulso e compro um livro essencialmente pela sua sobrecapa. Quando a aposta vale a pena, estes têm-se tornado aqueles livros que mais valorizo». Os autores Drew e Sterneberger (2005: 8) confirmam a importância do conforto que o livro físico proporciona, tanto pelo seu conteúdo como pela sua presença física. E chamam a atenção para o aspecto que consideram ter particular interesse numa época de muita «dispersão virtual»: o estudo do livro enquanto «objecto distintivo, que reflecte o casamento das palavras do autor com a visão do designer». Esta fisicalidade, no que toca ao objecto livro, está questionada, pendente da sua ténue confirmação de existência futura. Os novos meios e formas de

26 (<http://mentalfloss.com/article/49904/20-things-you-might-not-have-known-about-jurassic-park>) consultado a 13/05/2016.

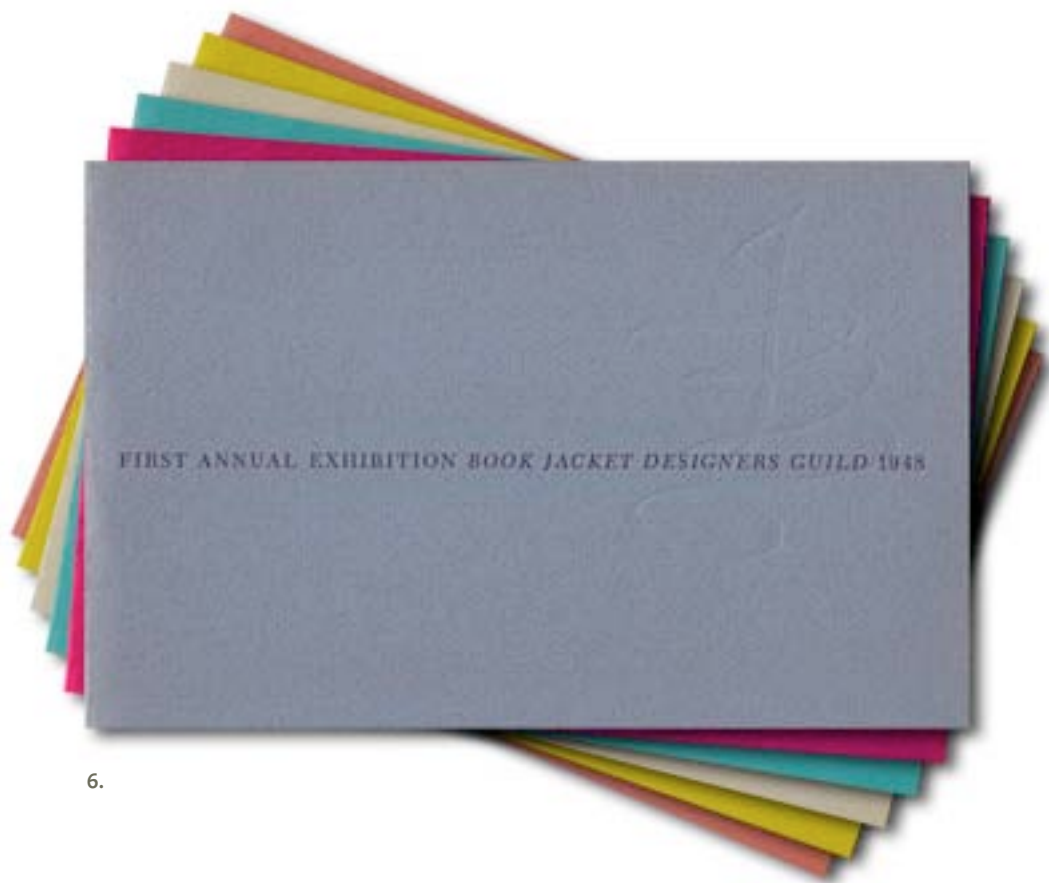
27 ([http://content.time.com/time/photogallery/0,29307,1853737\\_1785893,00.html](http://content.time.com/time/photogallery/0,29307,1853737_1785893,00.html)) consultado a 13/05/2016.

21 e 29 (<http://www.aiga.org/medalist-chip-kidd/>) consultado a 13/05/2016.

editar, e de ler, têm levado o livro a deixar, ele próprio, de ser um objecto. A sua virtualização crescente torna-o ficheiro imaterial e deixa a capa, outrora essencial, em dúvida quanto à sua utilidade e, por isso mesmo, quanto ao seu futuro.

Nesta nova ordem o livro tende, aparentemente, a desaparecer enquanto coisa táctil. A leitura, essa, permanece; quanto às capas, a dúvida prevalece, parecendo-nos previsível que se mantenha a necessidade de uma imagem, uma cara para o livro, ainda que ele passe a existir só virtualmente. Parece-nos que enquanto houver visualidade haverá necessidade de design, mesmo que num suporte imaterial.





6. Panfletos de autor desconhecido para *First Annual Exhibition*. Nova Iorque, Book Jacket Designers Guild, 1948.

6.

—  
\*Kandinsky, 1991: 21

TODA A OBRA DE ARTE É FILHA DO SEU  
TEMPO E, MUITAS VEZES, A MÃE DOS NOSSOS  
SENTIMENTOS.

— *Wassily Kandinsky*\*

### 1.3. PERÍODO

QUANDO QUESTIONADA SOBRE A RAZÃO de um maior enfoque neste período entre 1940–1980 para esta investigação, convém adiantar que é pacífica e correntemente aceite como uma época de ouro também para o design das capas de livros em Portugal. Não apenas nos Estados Unidos da América, como afirma Powers, mas também no nosso país, estes foram 30 anos de capas marcantes. Não apenas em número — que foi expressivo — mas principalmente em qualidade; excepcionais algumas, curiosas outras, e muitas com interesse para a história do design português. Na verdade, esta janela temporal, que nas capas de livros de design americano foi já amplamente estudada e divulgada, não teve ainda um equivalente português, tendo sido tratada sempre parcialmente, e por autor, e não pelo conjunto de capas produzido.

Tanto nos Estados Unidos como em Portugal e noutros países europeus, este período de ouro no design de capas parece ficar a dever-se em muito a um modernismo maduro, espalhado à escala global pela Segunda Grande Guerra, que também transferiu, num movimento transatlântico, muito do melhor que o design europeu tinha para oferecer. Os EUA foram os principais receptores dessa corrente criativa cheia de novas ideias e maneiras de fazer, mas na Europa, países como a Suíça e a Inglaterra receberam também personalidades que se vieram a confirmar determinantes para o design gráfico nesses países.

Em Portugal, os contactos com o estrangeiro eram reduzidos. Deram-se fenómenos muito importantes como a vinda de Fred Kradolfer<sup>30</sup> para Lisboa, o acesso a revistas técnicas suíças, e, mais tarde, o efeito ricochete de um modernismo diferente, já talvez americanizado, recebido dos Estados Unidos através de revistas e outras publicações, e do cinema. Era um modernismo menos militante que o seu original europeu, mais brincalhão que o seu antepassado, efeito dessa fusão modernista europeia, ligada à arte, com o modernismo

30 Fred Kradolfer (1903–1968) foi um designer suíço chegado a Portugal em 1926 que se tornou num «forte impulsionador da linguagem moderna na expressão gráfica e que foi a figura de influência para os peritos do ofício nessa época» (Fragoso, 2009: 101).

mais *pop*, próximo do comercial. É a famosa geração de designers ‘pioneiros’, nascidos na América, mas educados e formados por europeus, muitos deles, entretanto, já professores nas universidades norte americanas.

No seu livro dedicado às capas de livros, Alan Powers (2001: 86) afirma que as capas de livros desenhadas nos EUA entre 1940 e 1970 formam aquela que pode considerar-se a «época de ouro», quando as capacidades do designer eram valorizadas. Segundo ele, posteriormente essa «especial capacidade de interpretação dos designers» foi substituída pela resposta material, fruto do acesso generalizado aos processos de reprodução a cores possibilitado pelo seu embaratecimento<sup>31</sup>.

Ainda no mesmo texto Powers (2001: 86) diz, acerca de Paul Rand, que o seu trabalho tem uma «perfeição casual que resulta da prática profissional, encontrada também noutros designers americanos desse período entre 1940 e 1970, naquela que parece agora ter sido uma época de ouro (...)».

Steven Heller (2003: 5) refere-se às décadas de 1950 e 1960 como sendo «o período nascente do que viria nos EUA a ser chamado de *paperbacks* de qualidade», ao longo do qual muitas capas para livros de literatura qualificada foram desenhadas de modo a «agarrar o olhar e inflamar a imaginação». Tal como Powers, também Heller recorre à expressão «época de ouro» referindo-se às capas da editora Vintage, desenhadas por «Rand, Lionni, Chermayeff, Ben Shahn, Bradbury Thompson, George Giusti e outros».

Por último também Piet Schreuders (1981: 2), referindo-se apenas a livros de capa mole e de bolso, defende que antes de 1939, ano em que surge nos EUA a *Pocket Books*<sup>32</sup>, não «existiam livros realmente importantes»; e nem depois de 1959, porque, depois dessa data, «esse elemento único que torna os velhos *paperbacks* atraentes para colecionar, parece ter desaparecido no início dos anos 1960: o charme, a ingenuidade e a arte daquelas capas ousadas, que foram usadas como base sólida para testar novas formas gráficas, e cujo design não era totalmente ditado pelos departamentos de vendas (...)».

Conforme exposto de seguida, os mesmos autores — Powers, Heller e Schreuders — e ainda Drew e Sternberger, avançam alguns motivos para se ter verificado essa «época de ouro» nas capas de livros durante o período indicado.

Para Heller (2003: 5) a primeira dessas razões foi a existência recente dos *paperbacks* como suporte de textos bem considerados literariamente. Esse estatuto de recém chegado dos livros de capa mole, apesar de trazer com ele o estigma de serem vistos como de segunda categoria, trouxe a essas capas uma grande liberdade de regras e abordagens visuais, que foram prontamente aproveitadas pelos designers que as criaram. Por outro lado, esse mesmo estigma criou, em alguns editores de livros de capa mole, a necessidade de recorrer a

31 «Os trabalhos de Rand têm a mesma perfeição descontraída que resulta do perfeccionismo praticado que se pode também encontrar no trabalho de alguns outros designers americanos do período que foi de 1940-1970, no que parece agora ter sido uma época de ouro, antes das técnicas de reprodução de cor se tornarem tão baratas e fáceis que desvalorizaram as especiais capacidades de interpretação dos designers» (Powers, 2001: 86).

32 Editora norte americana, fundada em 1939 por Richard L. Simon, M. Lincoln Schuster e Robert Fair de Graff, exclusivamente dedicada à publicação de livros de bolso, em capa mole, para o grande público.

«uma linguagem visual urbana que utilizava a ilustração abstrata e tipografia moderna». Uma abordagem que, para Heller (2003: 5), «elevou os livros sem, contudo, os tornar raridades», indo assim ao encontro de um novo público leitor formado por «estudantes universitários e leitores sérios». Heller refere, como sendo a iniciadora deste processo, a editora «*Anchor Books* que em 1947 pretendia reeditar, em capa mole, com melhor papel e encadernações robustas, títulos clássicos e outros livros sérios que estavam esgotados».

Portanto, paradoxalmente, os *paperbacks*, por serem inicialmente desconsiderados, acabaram por usufruir de excelentes soluções de design para as suas capas, resultantes da enorme liberdade criativa permitida aos seus designers, e tendo ultrapassado a qualidade gráfica dos seus 'rivais' de capa dura. «Os livros de capa dura terão sempre mais prestígio», continua Heller (2003: 12), «mas nas décadas de 1950 e 1960 a qualidade das capas dos *paperbacks*, enquanto fonte de design moderno inovador — e até enquanto ícone — ultrapassaram o design das capas duras em liberdade e ingenuidade». E, logo a seguir, o autor conclui que «recentemente os livros de capa mole conquistaram o respeito que os designers lhes trouxeram, tendo influenciado o estado da arte de todas as sobrecapas e capas».

Uma segunda razão, para explicar o carácter especial deste período de capas, é apontada pela dupla de autores Drew e Sterneberger, e ainda por Andrews, e é relativa ao surgimento do design gráfico — e até do design gráfico de capas — como profissão definida e autoconsciente. A dupla de autores denuncia esta época como uma espécie de rampa de lançamento para essa revolução no design de capas de livros, ao afirmar que «Lustig e Rand montaram o palco para que os designers de livros explorassem o casamento da tipografia com elementos ilustrativos reduzidos a formas puras e essenciais» (2013: 74). Os mesmos autores referem ainda «a formação da associação americana de designers de capas», criada «em 1947 por um grupo de designers americanos com a intenção de promover e estimular o interesse pelo design de capas de livros» (2013: 44).

Também Andrews (2003: 22) aborda este aspecto do surgimento ambíguo mas rico da figura do designer. Para este autor havia, em 1950, duas fontes principais de onde surgiam os designers: as Belas Artes e as casas de impressão e tipografias. Das primeiras eram oriundos os que dominavam a ilustração, as letras desenhadas, e tinham noções de gravura e outras técnicas de impressão artística; das segundas surgiam os designers com conhecimentos de tipografia adquiridos no terreno, trabalhando com compositores, impressores e editores. Contudo, Andrews alerta para um possível estigma de que originalmente sofreu o somatório destas capacidades artísticas e técnicas ao avançar que ele «foi talvez manchado pelo lado comercial» (2003: 22).

Essa dicotomia, que estava presente na formação destes designers que aliavam as Belas Artes aos conhecimentos técnicos do ofício, é avançada como razão para a qualidade superior do trabalho deixado nas capas desta época, «antes das técnicas de reprodução de cor se tornarem tão baratas

e fáceis que desvalorizaram as capacidades especiais de interpretação dos designers», afirma Powers (2001: 86), culpando desta forma a facilitação e embaratecimento dos processos por uma posterior decadência nas ideias. Também Andrews (2003: 22) parece concordar apontando que esse mesmo domínio do designer sobre aspectos técnicos da profissão fazia com que ele se envolvesse em quase todas as etapas de criação do trabalho, o que «deu ao design de capas desse período essa frescura, espírito inventivo e sentido de personalidade que se viriam a perder (...)».

Esta ideia tem, no entanto, algum contraditório uma vez que existe quem questione a validade daquilo que fica para a História, no caso para a História do Design Gráfico, ser válido, como se se tratasse de factos relativos a uma maioria representativa, que, na verdade, não serão, e sim representativos do que era, para época, inovador, revolucionário, novo...:

«A história do design fornece-nos terminologia, um atalho para reflectir sobre o design de uma época. Encontramos frases como "Escola de Nova York", sob a qual Philip Meggs, na sua *História do Design Gráfico*, agrupa inovadores como Paul Rand, Saul Bass, ... A Escola de Nova York é composta por designers sobre os quais já chegamos a um consenso: a maioria de nós acredita que eles eram os grandes designers da década de cinquenta e sessenta. Mesmo assim, olhar para o seu trabalho dá uma visão muito enviesada e limitada dessas décadas. Se nos lembrarmos dos anos cinquenta e sessenta, sabemos que a maioria das coisas não pareciam ter sido desenhadas por Herb Lubalin. Estamos conscientes do elitismo contido na expressão Escola de Nova Iorque. E também sabemos, em primeira mão, de quão seletiva é a história do design a recordar» (Kalman *et al*, 1994: 25-26).

E, por isso, segundo o mesmo autor, o que sabemos pela História não são de facto os acontecimentos mais correntes e sim os mais extraordinários, o que é, de certa forma, questionável: «Esta lente histórica é tanto uma maneira de ver (ou de incluir) quanto de não ver (ou excluir). Quando olhamos para épocas que estão além da experiência e memória pessoal, tornamo-nos mais dependentes do que vemos através da lente. O que não vemos, para todos os efeitos, não existiu» (Kalman *et al*, 1994: 25-26).

Seja como fôr, em Portugal parece verificar-se, por razões talvez semelhantes, um fenómeno coincidente com o passado nos EUA havendo, também aqui, vários autores que destacam sensivelmente o mesmo período temporal. Segundo Maria João Baltasar (2016: 30) por exemplo, «entre os anos 50 e 70, o design português foi premiado por uma profíqua geração de designers que realizaram, com particular sensibilidade e rigor, inúmeros projectos cuja relevância histórica importa conhecer e comunicar»; Vítor Almeida (2009: 85) considera Victor Palla e Sebastião Rodrigues como donos de obras «(...) a destacar, neste período (...) como as mais representativas deste legado modernista

‘tardio’.» E explica: «a obra separa-se da dos seu predecessores e, pela sua variedade, torna-se introdutora de um novo legado modernista em Portugal e, ao mesmo tempo, substitui o perfil dogmático que enformou as gerações anteriores de artistas». Também Orlando da Costa (1995: 82), a propósito da equipa do Almanaque destaca, a dada altura: «(...) Os mais reputados designers de então conhecidos no nosso mercado — Sena da Silva, António Garcia, Luís Filipe Abreu, Eduardo Anahory e Sebastião Rodrigues.» E como último exemplo, Pedro Piedade Marques (2015: 9), lembrando Câmara Leme, refere também o período em que «(...) tantos e tão espantosos exemplos de um designer cujos trabalhos fizeram parte do tecido da cultura visual portuguesa, nessa sua "década prodigiosa" de 60 (...)»

São coincidentes, como verificamos, várias opiniões que confirmam a importância de nomes como Sebastião Rodrigues, Víctor Palla, João da Câmara Leme, Infante do Carmo, José Escada, António Garcia, António Domingues, Paulo Guilherme, A. Dias, Espiga Pinto, Luís Filipe, Cândido da Costa Pinto, Octávio Clérigo e António Charrua, entre outros. No resto da Europa sobressaem nomes como Jan Tschichold, Stanley Morisson e Berthold Wolpe, as editoras *Penguin* e *Faber&Faber*, em Inglaterra, Massin e a *Gallimard* e os *Livres de Poche*, em França, Bruno Munari, na Itália, Dick Bruna, na Holanda, entre tantos outros designers e países.

Schreuders, Powers, Andrews e Heller são referências respeitadas e creíveis e parecem sustentar, de modo sólido, os contornos do referido intervalo temporal. Alguns deles não incluem a década de 1960 por, provavelmente, se encontrar já sob o efeito gráfico do movimento psicadélico que se desvia do tema modernista que tentamos focar. Apesar disso, alargarei esse intervalo por mais 10 anos, levando-o de 1940 até 1970, de modo a incluir nele exemplares de capas, não apenas portuguesas — de Sebastião Rodrigues — mas também norte-americanas — de Paul Rand — que considero de grande interesse serem incluídas neste estudo, por pertencerem aos mesmos designers e partilharem a mesma linguagem e expressão visual do restante corpo de estudo.

### 1.3.1. «O CONTRÁRIO DA ESTUPIDEZ» OU OS AFECTOS COMO CRITÉRIO

Em Portugal, o conjunto de capas deste período parece ser a versão portuguesa desse fenómeno de revolução visual nos suportes do consumo, entre os quais as capas de livros, mais tarde conhecido por design gráfico, mas que até aí, como já referimos, ia sendo praticado por um extenso e diversificados grupo de profissionais com diversas formações.

Por subjectivas que pareçam as razões apontadas para a escolha desta janela temporal, a verdade é que ela se apresenta como uma excepção, um fenómeno algo isolado, suscitador de curiosidade e carecendo de explicações. As capas dessa época provocam em mim, e em muitos outros, não só o carinho vindo da memória e do reconhecimento de objecto visual que lembramos como parte da nossa paisagem, mas, mais do que isso, essas capas, tornaram-se elas mesmas em imagens que «me acontecem». Como diria Barthes (2006: 14)

a propósito da fotografia como aventura: «(...) seja o que for que ela dê a ver e qualquer que seja a sua maneira, uma foto é sempre invisível: não é ela que nós vemos.» Tal como Barthes, tenho dificuldade em falar das capas em geral pois elas são inseparáveis do seu referente. O que farei não será falar da capa do livro, mas sim falar de capas de livros. Mais especificamente daquelas que me suscitam emoções; que me acontecem, como ‘uma aventura’, como diz Barthes, e de outras que pertencem ao mesmo período. Escudando-se nesta conclusão, toma-a como critério de selecção das fotografias que pretende analisar. Diz Barthes (2006: 27):

«decido então tomar como guia da minha nova análise uma agitação interior, uma festa, também um trabalho, a pressão do indizível que quer ser dito (...) Assim, parecia-me que a palavra mais adequada para designar (provisoriamente) a atracção que certas fotografias exercem sobre mim era aventura. Uma determinada foto acontece-me, outra não. O princípio de aventura permite-me fazer existir a Fotografia. De um modo inverso, não há foto sem aventura».

Assim, à semelhança de Roland Barthes, e por me parecer válido, tomo, em parte, o mesmo critério para a escolha de capas a analisar nesta dissertação. Escolherei as capas que «me acontecem», que «me provocam o contrário da estupidez», excluindo aquelas que não o façam e que, por isso, não considero significativas ou relevantes à luz do design gráfico. Tratando-se de peças de design que, por isso mesmo, devem ser capazes de comunicar visualmente — despertando o interesse, a curiosidade ou outras emoções — se não o conseguem fazer é porque não suscitam, à partida, necessidade de mais explicação, averiguação da minha parte. Poderá argumentar-se que é um critério falível; que posso desconhecer algum aspecto que torna determinada capa não escolhida num corpo de estudo pleno de interesse. Contudo, essa mesma falibilidade, caso exista, poderá ser considerada o lado menos vantajoso da moeda que traz, na outra face, a graça e a especificidade do carácter subjectivo que a crítica e as interpretações poderão tomar e que foram assumidas, desde o início, nesta investigação. E neste sentido este projecto é manifestamente parte de uma investigação que integra o design gráfico nos protocolos da arte contemporânea.

Contudo, esta abordagem — conforme já referido é assumidamente subjectiva — para a escolha do período ou *corpus* de análise (ao escolhermos determinado intervalo de tempo ele leva-nos obrigatoriamente a um determinado conjunto de objectos de estudo) pode ser considerada pouco sustentada de justificações, e mesmo acusada de pouco credível. Referindo-se justamente a esse aspecto, ao escrever acerca de «métodos e pluridisciplinariedade» nas investigações, Gervereau (2007: 38) alertava:

«no que respeita à época contemporânea, a abundância de imagens obriga-nos, cada vez mais, a que as levemos em conta. Nesta esfera, o contributo dos historiadores é de duas ordens. Por um lado, insis-

tiram (...) na importância da escolha do *corpus*. Por que razão são estudadas tal ou tais imagens? Será por terem um impacto apreciável ou por serem exemplos de uma tendência geral num determinado período? Por outro lado apoiam-se na qualidade do corpus, restabeleceram a importância do contexto. Em vez de interpretações *a posteriori*, destacaram o carácter incontornável de envolvimento do documento. Isto resultou em estudos sobre um conjunto (a evolução do vestuário, do uso do vestuário, numa duração de tempo determinada, num dado país) — estudos transversais — e outros — estudos verticais —, que consideram um só documento para reconstituírem a sua génese e o seu impacto.

No entanto, todos esses trabalhos são apenas embrionários e, por vezes, metodologicamente duvidosos. Aproximações, *corpus* com configurações insípidas (que têm mais que ver com um gosto estético arbitrário do que com uma verdadeira representatividade), interpretações precipitadas, seduziram um público satisfeito por ver novas imagens, sem constituírem grande contributo científico. Mas a parte mais fértil desses estudos mostrou também as suas apetências e as suas curiosidades ao debruçar-se sobre as outras disciplinas, impulsionada pelo interesse pela história das mentalidades e pela história cultural.»

As afirmações de Gervereau parecem apontar o dedo precisamente na direção de investigações que, como esta, decidem o que estudar como resultado de uma escolha afectiva. Contudo, a acrescentar ao defendido até aqui como critérios de escolha do *corpus*, importa referir a coincidência deste período de boas capas ser notório, não apenas no panorama nacional, mas também no estrangeiro. Internacionalmente, em particular nos EUA e em Inglaterra, são vários os testemunhos concordantes com esta ideia — de o período entre 1940 e 1960/70, ser excepcional na qualidade do design de capas — sendo vários os autores que, inclusivamente, avançam explicações para esse fenómeno.

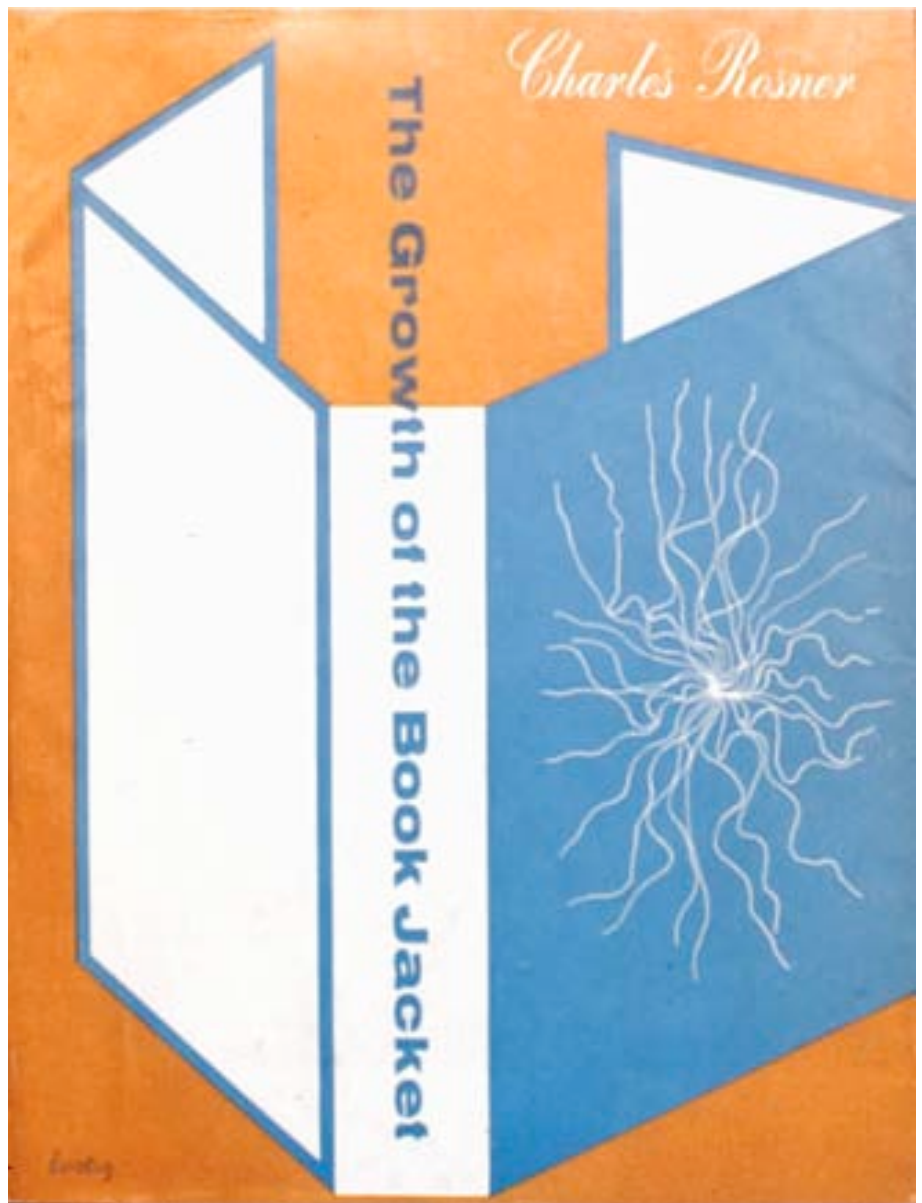
Uma outra referência surge num artigo de Dermot Mac Cormack (2016: 214–217) refere Víctor Palla e Sebastião Rodrigues como «designers exemplares» que souberam aplicar a estética modernista num design «notável» de capas de livros «vibrantes, ilustrativas, e divertidas».

Finalmente é significativa a selecção de capistas apresentada numa peça de imprensa especificamente dedicada aos mais destacados criadores de capas de livros deste período. O artigo intitulado *As capas e os livros* foi publicado a 15 de Março de 1961 no suplemento *A Vida Literária* do Diário de Lisboa e nele são entrevistados cinco capistas: Víctor Palla, Sebastião Rodrigues, João da Câmara Leme, António Garcia e Luís Filipe de Abreu. Curiosamente, Paulo-Guilherme é o indicado por mais do que um deles na resposta à pergunta «qual o capista que mais o interessa?» e, também por essa razão, foi incluído no grupo dos seis capistas em estudo nesta investigação.



7. Sobrecapa de Alvin Lustig para *The Growth of the Book Jacket*, de Charles Rosner. Cambridge MA, Harvard University Press, 1950.

—  
\* Kidd, 2005: 10



ONE OF THE GREAT ADVANTAGES TO DESIGNING BOOK COVERS IS THAT YOU DON'T EVER HAVE TO HAVE AN IDEA, MUCH LESS A THOUGHT, EVER, IN YOUR HEAD. THAT IS THE AUTHOR'S JOB.

— *Chip Kidd*<sup>33</sup>

#### 1.4. O DESIGNER TRADUTOR

NUMA ENTREVISTA A PETER BIL'AK, a tradutora e antiga editora de ficção na revista *New Yorker*, Linda Asher (2013: 29), a propósito do processo de tradução, defende que um livro não é apenas um texto e que o processo de traduzir, mais do que apenas operar uma tradução literária, deve ser um «permutador humano» que transporte algo valioso de uma mente para outra. Esta ideia de intermediação humanizada é ainda mais evidente quando se trata de passar uma mensagem do estado verbal para o estado visual, uma vez que, nesse caso, a transformação sofrida ocorre em dois campos em simultâneo: o meio e o suporte. Enquanto que a tradução de um idioma para outro se move sempre no campo das palavras, no segundo caso ela move-se também no campo das imagens. Aí, o derradeiro objectivo é o de que determinado conteúdo seja expresso claramente para uma audiência que lê através de outros sinais.

Outro tradutor, Harrie Lemmens (2016: 70), afirma ter a «convicção de que a tradução é um processo inventivo. Mas apenas inventar o que lá está, ou melhor, o que já lá está». E desenvolve assim a ideia: (...). O livro já existe, mas para renascer numa outra língua é preciso inventar palavras que correspondam ao original (...)»<sup>33</sup>.

Se os tradutores Linda Archer e Harrie Lemmens chamam, respectivamente, ao processo de traduzir «permutador humano» ou um «inventar do que lá está», já Peter Mendelsund (2015), designer, chama ao acto de desenhar capas «utilitarismo de interpretar» que serve para «maximizar a compreensão», pois, para ele, nas capas os designers tentam «captar o significado que pode não ser o mais consensual mas que é, ao mesmo tempo, verdadeiro, e flexível, o suficiente para que a maioria dos leitores não

33 Porque isto é também algo que compete ao tradutor: deixar o leitor saborear os sons diferentes de outras línguas, muito embora a sua missão consista, por princípio, em dar ao leitor a impressão de que está a ler um livro na língua em que foi escrito, sem que se aperceba disso: se os seus olhos tropeçarem em formulações estranhas, frases que não fluem ou perturbam o ritmo de leitura, é porque o tradutor não fez o que devia

o ache difícil de acreditar». Próxima à ideia de máquina permutadora está a ideia, avançada por Charles Rosner (1954: xviii) de um projector para explicar que «uma boa capa de livro é a produção de uma mente editorial, capaz de extrair a essência de todo o conteúdo do livro e projetá-lo na capa de forma visual».

#### 1.4.1. NÃO SE TRADUZ O QUE NÃO SE PERCEBE

A afirmação de Chip Kidd, que poderá parecer uma provocação, está longe de o ser. Kidd é um designer experiente que trabalha com alguns dos mais conceituados autores da actualidade. Ele sabe que por muita intervenção autoral que possam graficamente ter as suas capas, essa abordagem só pode existir depois de assegurada a compreensão da ideia que o autor transmite no original. O trabalho de designer aqui é compreender e transportar essa ideia, no caso das capas de livros, para o reino da visualidade, para o desenho. Ora, conforme refere Nogueira (*in* Fragoso, 2009: 4): «desenhar é compreender». Para que eu possa transmitir a terceiros a ideia que me foi explicada pelos primeiros tenho, eu próprio, de a compreender. Compreender é já uma forma de ter. E tendo algo, em princípio poderei transportá-lo. Ao contrário, não há tradução possível para algo que não compreendemos. «Para os autores das outras disciplinas o compreensível é o que pode ser enunciável» (Fragoso, 2009: 4).

Peter Mendelsund (2011) refere ainda as capacidades mais intangíveis que o designer deverá dominar para poder fazer uma tradução inteligente, sensível e instruída. Segundo ele, os livros são mais do que «dispositivos de apresentação dramática», e por isso mesmo é delegada em nós — designers de capas — a «responsabilidade de representar um texto, a não ser que nos vejamos como meros decoradores dele.» Mas, continua Mendelsund, «partindo do princípio de que assumimos a tarefa de representar o texto em vez de apenas o adornarmos, nós, designers, temos de determinar de que trata o livro antes de lhe desenharmos a capa. Quando leio um manuscrito<sup>34</sup> estou constantemente na procura de imagens, personagens e ideias que possam servir metafóricamente, como representantes do todo». Mendelsund deixa no ar a interessante dúvida de saber se esse ‘todo’, que é o livro, é acerca daquela história em particular, ou acerca do tema mais profundo e subjacente que ela nos propõem para reflectirmos. Apesar de a tradução literária certamente não poder adoptar como prática esta abordagem do design de capas, ela pode seguramente ser muito mais do que um mero ‘substituidor’ de palavras ou ideias sinónimas. A tradução, não sendo nem histórica nem científica, deve reflectir tanto características do seu original como do seu tempo, bem como tanto do seu autor quanto do seu tradutor; pode, até, em certos casos, tornar-se uma segunda arte. Aí, à semelhança do que faz

34 Segundo Martins (2011:43) e Carvalho (2008: 39) também Sebastião Rodrigues e Victor Palla, encaravam como essencial a leitura do livro para o processo de criação da sua capa.

o tradutor de poesia, o designer trabalha o material em cru, processando os significados espirituais, tanto quanto os literais (Rock, 2013: 56). Este termo — segunda arte — merece, contudo, algum enquadramento, pois, apesar de a tradução do designer ter muito de criativo, em última análise ela terá de ser bem assimilada e compreendida pelo público a que se destina. Segundo Munari (1990: 106),

«ao contrário do artista, o designer deve preocupar-se com ser imediatamente compreendido pelo público, a sua mensagem visual deve ser recebida e entendida inteiramente, sem possibilidade de falsas interpretações. A ciência das comunicações visuais ajuda-o na escolha das formas, das cores e dos movimentos que objectivamente transmitem certas mensagens e não outras. E também o uso que faz da criatividade, distinta de fantasia, possibilita resultados de valor acrescentado mas que, em última instância, serão sempre orientados para a função».

A propósito das diferenças entre uma e outra o mesmo autor (1990: 99) acrescenta ainda que «o artista trabalha com a fantasia» operando no mundo que não deve obediência à realidade. «A fantasia é uma faculdade do espírito capaz de inventar imagens mentais diferentes da realidade (...) mesmo que sejam irrealizáveis praticamente», diferentemente do designer, cujo trabalho tem de resultar em algo passível de ser realizado. Para isso o designer «usa a criatividade (...) [que] é uma capacidade produtiva onde a fantasia e a razão estão associadas e cujos resultados são sempre realizáveis na prática». Essa necessidade de resultados práticos no design se, por um lado, o constrange, por outro torna-o mais rico pois força-o a operar em duas frentes em simultâneo, como alguém que é fluente em duas línguas. Ele pode ser criativo, estimulando o lado espiritual do seu utilizador, sem que esse aspecto sacrifique a sua operacionalidade. Em suma, adiciona uma segunda competência sem subtrair à primeira.

Se Munari defende que o designer recorre à criatividade como uma ferramenta que mistura racionalidade (ciência) com fantasia (arte) já Víctor de Almeida (2009: 58) faz a distinção entre design, ciência e arte «na medida em que [o design] não se reduz à relação do autor-artista com a sua obra (para o caso da arte), nem se fecha no cartesianismo da ciência, na qual existe uma razão que tudo explica e que exclui tudo o que não percebe». Contudo, para este autor, não dando o design preferência a nenhuma das duas dimensões, ele a ambas recorre pois ambas — artísticas e científicas — «interpretam a sociedade, logo são fundamentais para o projecto de design». O designer não é mais desta ou daquela categoria mas de uma outra, nova, que resulta do somatório, ou da aliança, das diferenças das duas primeiras. «Ao designer interessa-lhe "aprender" com todas as disciplinas construindo, assim, uma identidade profissional adaptada aos condicionalismos que emergem das relações com a produção material e imaterial» (*idem*).

No seu livro *What is a Designer*, Norman Potter<sup>35</sup> refere também este aspecto dual do design. Diz este autor que, enquanto actividade social, o design opera na presunção de que aquilo que cria em nome do seu utilizador poderá reger-se mais por princípios de integridade do que por resultados materiais. Ao levar em consideração aspectos como o contexto cultural e histórico o designer torna-se um agente social responsável, mantendo uma atitude de reflexão — que se questiona, pesquisa e preocupa — tanto como de execução, cujas decisões implicam consequências. Nesse sentido, quando bem feito, o design não só faz o seu trabalho como também nos diz algo (Potter, 2002: 32).

O design tem como uma das suas obrigações de génese dar a melhor resposta a um dado problema englobando nela todas as variáveis da sua equação, incluindo a adequada economia de recursos. Pode haver soluções de design mais baratas ou mais caras mas ambas deverão ser boas. Um editor exemplar desta ideia foi Allan Lane (Pearson, 2008: 433) emblemático fundador da já referida *Penguin*, que defendia que «uma boa solução de design não tem de ser mais cara que uma má».

#### 1.4.2. PROJECTO E COMPROMISSO

É pois ambicioso o papel do design. Vimos já que no seu processo ele deverá ser capaz de gerir e aglutinar as tarefas mais pragmáticas, como funcionalidade, processos de execução, escolha de materiais, avaliação de custos e até distribuição, com requisitos mais psicológicos, tais como sugestão, prazer estético, estímulo da inteligência, ideias, conceitos, significados e referentes culturais. Idealmente nenhuma destas componentes deverá sacrificar em demasia as outras, sendo preferível procurar-se o equilíbrio e a cooperação entre elas. Esta forma transversal de operar no design acarreta a necessidade de informação sobre o objecto de trabalho. Projectar é responder. Mas, para se dar uma resposta fundamentada e conclusiva, ela deve ser precedida de perguntas. Pode-se então dizer igualmente que projectar é também perguntar. Essa fase, que deverá fazer parte de qualquer projecto de design, implica um convívio, talvez até um contágio, do design com qualquer objecto do seu projecto. Deparamo-nos, uma vez mais, com a conclusão referida anteriormente por Bierut (2007: 83). É ao não possuir conteúdo próprio que o design se torna numa prática social em contacto, e ao serviço, de todos os conteúdos. E isso torna impossível qualquer tentativa de compartimentação da prática do design, por muito confortável que ela fosse. Ao ser um agente de comunicação o designer trabalha e envia mensagens que significam coisas e que são recebidas por pessoas. Em suma, um designer que leve a sério o seu trabalho deve preocupar-se não apenas com a sua concretização mas também com os efeitos que ela possa causar.

35 Norman Potter (1923-1995) autor inglês, foi marceneiro, designer, dissidente político, poeta, e professor no Royal College of Art.

Também Leo Lionni<sup>36</sup> (1994: 171) que foi designer para além de ser igualmente autor de livros, lembrou o papel de responsabilidade do designer enquanto emissor. «Este poder metafórico que as coisas têm», diz Lionni referindo-se ao poder de evocação que a metáfora pode tomar, «dão-nos, a nós que as fazemos, responsabilidades a que não podemos escapar. Para o bem ou para o mal». O projecto resulta então como algo em que o designer participou, investiu, assinou, ajudou a deixar para o presente, para o futuro e para os outros, não se podendo escudar na ideia de ter sido ‘apenas trabalho’, ‘não pessoal’, uma ‘simples resposta a uma encomenda’ na qual não se revê. Para Lionni as coisas que um designer deixa feitas funcionam «como extensão tangível do nosso carácter, elas reflectem as nossas atitudes e expressam os nossos valores», e para que não restem dúvidas, Lionni explicita: «as coisas que fazemos são gestos nossos. Eles podem, sem dúvida, ser agressivos, modestos, elitistas, democráticos, sexistas, gentis, austeros, civilizados, ou simplesmente tontos».

Levanta-se aqui a questão da ética no design. A tal ideia de permutação humana, que referíamos atrás, ou seja, do designer como tradutor que transporta algo valioso de uma mente para outra. Sendo apenas um elo na cadeia da comunicação, ao participar, compromete-se com o que ajuda a transmitir, tornando-se, por isso, o uso da sua consciência essencial para uma prática honesta. No caso do design de capas o conhecimento do conteúdo é fundamental para resultados não apenas bons mas também honestos. Aliás, se não forem honestos, os resultados dificilmente serão bons. Para isso, a leitura do texto do livro é, para muitos designers, tida como essencial. Na monografia sobre George Salter, é dito que este retirou muitas das suas ideias gráficas da leitura dos manuscritos, e que qualquer outra forma de o fazer que não fosse esta iria comprometer o trabalho do autor. Segundo as suas palavras, «designer nenhum pode subjugar o manuscrito instrumentalizando-o para as suas próprias ideias» (Hansen, 2005: 39).

Contudo, temos testemunhos de casos de capas de livros em que a abordagem visual do designer não dá ao leitor sinais para uma interpretação fácil. Segundo Heller e Cohen (2010: 50), ao referir-se às capas de Alvin Lustig, o seu cliente James Laughlin, sempre que recebia uma nova proposta de capas enviada por Lustig, ficava surpreendido. Segundo ele, a série de novidades era de tal forma original e extensa que parecia ser fruto de um talento exclusivamente visual, podendo, por isso, serem confundidas como obras de um artista e não de um designer. Poderá dizer-se que as capas de Lustig requerem um estatuto especial devendo considerá-las como um caso particular. Mas, à semelhança de Salter, também Lustig lia os originais dos livros tentando assim perceber o impulso criativo dos seus autores para depois os transpor para o seu próprio universo gráfico.

Também Peter Mendelsund deixa o seu testemunho acerca do seu modo de projectar as capas dos livros. Diz Mendelsund (2011) que começa

«por ler o manuscrito. E geralmente uma ideia surge enquanto o leio; um conceito, ou um símbolo ou uma imagem que se mantém como uma metáfora do livro todo». A leitura e compreensão do texto deve pois ser feita pelo designer. Ele recebe a mensagem do autor ao ler o seu texto, e emite a sua tradução para o campo gráfico e visual, aí já funcionando como emissor. Mas, à semelhança de Kidd (2005: 10), Mendelsund é peremptório em não reclamar como sua a ideia passada para a capa do livro. O trabalho dele é escolher uma ideia que o autor tenha deixado no texto, para fazê-la falar mais alto. «Independentemente da forma que venha a tomar esta ideia ela é sempre uma ideia do autor, não minha. O meu trabalho consiste em transportá-la para a capa. (...) Quem quer que seja que tenha escrito aquilo que estou a ler, teve com certeza um bom motivo para o fazer, e essa razão manifesta-se no texto.» A tarefa pedida a um designer é pois que traduza, criativamente, e «pode ser um tema geral, uma visão do mundo, uma posição moral, uma experiência intelectual, um estado de espírito ou uma caracterização», e que o faça sem desvirtuar o conteúdo, revelando-o, sem o expor, sugerindo-o, sem o divulgar em demasia. «Seja como for, o meu trabalho consiste em extrair esse significado e mostrar o que levou o autor a escrever o livro» (Mendelsund, 2011).

Para esse papel de ‘transmutador’ que o implica e compromete no resultado final, o designer tem de possuir valências não apenas criativas mas também intelectuais, culturais, psicológicas e históricas. E até lúdicas, que resultem numa interdisciplinaridade viva e potenciadora de respostas com qualidade, inovadoras e adequadas. O bom designer de capas deve pois ser competente na compreensão do texto, honrando-o e mostrando-se capaz de o traduzir visualmente numa capa que seja tecnicamente viável e que, agradando a si próprio, ao seu autor e ao editor, ainda suscite no público leitor a vontade de aquisição e leitura. Para que deste processo, ou desta equação com tantas variáveis e algumas incógnitas, resulte o sucesso, torna-se valioso que o designer domine três mundos: o verbal, o conceptual e o visual.

Acerca do processo de tradução na literatura, quando interrogada por Peter Bilak, Linda Asher (2013: 27) responde poder ser transposto para a actividade de desenhar capas. Contudo, a palavra criatividade, tão comum no meio do design, levanta para a tradução literária algumas sensibilidades. «Aquilo que aprecio numa boa tradução é a competência em ambas as línguas; o cuidado com a história e o enredo para que não se perturbe a leitura como uma música trazida por um tradutor que a saiba cantar. Há um gosto especial quando se percebe o encaixe de ritmos e tons entre autor e o tradutor». Mais adiante, à questão de a tradução poder ser considerada ou não um acto criativo, Asher afirma que a vê «primeiramente como desempenho ou interpretação, mais do que como criação». Mas não defende a criatividade como ponto essencial do processo de tradução. «Podemos talvez dizer que a interpretação se aproxima de um acto de imaginação criativa, que há um

chamamento da interpretação dos sentidos» admite Asher, «mas não fico entusiasmada com a palavra ‘criatividade’ para esta actividade» (2013: 32).

### 1.4.3. O TODO INSTANTÂNEO

«Hoje em dia, os editores lutam pela nossa atenção e já há muito que nos habituámos a que os livros sejam expostos com as capas viradas para nós. Paradoxalmente, a essência de um livro reside no facto de este não poder ser visto de uma só vez, mas apenas por ordem, uma página de cada vez. A excepção é a capa, que é a única parte do livro que pode ser vista no mesmo instante. Tendo em conta a quantidade de livros que existe, conceber capas não é uma tarefa fácil. Num mercado competitivo, uma capa deve conseguir distinguir-se das outras que a rodeiam. O desafio criativo que se coloca ao designer é exigente mas altamente compensador; tratar de criar uma porta de entrada para o mundo que o livro representa» (Howard, 2008: 406).

O designer, ao traduzir o texto do autor para uma imagem (capa) está a dar-lhe uma voz que é uma outra forma de expressão. O designer é, por isso, um tradutor, e para o poder ser ele próprio se torna receptor e emissor, só conseguindo ser o segundo depois de ser também o primeiro. Ele recebe para poder depois emitir. Trata-se, aliás, de um processo que vai para além da tradução no sentido de que falamos de uma tradução das ideias transmitidas, pelo autor, ao longo de muitas páginas, para o mundo da linguagem visual, resumida esta a um suporte imediato, que se consome, por inteiro e de uma só vez.

Também Peter Mendelsund (2014: 142–143) aborda esta questão na perspectiva daquilo que vemos quando lemos. Mendelsund refere-se ao que vemos na imaginação, àquilo que visualizamos, e conclui que nem sempre o facto de recebermos mais dados ou informação nos ajuda a criar uma imagem mais total. Para ele, «descrições mais elaboradas e lidas de forma mais atenta e deliberada não são, necessariamente, mais vívidas. Poderão ser mais explanatórias, mas não acrescentam ao *gestalt* — a visão completa e simultânea». E mais adiante, «noutras palavras» conclui «listas de atributos na literatura, poderão ter poder retórico mas falta-lhes poder combinatório» pois «a descrição não é aditiva (...) enquanto que a visão é aditiva e simultânea» (2014: 146).

Esta por vezes extrema capacidade de síntese não acontece apenas com o design de capas mas também, por exemplo, ao criar-se uma marca para uma instituição, em que se tem de reduzir informação complexa a visualizações simples (Bierut, 2007: 174). Transpondo para outros meios torna-se mais nítido. Ao passo que um livro é alvo de leitura e desfrute sequencial, tal como o escutar de uma música, no design, por regra, é imediato transmitindo em simultâneo tudo o que tem a dizer, como a pintura. Kandinsky explicou esta ideia muito bem afirmando que:



«(...) O que o emprego das formas musicais permite à música é interdito à pintura. Em compensação, a música não contém algumas das qualidades da pintura. Por exemplo, a música dispõe da duração. Mas a pintura oferece ao espectador — vantagem que a outra não possui — o efeito maciço e instantâneo do conteúdo total de uma obra» (Kandinsky, 1991: 50).

Esse imediatismo, ou, posto de outro modo, esse carácter instantâneo que tem a leitura duma capa é também o que permite a partilha do conteúdo. Como disse Chartier (1998: 312) «a imagem é o lugar das leituras partilhadas». Talvez por isso seja tão habitual e aceite que qualquer pessoa se sinta habilitada a dar opinião sobre assuntos do foro visual, por vezes reduzida ao denominador de um gosto nem sempre educado ou de uma opinião rápida e desinformada.

A tradução do designer não se limita a projectar o que diz o texto, para um ‘desenho’, pois dá-se no processo um acto criativo. O designer estuda/ observa o objecto, neste caso o texto, e extrai-lhe a sua ‘mensagem’, através da tal redução concentrada e limitada ao seu essencial. Nessa necessária capacidade de síntese do designer está implícita a sua habilitação para escolher e trabalhar o pensamento simbólico e metafórico. A tradução de que falávamos pode, e na verdade deve, dar-se em dois campos: no campo das ideias, no pensamento da escolha de ‘o que representar’, ou seja, na resposta que vai dar; e na forma visual como o faz, como desenha, tecnicamente, com que expressão gráfica produz essa resposta, que também é uma opção que pode ter mais ou menos liberdade.

Ao desenhar a capa para um livro, o designer traduz visualmente — recorrendo à tipografia, à imagem ou a ambos — a história, a moral, a paisagem, a narrativa, enfim, algo representativo. A propósito desta ideia é curiosa a constatação de John Gray<sup>37</sup> (2008: 424): «Fazer o design das capas parece ser uma actividade bastante imprecisa. O autor tenta transformar as imagens em palavras e nós tentamos inverter esse processo». Segundo este processo, dá-se um encadeamento de transformações das ideias em que elas passam do campo da imaginação do autor ao campo das palavras do autor, na forma de texto, que passam, depois, novamente ao campo das imagens, pelo designer, na forma de capa. Se, como afirmou Voltaire: *l'écriture est la peintre de la voix*, então talvez possamos afirmar também que o design é a pintura da escrita.

Tendo o designer de capas de ser percebido pelo público e agradar-lhe, seria tentador cair no gosto fácil, nas imagens habituais reconhecíveis e, por isso mesmo, mais confortáveis. Isso seria baixar o nível de exigência, não acrescentando nada, nem lançando sementes para uma evolução do gosto e da cultura visual, mas antes viver à sombra do que foi já inventado, sem risco nem rasgo. Mas, como diz Munari (1990: 106), «fazer-se compreender

pelo público não significa secundar o público nos seus gostos mais banais. Significa, pelo contrário, aprofundar o conhecimento das possibilidades de percepção do público e partir destes dados para comunicar algo que o público ainda não sabia.» A compreensão por parte do público é aliás fundamental para que o trabalho do designer seja considerado válido. Aí reside uma das diferenças de base entre artistas e designers. Segundo Munari, os primeiros acreditam que «por pertencerem ao mundo superior da arte, lhes seria fácil entregarem-se a esta actividade que é o design, dado que a consideram uma arte menor; enquanto o artista, no campo da arte pura, pode fazer o que quiser sem se preocupar com o público, o designer tem regras precisas a observar sem as quais o seu trabalho resulta falso ou sem interesse. Além disso», continua Munari (1990: 108), «o artista é levado, em certo sentido, a desprezar esse público que não o compreende; enquanto o designer é levado a trabalhar no respeito pelo público e, pelo contrário, procura ajudá-lo a compreender». Até porque, como considerou Chartier (1998: 311), «compreender é aderir, aderir é lembrar-se».

#### 1.4.4. TORNAR A PALAVRA EM IMAGEM

Coloca-se frequentemente ao design o desafio de obter o convívio feliz entre dois reinos distintos que são o do texto e o da imagem. Bierut considera mesmo que essa relação, apesar de ser fundamental, é um terreno minado pela ambiguidade e pela desunião (2007: 33). Mas, segundo Diego Zaccaria<sup>38</sup> (2008: 6) «escrever e desenhar são um mesmo gesto» no qual podemos ver o despertar da humanidade. Na Antiguidade grega o termo *graphein*, que deu origem à palavra grafismo, podia significar tanto uma coisa como outra. De facto a escrita não é mais do que a substituição da voz por signos ou, posto doutra forma, da associação da palavra ao desenho. «No seu papel de transmissor a escrita é um acto de tradução», confirma Zaccaria. «Um desafio» continua ele, lembrando Paul Rincoeur, «que torna desconfortável o papel mediador do tradutor. O pensamento, a mensagem a traduzir por sinais, resiste à formação da escrita, à síntese da imagem. A escolha é decisiva para o tradutor visual dividido entre a resistência do pensamento, da mensagem reticente a deixar-se captar, e a resistência do leitor, do observador que lê ou compreende a imagem segundo os seus próprios códigos sociais e culturais» (2008: 6-9).

No design, essa resistência do pensamento, por um lado, e do leitor por outro, exigem ao designer um bom domínio no manejar da imagem e do texto. Ele é referido pelos designers como essencial, reflectindo-se frequentemente nos melhores trabalhos de tradução de um conceito literário ou verbal em imagem visual. É, em grande parte, neste momento que reside um dos aspectos mais interessantes do ofício do design. É talvez nessa tarefa que o designer pode sobretudo intervir com algo de seu, expressando intelectualmente ideias que acrescentam e enriquecem a mensagem e que podem ser

38 Actual delegado geral do *Centre du Gaphisme d'Echirolles*, França.

aproveitadas em ambos os sentidos da comunicação. Tal como um discurso verbal pode ter imenso potencial visual, também o discurso visual poderá usar de um forte poder intelectual. Ocorre uma mudança de estado, como na água, sem necessariamente isso corresponder a um sacrifício da essência ou da profundidade intrínseca da mensagem. A propósito disto, Fiona MacCarthy (2006: 002) no texto de abertura da monografia de Alan Fletcher<sup>39</sup> refere-se ao processo de trabalho do designer nestes termos: «Os escritores gostam muito do seu trabalho por ser tão verbal. Eu tendo a considerá-lo um escritor desperdiçado». E continua ele: «estamos ambos no ofício da espera daquele momento em que uma ideia muda de estado. Aquele ponto em que uma palavra se torna imagem. O estado em que a imagem visual reclama um significado intelectual.»

São muitos os testemunhos de designers que, ao falarem do seu trabalho, referem a importância desse processo de acrescentar significado a uma imagem, essa escolha repleta de intenção intelectual que insinua, desperta, induz, enfim, comunica. Segundo Hansen, Salter<sup>40</sup> defendia que esse poder da imagem podia ser explorado através do uso de pequenos mas significativos pormenores, mais do que mero representante literal da narrativa, abordagem essa, aliás, que considerava ser desadequada para livros de substância. Esses mereciam um design mais sofisticado para que as suas capas pudessem despertar a curiosidade de leitores mais educados, apreciadores não apenas do conteúdo, mas também do aspecto dos livros. Nestes casos a imagem e o texto têm de trabalhar em equipa pois já não é suficiente confiar que uma imagem óbvia resolva bem uma capa de um livro intelectualmente desafiante, como se faz num livro de literatura de cordel (Hansen, 2005: 38). Também Saul Bass, acerca de genéricos ou cartazes para filmes, afirmava ter a preocupação de evitar abordagens óbvias ou imediatas na leitura do seu trabalho, antes procurando uma resposta visual mais profunda, sugestiva, de leituras que não se esgotassem num primeiro contacto. Mas Bass vai para além da tradução das ideias do autor em imagens e novos significados visuais podendo, por vezes, o simples colocar do problema visual, pelo cliente, necessitar de tradução. Nas suas palavras, é frequente que aquilo que parece ser um problema para resolver é mais um sintoma. Nesses casos, não sendo a raiz do problema, é necessário ir primeiro atrás para depois avançar acertadamente.

Sobre a forma como abordava um novo projecto de design, Bass disse ser frequentemente necessário gastar algum tempo logo no início do processo para redefinir o problema que, muitas vezes, foi confundido, pelo cliente, com um sintoma. Depois de esclarecido acerca da natureza do problema

39 Alan Fletcher (1993–2006) foi um designer gráfico inglês, dos mais conceituados e produtivos da sua geração, e um dos fundadores do estúdio Pentagram.

40 George Salter (1897–1967) designer alemão emigrado para os EUA, país do qual recebeu nacionalidade em 1940, e onde veio a desenvolver extenso e significativo trabalho no design de capas de livros, nomeadamente para a editora de Alfred Knopf, segundo Hansen (2005: 39), por ser «urbano e esteticamente sofisticado. Ao contrário da maioria dos editores, Knopf dava grande importância à aparência dos seus livros».

que é necessário resolver, Bass descrevia o seu processo de tradução como tentativa de descobrir uma «frase visual que seja mais do que aquilo que parece à primeira vista». Para isso ele fazia uso de vários meios, sendo os mais centrais, no seu trabalho, a ambiguidade e a metáfora, que defendia como tendo uma grande utilidade pragmática, por não se esgotarem tão rapidamente como outras possíveis abordagens, mais directas ou literais. Para além disso, agradavam-lhe outros aspectos que estas abordagens acrescentam ao trabalho e o tornam mais interessante, como a complexidade e vitalidade: «a ambiguidade é intrinsecamente mais interessante, mais desafiadora, mais envolvente, mais misteriosa e mais potente. Ela obriga a re-interpretação, acrescenta tensão, dá-lhe vida. E como tem mais para descobrir tem mais longevidade (Bass, 1989: 385).

#### 1.4.5. O TEXTO TAMBÉM SE VÊ

Se para os designers parece ser universal o valor da imagem enquanto possibilidade, para os autores não parece haver acordo quanto à importância e ao papel das imagens, e é interessante verificar a dessintonia e mesmo a contradição de opiniões que as imagens podem provocar. Segundo Barthes (2006: 100) tudo pode degenerar num grande falhanço por parte da imagem resultante da tradução do designer. Diz Barthes que «Sartre afirma que todos os autores estão de acordo ao verificar a pobreza das imagens que acompanham a leitura de um romance: se fico bem preso por este romance, não há imagem mental». Já Joly (2007: 142) defende o contrário. Segundo a autora «(...) a oposição imagem/linguagem é uma falsa oposição, uma vez que a linguagem não só participa na construção da mensagem visual mas transmite-a, completando-a mesmo, numa circularidade simultaneamente reflexiva e criadora». E vai mais longe ao defender que «a complementaridade das imagens e das palavras reside também no facto de elas se alimentarem umas das outras. Não existe qualquer necessidade de uma co-presença da imagem e do texto para que este fenómeno se verifique. As imagens engendram palavras que engendram imagens, num movimento sem fim» (2007: 11). Também Chartier parece discordar de Barthes defendendo que «a imagem é muitas vezes uma proposta ou protocolo de leitura sugerindo ao leitor a correcta compreensão do texto, o seu justo significado». O autor diz mesmo que isso acontece independentemente da imagem ter ou não sido criada exclusivamente para aquele contexto. Ela funciona como uma ligação do verbo à representação, «que fornece o sentido global do texto que uma leitura descontínua e vagabunda poderia fazer perder» (1998: 16).

No design gráfico, uma utilização astuta da imagem é um meio poderoso para obter bons resultados. No caso das capas de livros a imagem deverá ser capaz de suscitar sentimentos de prazer, reconhecimento ou curiosidade, incitando o leitor à compra daquele livro, que através da capa, tanto lhe promete. Contudo é de referir que nem só a imagem tem valor visual. Esse valor acrescentado pode ser obtido somente através do próprio texto. Muitos casos

há de capas de livros exclusivamente tipográficas — ou caligráficas, ou manuscritas — que estão carregadas de intenção e significado visual e pictórico. Como afirma Llop (2014: 35) o designer pode também representar o conceito do livro trabalhando somente com o título. Ou seja, mensagens puramente verbais, como um título, através da cor, do tipo de letra, do tamanho e da disposição das letras, por exemplo, tornam-se também elas ricas visualmente, traduzindo e carregando significados que podem reforçar ou acrescentar o que estão a dizer. Para isso, um bom conhecimento e uso da actual extensíssima oferta de tipografia é requisito essencial para um bom trabalho de design<sup>41</sup>. A escolha do tipo de letra deve ser cuidadosa pois é um dos mais estruturantes veículos do design.

«Letras que honram e elucidam o que os homens vêem e dizem também merecem ser honradas. Palavras bem escolhidas merecem letras bem escolhidas; estas, por sua vez, merecem ser compostas com carinho, inteligência, conhecimento e habilidade. A tipografia é um elo, e como tal deve ser tão forte quanto o resto da corrente, por uma questão de honra, cortesia ou puro deleite» (Bringhurst, 2011: 25).

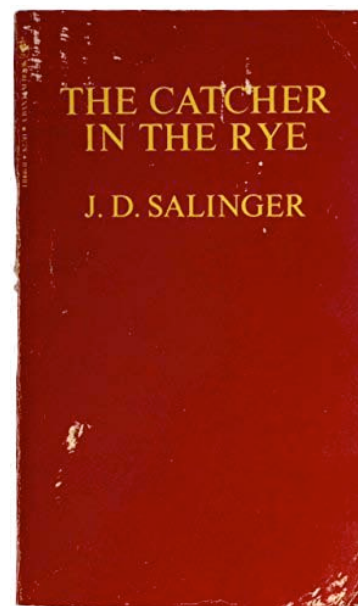
Para Michael Bierut (2007: 96-97) há um caso que exemplifica de tal modo bem uma capa, que apesar de ser ‘apenas’ tipográfica, é plena de leituras visualmente significativas, de tal forma que se refere a ela como “The book (cover) that changed my life”. Não fazendo uso de mais nenhum elemento visual, para além da tipografia e da cor, a capa do livro *The Catcher in the Rye*<sup>42</sup> de J. D. Salinger da velha edição brochada da Bantam Books, é uma das poucas peças de design que tem a capacidade de o emocionar. O designer recorda a primeira vez que o viu, aos treze anos de idade, num expositor da secção “jovem adulto” na livraria que costumava frequentar. No meio dos outros livros expostos cujas capas, sem excepção, exibiam imagens à moda jovem que tentavam seduzir os adolescentes, aquela era diferente, talvez até chegando a mostrar o mesmo tipo de autoridade que, até aí, ele só vira no outro único livro com capa tipográfica que conhecia, a Bíblia. Por ser lisa ela tornava-se enigmática e até vagamente perigosa, o sítio ideal para projectar os fortes e contraditórios sentimentos de um adolescente, como se fosse o seu próprio clube privado, só que mental. E questiona-se este designer escritor: “Pergunto-me se uma capa diferente, mais ‘desenhada’, seria capaz de conter tanta emoção e significado”. Steven Heller (2010) parece estar de acordo sumarizando assim o efeito que, na sua adolescência, a capa surtia nele: “A tipografia simples e amarela em contraste como o fundo vermelho-sangue não dizia absolutamente nada, contudo, sugeria tudo acerca do livro”.

41 O escritor José Rodrigues Miguéis (2010: 36), por exemplo, dava muito valor à aparência gráfica dos seus livros nomeadamente à escolha do tipo de letra, à qualidade da impressão, etc.: «[...] mas não podeis imaginar nada mais atraente, os Bodonis negros são o meu béguin. Desejaria só pedir que o frontispício, etc. fosse na mesma família, para evitar um certo desequilíbrio da aparência gráfica».

42 Traduzido para português em duas edições com diferentes títulos: “Uma Agulha no Palheiro”, Livros do Brasil, 2000; “À Espera no Centeio”, Difel, 2008

O design tornou-se de tal forma ubíquo na sociedade ocidental, onde tudo é desenhado e quer dizer algo, que o actual papel de um designer gráfico é, efectivamente, o da construção dessa imagem que apresenta e representa e que seduz e induz. Para isso eles deverão dominar um conjunto de competências de comunicação visual. Ora, como vimos pelo testemunho de Bierut, até a ausência pode ter significado no design.

A mensagem, que pode transmitir significado mesmo quando está esvaziada de conteúdo, mostra o quão ubíquo é o design na nossa sociedade, tendo-se tornado tão significativo quanto os conteúdos que tem por missão apresentar; o espaço em branco transformado em vazio significativo (Robertson, 1993).

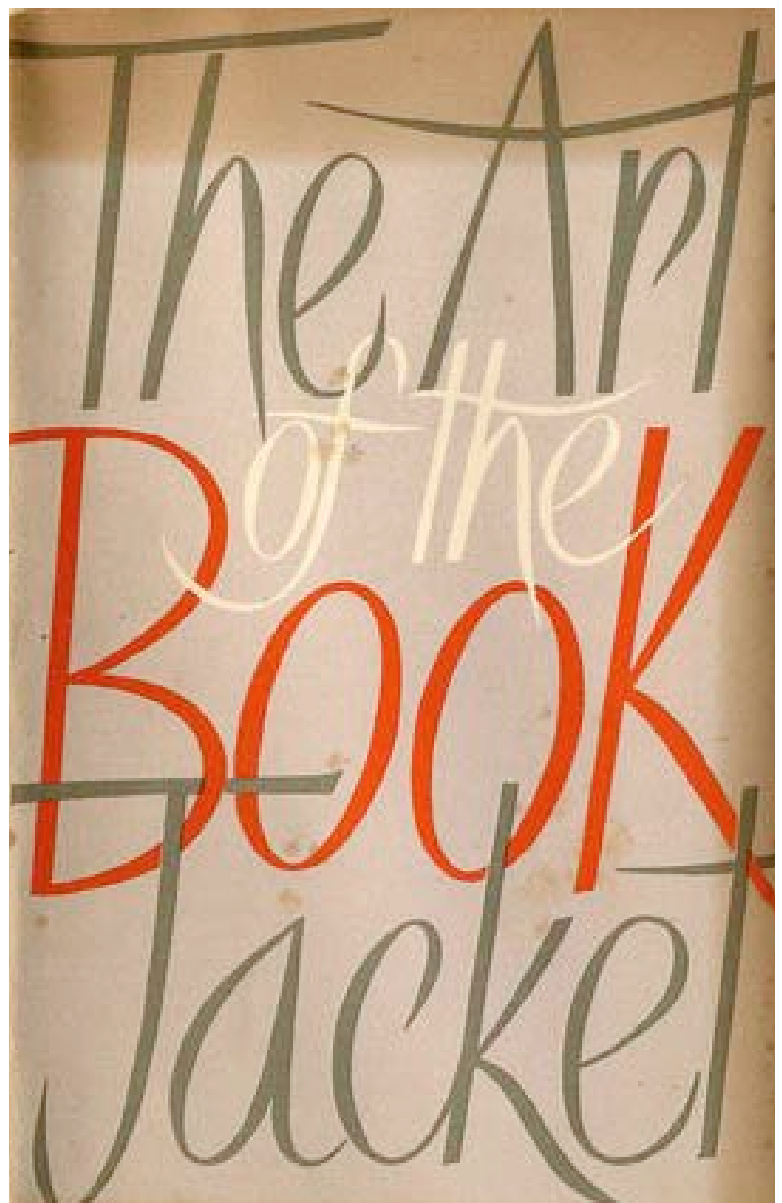


8. Capa *The Catcher in the Rye*, de J. D. Salinger, ao que consta com design do próprio autor do livro. Nova Iorque, Bantam Books, 1964.

9. Sobrecapa de  
Hans Tisdall para  
*The Art of the  
Book Jacket*, de  
Charles Rosner.  
Londres, Victoria  
and Albert  
Museum, 1949.

—

\* Rand, 1985: xiii



GRAPHIC DESIGN IS ESSENTIALLY ABOUT VISUAL  
RELATIONSHIPS — PROVIDING MEANING TO  
A MASS OF UNRELATED NEEDS, IDEAS, WORDS,  
AND PICTURES. IT IS THE DESIGNERS JOB TO  
SELECT AND FIT THIS MATERIAL TOGETHER,  
AND MAKE IT INTERESTING

— *Paul Rand*<sup>43</sup>

## 1. 5. A QUESTÃO DA AUTORIA

NUMA CONFERÊNCIA INTITULADA *The Core of Understanding — the social role of the graphic designer*, que apresentou em 1991, Pierre Bernard<sup>43</sup> deixava no ar a questão de ser possível a existência de uma estética neutra. Simultaneamente a questão surgia e conduzia ao tema da autoria no design. Segundo este autor são os clientes com menor consciência da importância do seu próprio papel de comunicadores que mais tendem a considerar os designers meros executores de mensagens neutras. Mantêm uma perspectiva instrumentalizada do trabalho do designer, vendo-o como alguém que deverá abster-se de exprimir conceitos próprios ou de fazer uso de recursos de interpretação ambígua. Isto acontece porque o cliente tende a entender a comunicação como o resultado associado ao seu produto ou serviço específico, isolando-o do processo que leva a esse mesmo resultado. Ora, para o designer, a comunicação é sobretudo esse mesmo processo. É esse o seu meio de trabalhar e de se expressar, independentemente do produto ou serviço. Se se tratasse apenas da primeira visão, o design poderia ser facilmente substituído por um processo mecanizado. A relação será sempre difícil mas parece fazer sentido que a comunicação se faça pela colaboração de ambos, cliente e designer, onde o primeiro, logo no início do processo, poderá ampliar a sua perspectiva acrescentando ao seu objectivo inicial uma série de componentes que enriquecerão a comunicação do seu produto, ou serviço, dando-lhe um papel activo e consciente no processo de comunicação (Bernard, 1991: 104–105). Isto leva-nos a uma das mais recentemente debatidas questões do design, que divide em dois grupos a maioria das opiniões. Aqueles que consideram o design como uma ferramenta de negócio, que deverá ser totalmente orientada para a resolução de problemas e não para as necessidades de expressão do seu agente; e os que consideram que o design, sendo com certeza uma

43 Pierre Bernard (1942 – 2015) foi um artista e designer gráfico francês. Membro do L'Atelier Création Graphique, fundador do colectivo Grapus, membro da Alliance Graphique Internationale e professor de design na École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs em Paris.

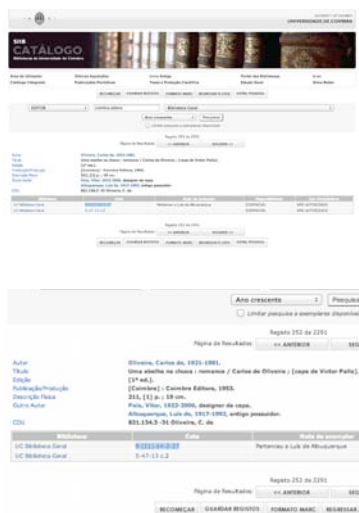


ferramenta de resolução de problemas, pode ter ainda um papel cultural e estético que, mesmo sendo uma expressão pessoal, poderá acrescentar valor ao primeiro, enriquecendo-o. Isto torna-se bem compreensível noutras áreas de actividade próximas, como a arquitectura e o design de moda, em que a expressão pessoal do autor é muito valorizada. Acrescentando a isto a visão comercial como abordagem mais eficaz, também parece ser um argumento pouco válido já que muitas vezes as soluções onde é mais visível a expressão pessoal e artística do seu designer, são também as mais arrojadas e particulares e, por isso mesmo, aquelas que conseguem obter mais atenção e notoriedade do público (Shaughnessy, 2005: 13).

A autoria é pois mais um aspecto que parece contribuir para comprovar o carácter especial que não só o design tem ganho ao longo do seu percurso, mas também as capas de livros enquanto seu suporte privilegiado. São permeáveis a uma componente prática e comercial, mas vão para além disso como já vimos. A autoria permite ao designer exprimir-se artística e criativamente, através da sua linguagem, que poderá ser mais ou menos única, legitimando por isso a autoria e, por vezes até, a presença da assinatura do designer nas capas. Muitas das capas que investigaremos foram assinadas pelo seu criador gráfico, de forma mais ou menos discreta, na frente ou na contracapa. Sou levada a concluir que muitas vezes essa assinatura era resultado de vantagens tanto para a capa como para o capista; uma relação simbiótica de utilidade comum. Eu, designer, divulgo o meu nome através de ti, capa, que és muito difundida. E tu, capa, exhibes-me, designer, mostrando o meu nome porque te valoriza e te confere estatuto de objecto assinado.

«Alguns capistas conceituados, como Paul Rand, Alvin Lustig ou Milton Glaser, continuam este costume de assinar a capa à semelhança de uma obra de arte. O nome do capista aparece, neste sentido, quase ao mesmo nível que o nome do autor do livro, reclamando para si a devida atenção e reconhecimento (...) Glaser refere este como um dos factores mais positivos do trabalho de design na área editorial, e de como ele se veio a tornar fundamental para o reconhecimento da disciplina do design em geral» (Carvalho, 2008: 41).

É curioso referir aqui que, ainda que de forma um pouco casuística — talvez apenas em casos em que o designer é um criador reconhecido também noutras áreas artísticas — se verifica que, por exemplo no sistema de catalogação e pesquisa da Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra, existe o campo ‘outro autor/designer da capa’ que pode ser preenchido com o nome do designer da capa. Poderá, quem sabe, ser o início de uma oficialização institucional do papel do designer enquanto autor de uma arte importante do livro objecto. Contudo, segundo Luísa Santos, Técnica de Documentação e Arquivo da Biblioteca Nacional de Portugal, a acreditação do designer de capa não faz parte dos registos daquela instituição e, salvo bibliotecas mais especializadas, nem é um dado comum nos registos de bibliotecas, mesmo internacionalmen-



10. Vista geral e detalhe da página de pesquisa online do catálogo integrado da Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra, onde é visível o nome do designer de capa (Victor Palla) no campo relativo a ‘outro autor’.

te, nomeadamente na Biblioteca do Congresso nos EUA, considerada como o exemplo seguido por muitas Bibliotecas Nacionais pelo mundo.

De qualquer modo, e mesmo que não de forma institucionalizada, o mais mediático designer de capas da actualidade, o norte-americano, Chipp Kidd, é enfático ao afirmar a importância que pode tomar a questão da autoria das capas de livros, que a diferencia de muitos outros campos de acção do design pois, «o designer de capas é creditado na própria capa por aquilo que criou e em anúncios impressos ou televisivos isso não acontece<sup>44</sup>».

«Na verdade, um dos mais belos aspectos de desenhar capas de livros (...) é que esta é uma das poucas áreas do design em que se obtém crédito, especificamente, pela obra feita. Ninguém teve de me dizer isto quando eu comecei porque eu percebi logo que era uma grande coisa» (2008: 439). Esta autoria confere ao designer a categoria de alguém, não apenas formal ou tecnicamente habilitado para resolver um dado problema, mas alguém que acrescenta valor do foro intelectual e que é artisticamente capaz; que não cumpre apenas uma tarefa mas que a enriquece e transcende com uma dimensão pessoal e única. A capa ganha assim significados e possibilidades de interpretação. Ela convoca o espectador para interagir, apelando à sua observação, referências, inteligência e sensibilidade. Passa também ela a ser parte do que vamos ler. A capa é já algo que *nos está a acontecer*, como diria Barthes. Ela faz parte da obra que vamos desfrutar, tal como os cenários, os figurinos, ou outro qualquer componente visual de um espectáculo.

Contudo, podendo o designer ganhar, neste processo, algum protagonismo, não é um artista *tout-court*. O que ele faz, para que possa ser considerado bem feito, deve poder ser compreendido pela maioria e não por apenas uma elite mais habilitada. Munari (1990: 39) é peremptório ao defender o papel dos designers sempre com vista ao serviço (do) público. Não é, por isso, à elite que se dirigem, mas ao público em geral, criando objectos funcionais e coerentes de acordo com uma escolha, dando origem àquilo que ele designa como «estética da lógica». Que é muito diferente de uma lógica estritamente estética, com que por vezes é ainda confundida a prática do design. Não se trata apenas de um trocadilho uma vez que na ordem dessas duas palavras reside toda a diferença de sentido. A estética, o seu valor e beleza no design só o é se for inteligente. Caso contrário perderá as suas razões, deixando de ser lógica e passando a capricho. No design a componente estética tem a sua origem no problema que tenta resolver, seja uma função a cumprir, seja um trabalho a desempenhar por aquele objecto. Deverá pois resolvê-lo, servi-lo e enriquecê-lo, jamais subjugando o seu bom funcionamento e utilização a uma suposta vantagem formal ou visual, até porque, se não fôr fundamentada, esta estética deixa de o ser. É essa duplicidade unificada de competências — funcional e estética — que faz com que um objecto, ao ser utilizado pelo consumidor anónimo, lhe faça

44 (<https://www.smashingmagazine.com/2012/02/beautiful-covers-interview-chip-kidd/>) consultado em 13/05/2016.

«sentir a presença de um trabalhador que também pensou nele, no sentido de produzir um objecto que funcione bem e que tenha além disso a sua estética, não devido ao estilo pessoal de alguém, mas nascida do próprio problema».

Hollis (2012: 76) lembra o designer francês Massin, que sempre defendera a «expressão gráfica total», ou seja, «legibilidade e estilo faziam ambas parte da mesma tarefa de encontrar um meio que servisse o texto do autor». E desenvolvendo em seguida um pouco esta «lição de Massin» Hollis explica que, uma vez que «é a palavra que carrega significado, o autor é o designer da mensagem», cabendo ao designer determinar «a forma como essa mensagem é entregue (...)».

Uma vez mais estamos perante a diferença entre a abordagem artística e a de designer. Ambas se exprimem criativamente, contudo o designer tem um compromisso com o público a que raramente o artista das artes não aplicadas estará obrigado, movendo-se habitualmente no âmbito privado das imagens. Esse cariz público do design reparte-se geralmente pela necessidade de resposta a um program, e não apenas à sua concretização intelectual, como os artistas, que envolvem o cliente e o público. Se, por um lado, o designer procura uma imagem poderosa e visualmente gratificante, por outro ela deverá ser tão adequada e relacionar-se tão fortemente com o conteúdo que seja difícil separá-los. É através desta conjugação economicamente inteligente de várias respostas numa, que o designer, apesar de trabalhar em suportes e mensagens essencialmente efémeras, pode alcançar uma grande sensação de realização, acumulando no seu portefólio trabalhos que não sucumbem à moda e persistem por muito tempo (Bass, 1969: 12).

Escrevia Alvin Lustig, em 1947, sobre a forma como, através das capas de livros que desenhou para a *New Directions*<sup>45</sup>, terá conseguido alcançar um segundo objectivo, para além do primeiro — que era ajudar a vender os livros; esse segundo objectivo era o de «projectar uma colecção de símbolos públicos que, mais do que comuns, fossem de alto nível».

O designer terá de iniciar sempre o processo através do conhecimento do texto ou, preferencialmente, lendo o original ou ainda, como acontece frequentemente, através de resumos. Seja qual for a abordagem ela terá de passar sempre por qualquer tipo de recepção da mensagem transmitida pelo autor, tem de entrar no espírito da obra. Há, pois, essa primeira leitura, por alguém que a faz não por fruição ou deleite literário, embora também o possa e deva sentir, mas por ser a primeira tarefa que lhe permite realizar em seguida uma maior. É dessa leitura que o designer terá de extrair a ideia que o levará ao desenho da capa. O processo é feito seguindo esta linha: leitura do texto, formulação de uma ideia ou imagem mental, transposição para o mundo visual concreto dessa ideia ou imagem mental. E é ao designer que se pede, enquanto autor, essa transposição de estado literário — através da imaginação — para o estado visual. Ele lê, e ao ler imagina, ou seja, constrói uma imagem mental do que vai desenhar. Essa imagem, ainda que de inspiração na leitura do livro escrito

por outrem, é autoria sua<sup>46</sup>. A propósito da ideia de imagem Joly resume bem que, ainda que esquiva, a palavra imagem implica sempre alguém que a faz: «(...) apesar da diversidade dos significados desta palavra [imagem], compreendêmo-la. Compreendemos que ela designa algo que, embora não remetendo sempre para o visível, toma de empréstimo alguns traços ao visual e, em todo o caso, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém, que a produz ou a reconhece» (Joly, 2007: 13).

### 1.5.1. «MEIO E MENSAGEM»

Em termos esquemáticos, o processo de design obedece aos seguintes passos. Depois de compreendido o intuito do projecto, ou feita a leitura do texto, no caso das capas de livros, o designer fica na posse de três tipos de materiais com os quais pode trabalhar: os conteúdos e constrangimentos que terá de respeitar, como textos, títulos, logotipo, formato, suporte, meios e processos de produção; os ‘materiais’ de composição visual, como espaço, contraste, proporção, harmonia, ritmo, repetição, linha, área, forma, cor, peso, volume, valor, textura; e ‘material’ psicológico, como percepção visual, aspectos de ilusão óptica, o instinto, intuição e emoções do espectador, bem como as necessidades do próprio designer (Rand, 1985: 4). Para que consiga resolver o problema de design terá necessariamente de passar por algum tipo de processo mental. Consciente ou inconscientemente ele faz uma observação que permite um julgamento que o conduzirá à boa resposta, acrescentando o domínio e conhecimento que tem das ferramentas tecnológicas da sua profissão, podendo até inventar, combinar ou improvisar outras. Considerando uma série de diferentes factores que vão dos sentimentos do espectador às suas próprias necessidades de expressão, o designer trabalha o material de que dispõe para o transpor para o universo dos conceitos e das representações simbólicas que, através de meios adequados, deverão resultar interessantes e compreensíveis (Rand, 1985: 4).

A escolha, o tratamento e a aplicação de imagem — e o mesmo é válido para cor e texto — requerem várias competências como a definição de hierarquia, recurso ao pensamento simbólico e conhecimentos de comunicação visual. Mais do que uma representação literal são de louvar soluções que provoquem, no receptor, algum tipo de reacção na interpretação que faz quando interpreta. Esse estímulo é despertado pela imagem final que o designer apresenta e, portanto, será ela sozinha a fazer esse trabalho. O designer tem por isso de habilitá-la a ser só ela a interpelar o receptor, interagindo com ele de forma intelectualmente interessante, despertando-lhe desejo pelo livro. Nesse sentido, Paul Rand defendia que uma abordagem literal, como, por exemplo, o uso de uma ilustração que se resume a uma mera descrição da realidade sem implicar qualquer apreciação estética, não consegue ser nem estimulante no campo das ideias nem diferenciadora no campo das imagens, falhando em ambos os campos em que deveria resultar. O mesmo se aplica ao uso sem

<sup>46</sup> No seu livro «What we see when we read» Peter Mendelsund aborda em profundidade esta questão.

critério da tipografia, de formas ou padrões, sejam eles abstractos, geométricos, feitos à mão ou gerados em computador. Ao funcionarem apenas como expressão do seu autor elas resultam derrotadas à partida, uma vez que, não dando origem a nenhum conceito, tornam-se inúteis. Por outro lado, quando o resultado final obtido pelo designer é uma afirmação visual, com conteúdo e matéria que expressam uma ideia com origem na função, na fantasia e na crítica analítica, o resultado poderá ser especial porque vem carregado de significado e de razões para ser lembrado (Rand, 1985: 48).

São inúmeras as formas que uma mesma capa pode tomar. Mais do que uma mesma capa, uma mesma ideia para essa capa. Quando acontece ao designer, responsável por conceber uma capa, ter uma boa ideia, resta-lhe depois encontrar a expressão visual mais favorável para a trabalhar. Como afirma Jon Gray (2008: 423) «quando uma ideia é boa podemos explorá-la praticamente da forma que quisermos». Esta eleição de uma ideia e sua posterior concretização visual, implica trabalhar não apenas a mensagem mas ainda o meio, também ele impregnado de significado. Esta expressão tão valorizadora do trabalho pode muitas vezes ser resolvida recorrendo a uma técnica mais personalizada, como a ilustração ou a fotografia, mas também a caligrafia ou as letras desenhadas. Uma capa com letras desenhadas pode tornar-se expressivamente muito forte (Powers, 2001: 11). Através das letras podem induzir-se visualmente aspectos da personalidade dos personagens, ou do ambiente espacial ou temporal da narrativa de um livro. Em Portugal, as capas de Vítor Palla, como veremos mais adiante, são disso mesmo um bom exemplo transmitindo pela expressividade das letras que escrevem o título, muito do ambiente do livro. Esta aspecto da expressividade torna-se particularmente importante quando se trata de capas trabalhadas de modo autoral, numa tentativa de transcender a capa enquanto suporte de apoio à venda, e tomando-a mais como um meio de expressão visual em que a assinatura do autor volta a fazer sentido.

Esta questão da assinatura das capas aparenta ser uma questão de fronteiras pouco nítidas: por vezes não é claro se a assinatura presente numa capa ou numa contracapa é referente ao seu design, à imagem usada, ou a ambos. É de referir ainda que durante o período de 1940 a 1970, tal como ainda hoje, nem sempre o design das capas era devidamente creditado, o mesmo sucedendo com as imagens usadas... Em todo o caso, a presença de uma assinatura na capa de um livro é altamente significativa; tanto para o designer como para a capa. Se, por um lado, por essa presença podemos perceber que afinal uma capa é mais do que uma simples embalagem de protecção e venda de um bem de consumo, também percebemos que o designer é mais do que um mero técnico ou operador visual. Há nele muito de técnico, sem dúvida, mas seguramente também muito de artístico, de pessoal e de criativo. E parece ter sido, precisamente devido ao facto de muitas das primeiras capas terem sido desenhadas por artistas de várias origens, que se terá dado esse processo, tornado habitual durante essas décadas de 1940 a 1970, de os autores gráficos das

capas as assinarem, mesmo na frente. A capa exhibe orgulhosamente o nome do seu autor e, por seu lado, o autor assume e expõe o seu trabalho. Em suma valorizam-se mutuamente no assumir dessa ligação simbiótica, contornando assim a habitual desvalorização sofrida de que, segundo Michael Rock, (1996) num artigo originalmente publicado na revista *Eye*, os objectos não assinados sofrem:

«anteriormente a figura do autor implicava um controlo total ou totalitário sobre as actividades criativas e parecia ser um ingrediente essencial das belas artes. Sendo o nível de genialidade relativa — por parte do autor, pintor, escultor ou compositor — a medida definitiva de alcance artístico, todas as actividades a que faltasse uma figura autoritária central eram desvalorizadas».

### 1.5.2. ARTE E VIDA REAL

No caso de Alvin Lustig, por exemplo, mesmo aqueles que proximamente lidavam com ele e com o seu trabalho, parecem ver essa fronteira de forma mais ou menos vaga. Talvez por isso mesmo a assinatura do designer na frente da capa fosse considerada tão natural como a de um pintor no canto da tela. Segundo Drew e Sternberg, o fundador da editora *New Directions*, James Laughlin (1914–1997)<sup>47</sup>, terá escrito, depois da morte de Lustig, que a sua obra talvez sofresse de pouca projeção por ter sido expressa pelo design e através de capas de livros, em vez de ser através de uma das belas artes. Laughlin entendia que, para Lustig, a distinção entre Belas Artes e artes aplicadas não existia e que, pelas capas, ele conseguiu alcançar um significativo impacto social. Essa distinção entre belas artes e artes aplicadas era, aliás, para Lustig uma divisão fictícia que servia apenas para dificultar o amadurecimento de uma cultura industrial que conduzia assim ao «infeliz divórcio entre a arte e a vida». Lustig obteve do design, que foi o seu campo de trabalho, um impacto assinalável precisamente porque através de objectos do quotidiano, como são as capas dos livros, ele chegaria mais às pessoas do que esperando por elas dentro de museus. Lustig via-se como um agente social mais abrangente cujo intuito era precisamente trazer o museu para a vida das pessoas, para os espaços onde vivem e os locais onde trabalham, enfim, para o ambiente real, útil e visível (Heller, Cohen, 2010: 56).

Com essa visão do design Lustig não só a punha em prática ele próprio<sup>48</sup> como também incitava os novos designers a evitarem especializarem-se demasiado numa só área e a procurarem diferentes áreas de projecto com diferentes escalas e meios. «O designer não é um especialista *single minded*, é sim um integrador de todas as formas de arte e em simultâneo um intérprete para um progresso social» (Drew, Sternberg, 2005: 53). Nesta nova visão das

47 Poeta norte-americano e fundador da editora *New Directions* para a qual Alvin Lustig desenhou inúmeras capas.

48 Para além de design gráfico, Lustig trabalhou em design de equipamento e arquitectura, projectando mobiliário, edifícios de apartamentos e helicópteros.

coisas, os objectos mais mundanos incluindo as capas de livros, ganhavam uma importância que antes dificilmente teriam. Como tal, era um suporte tão válido artística e culturalmente como outro qualquer. A capa era vista como um suporte que deveria ser tratado por alguém que o soubesse fazer, alguém que dominasse a linguagem visual, alguém com autoridade, ou seja, alguém que viabiliza, que autoriza: um autor.

No caso de Rand e de Lustig, que assinavam as suas capas como se fossem pinturas, essa atitude requeria que o design fosse reconhecido enquanto expressão tão criativa e individual como qualquer outra forma de expressão artística. Essa conquista do espaço de capa para assinar ter-se-á dado por dois motivos. Um deles, mais pragmático, terá que ver com o facto de depois da chegada dos europeus modernistas aos EUA, a profissão de designer ter deixado de ser um ofício anónimo para tender a ser uma profissão cuja divulgação era importante para a criação de uma imagem e consequente angariação de futuro trabalho. Mas, talvez mais, este assinar dos trabalhos representa, no fundo, uma prática destes modernistas e daquilo que teoricamente defendiam; que o design no dia a dia deveria ser tão valorizado quanto outra arte maior. Esse crescer do útil e do aplicado era sinal inequívoco de que aquele suporte, até então desconsiderado, era, de facto, visto como valioso para estes profissionais. De tal forma que o assinavam, imprimindo-lhe autoria, características únicas, cuidado de projecto, intenções, valores e significados (Drew, Sternberg, 2005: 64). Mas se para Rand e Lustig era essa a prática habitual com as capas que desenhavam, nem todos os editores agiam da mesma forma. Se alguns não autorizavam a assinatura dos designers nas capas dos livros que publicavam, já a *Knopf*<sup>49</sup> exibia os nomes dos seus designers tanto no colofon como em anúncios (Hansen, 2005: 39). E James Loughlin confessava ser «evidente que as colecções de capas que o Alvin Lustig fez para os meus ‘novos clássicos’ são um constante prazer para os olhos», acrescentando que: «actualmente não há nada no mundo dos livros que se possa comparar a eles, em cor, variedade, vivacidade, apelo à inteligência. Uma e outra vez eu apanho-me a alinhar os livros só para os poder apreciar» (Heller, Cohen, 2010: 49).

Mas não era apenas pelo prazer de olhar para as capas dos livros que o editor recolhia dividendos do trabalho de Lustig. Segundo o próprio Laughlin «Cerca de oito livros foram impressos antes de Lustig entrar em cena (...). As capas eram muito "livrescas" e conservadoras. As vendas eram incertas. Depois abrilhantamos os livros com as capas de Lustig e de imediato as coisas começaram a mover-se...» E depois continuava questionando-se um pouco: «Talvez não seja uma boa coisa as pessoas comprarem pelo olhar. Na verdade, é algo muito mau, as pessoas devem comprar livros por causa do seu mérito literário. Mas como nunca publiquei um livro que não considerasse uma obra literária séria — nem tenho a intenção de o fazer — não tenho má consciência sobre o uso de Lustig para aumentar as vendas. As belas criações dele estão a

49 Editora norte-americana fundada em 1915 por Alfred A. Knopf em Nova Iorque, reconhecida pelas suas edições graficamente cuidadas.

contribuir para dar visibilidade à leitura de alta qualidade junto de um público alargado» (in Heller, Cohen, 2010: 49-50).

### 1.5.3. PERDA DE SIMPLICIDADE

Hoje, as coisas já não se processam deste modo e parece até difícil acreditar que assim tenha acontecido no passado. O projecto de um livro já raramente se processa apenas entre editor, autor e designer. Deu-se entretanto um processo de entropia, uma perda de simplicidade no processo de fazer os livros e as suas capas. E era essa quase ingenuidade, chamemos-lhe espontaneidade, que garantia um espaço vital para a experimentação e o risco, qualidades tão queridas à criação. Como resultado acontece hoje que muitas capas são banais e semelhantes umas às outras alastrando pelas livrarias uma paisagem de gosto medíocre, replicada até à exaustão e sem verdadeira autoria. A especialização de profissões relativas à produção, comunicação e venda do livro, tal como de muitos outros produtos vendáveis, levou a que seja toda uma equipa a cria-lo. Agora, antes de existir, o livro é frequentemente questionado e discutido por equipas multi-disciplinares que podem envolver estudos de mercado, *focus-groups*, especialistas de *marketing*, comunicação, produção, vendas, distribuição e publicidade, que exercem o seu poder de opinião e decisão, por vezes com muita influência.

«O papel do designer no universo dos livros também se alterou. A capa é usualmente ainda tratada de forma isolada do miolo. Um designer que trabalhe numa editora será muito provavelmente envolvido numa estratégia (...) em que a maquete tem de ser aprovada pela equipa de vendas, que tem contacto regular com a cadeia de retalho que, por sua vez, afirma ter um sexto sentido para aquilo que será um sucesso comercial» (Powers, 2001: 10).

Peter Mendelsund (2015) deixa um testemunho na primeira pessoa acerca desta problemática cadeia de participantes na criação das capas dos livros no contexto da indústria editorial. Mendelsund assume que é para ele importante mostrar ao cliente que também ele é um «razoável leitor» pois, a partir desse momento, «as pessoas passam a confiar mais em mim.» Mas o designer e autor explica como o processo de trabalho se pode deteriorar dando conta do seu desagrado:

«O que me incomoda é o tipo de fanatismo que pressupõe que os departamentos de design são escritórios de serviços que produzem estas belas imagens, mas que na verdade não entendem o seu propósito. É esse preconceito que eu acho perturbador. Leva tempo para se ser reconhecido como alguém que pode contribuir com algo intelectualmente. Gostaria de ver que as decisões sobre como uma sobrecapa é colocada no mundo sejam feitas por talvez três pessoas no máximo. Duas seriam melhor. Não tenho certezas sobre o papel do autor. Talvez possa ser a terceira pessoa, mas o editor e o designer deveriam ser as pessoas que podem fazer um bom trabalho a deter-



minar como o livro deve estar no mercado — por outras palavras, como ele deve ser comercializado, representando o texto e fazendo o objecto parecer tão bem quanto possível. Simplesmente não vejo razão por que mais pessoas precisam de ter opinião no processo. E se há algo em que eu acredite, é que eu gosto dessa ideia do diretor de arte como editor ou editor auxiliar. O editor e o diretor de arte a reunirem e a discutirem não apenas o que significa exactamente, mas também como deve entrar no mundo das coisas, e que haja confiança naquilo para que somos contratados, ou seja, tomar decisões estéticas. Talvez isso seja pedir demasiado, mas se há um motivo para a necessidade de designers que conseguem articular neste negócio, é esse, para que possamos avançar em direção a esse momento, e então não é apenas o diretor de arte com um conjunto de estudos que presumivelmente não entende como chegaram até aquele ponto, e este painel de especialistas que tem controlo autocrático sobre o que se altera, criando monstros Frankensteinianos a partir do que lhes foi mostrado. Esse modelo não presta.»

Tal como o realizador de cinema está habitualmente distante do seu material e trabalha colaborativamente nele, dirigindo a actividade de um número de outras pessoas que também são criativas, também o designer gráfico faz parte e orienta alguns elos da cadeia de trabalho. Ambos trabalham também num número de diferentes projectos com variados níveis de potencial criativo. Como resultado disto, qualquer significado intrínseco deverá vir tanto do tratamento estético dado, como do conteúdo (Rock, 1996). No seu artigo intitulado *The Designer as Author*, Michael Rock faz referência à Teoria do Autor<sup>50</sup> no cinema. Segundo ele existem semelhanças entre realizadores e designers. Apesar do corpo de trabalho de um designer não ter a componente cinética do trabalho de um realizador — uma capa de livro ou um cartaz de filme não dispõem do mesmo tipo de superfície espaciotemporal semelhante à do filme — ambos têm de construir a noção de autoria, como meio de ascender daquilo que era considerado arte menor para a bela arte. Ambos têm de construir a sua autoria através, e para além, do conteúdo original que não tem a sua autoria, seja ele texto de livro ou argumento de filme. Segundo esta teoria, esse alcance consegue-se sobretudo pela constância de sinais daquele realizador ao longo dos vários filmes que realiza, deixando um rasto de mensagens que tornam

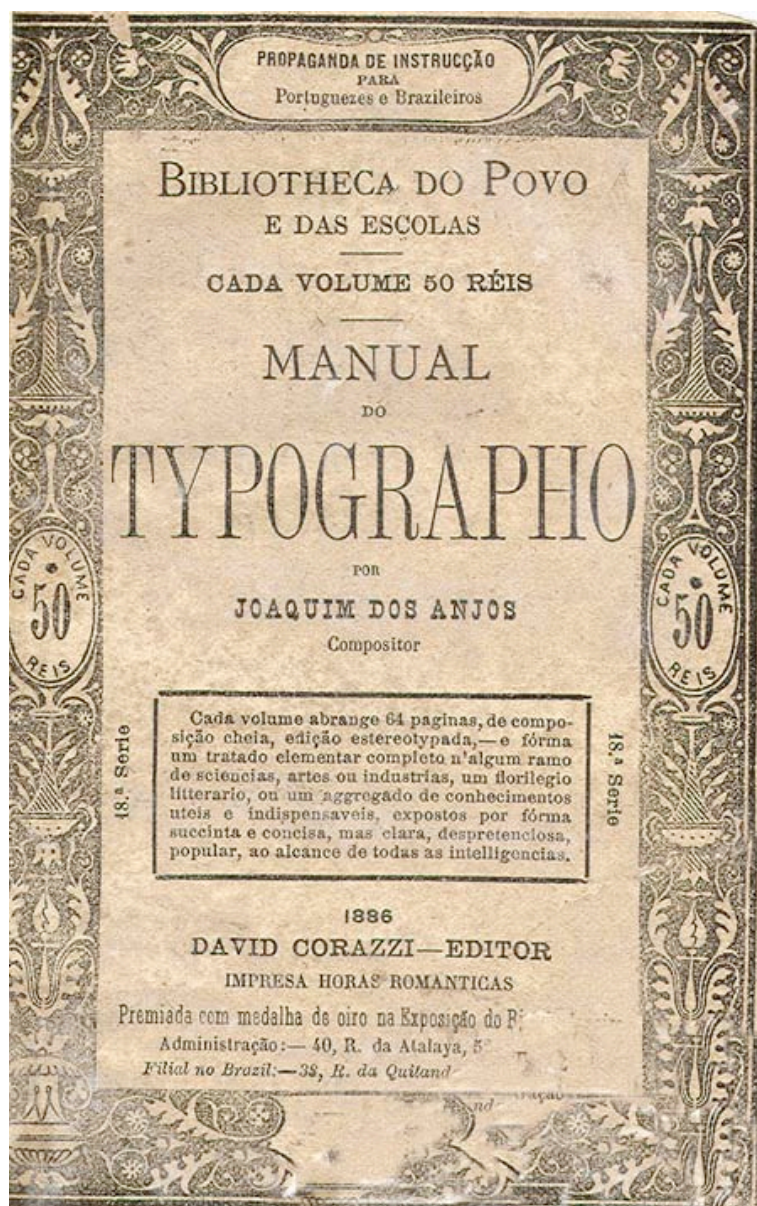
50 «Teoria do autor, teoria do cinema em que o realizador é visto como a principal força criativa de um filme. Surgido na França no final de 1940, a *Theorie d'Auteur*, como foi apelidada pelo crítico de cinema americano Andrew Sarris, era uma consequência das teorias cinematográficas de André Bazin e Alexandre Astruc. A pedra de toque do movimento cinematográfico francês conhecido como a *Nouvelle Vague*, a teoria do director-como-autor foi formada nos *Cahiers du cinéma* de Bazin (fundada em 1951). Dois de seus teóricos François Truffaut e Jean-Luc Godard, tornaram-se mais tarde grandes realizadores da *Nouvelle Vague* francesa. A teoria do autor, que resultou em grande parte da elucidação do conceito de *caméra-stylo* («câmara-caneta») de Astruc, defende que o diretor, que supervisiona todos os elementos áudio e visuais do filme, deve ser considerado mais «autor» do filme do que o guionista. Por outras palavras, os elementos visuais fundamentais como o posicionamento da câmara, bloqueio, iluminação e duração da cena, mais do que o enredo, transmitem a mensagem do filme. Os defensores da teoria do autor alegam ainda que os filmes cinematograficamente mais bem sucedidos conterão sempre o carimbo pessoal inconfundível do realizador». (<http://www.britannica.com/art/auteur-theory>) consultado em 2015/01/10.

possível indentificá-lo. Esse rasto pode ser deixado, esteticamente, através de sinais visuais, ou através dos próprios assuntos que aborda ou da forma como os trabalha. Segundo Rock (1996), no caso do designer, para que esse rasto se dê a conhecer, necessita de um extenso corpo de trabalho através do qual se pode mostrar persistentemente. Uma boa ilustração desta ideia é dada quando Michael Bierut (2007: 101) recorda ‘o rasto’ de trabalho que George Lois deixou nas capas da revista Esquire:

«As capas de George Lois para a Esquire permitiram-me o meu primeiro vislumbre ao mundo do pensamento sobre design gráfico. No mundo suburbano de Cleveland da minha infância e início da adolescência, as imagens de Lois — Muhammed Ali trespassado por flechas como o São Sebastião, Richard Nixon na cadeira de maquilhagem, Andy Warhol a afogar-se na sua sopa — não se assemelhavam com mais nada que existisse na nossa casa (...).

11. Folha de rosto de autor não identificado para *Manual do Typographo*, de Joaquim dos Anjos, Lisboa, David Corazzi, 1886.

\* Fletcher, 2004: 204



THE ORIGINAL MIND AIMS FOR THE CENTRE  
BUT THE STYLIST CAN ONLY REWORK THE  
CIRCUNFERENCE. LOOKED INTO A REPETITIVE  
MODE THEY USUALLY END UP A VICTIM OF  
THEIR TRADEMARK.  
— *Alan Fletcher\**

## 1.6. A CAPA TESTEMUNHO

SENDO UM DESIGNER GRÁFICO UM PROFISSIONAL que trabalha a composição de mensagens que unem texto a imagem, ele comunica não apenas de forma verbal, através dos textos, mas também de forma visual, através das imagens e outros elementos visuais.

Nas palavras de Margarida Fragoso (2009: iv):

«Do estudo da evolução da expressão visual na perspectiva do seu enquadramento cultural apresentam-se os seguintes resultados: a expressão visual é tão importante e reveladora dos valores e evolução da sociedade como a expressão discursiva; a evolução da expressão visual, manifestada nas formas que a suportaram, não é apenas interior ao seu processo histórico mas é definido pelas influências dentro do complexo cultural; os "autores" e protagonistas do processo de evolução histórica são ao mesmo tempo "agidos" pelas forças, tendências e derivas do cultural; as técnicas e tecnologias disponíveis em cada período ou momento histórico não são apenas instrumentais, em sentido passivo, mas condicionam a evolução».

Por esta afirmação de Margarida Fragoso não é difícil alcançar uma outra, mais focada no design gráfico. O design enquanto mensagem dá-se em dois tempos: o tempo do emissor e o do receptor. Neste sub-capítulo tratamos do tempo do receptor, ou seja, da mensagem na sua fase de recepção, entendimento e eventuais efeitos primários ou secundários. Falamos desse quase sub-tema que dá bastante que pensar; ou seja, da razão de ser do design enquanto mensagem recebida. É a transmissão da informação em que *a* considera importante chegar a *b* e depois dessa razão efémera se ter concretizado — por exemplo, passada a data de determinado evento anunciado num cartaz, ou depois de seduzido um leitor até à compra —, o processo de recepção da mensagem do objecto de design esgota-se passando à condição de inútil? Ou, pelo contrário, uma vez ultrapassada essa primeira fase na vida do objecto de design, cumprido o seu primeiro objectivo,

ainda lhe resta algo para comunicar a posteriores receptores? Parece-nos mais válida a segunda opção, a de que o design pode ainda permanecer; não já com o seu propósito primário em termos de recepção, mas antes que carregue — o poderá carregar — informações úteis para uma segunda missão, a de testemunho. Um testemunho essencialmente não verbal — embora continue a ser — mas sobretudo, visual, ou melhor, um feliz somatório das duas; verbo e ícone.

Também Drew e Sternberg (2005, badana da capa) lembram este papel de testemunho que a capa pode adquirir: «no seu melhor, o design da capa de um livro é uma arte que transcende os imperativos comerciais do editor para reflectir ideias e valores contemporâneos do autor de uma forma viva, inteligente e bela». Mas para que essa segunda utilidade do design suceda é necessário que alguém a considere digna de permanecer para a história do design. Ou porque inovou, ou porque representa um exemplo pleno da sua época, ou categoria, ou porque, de alguma forma, passou ao estado de ícone. Uma espécie de estátua de si próprio. O somatório desses ícones, seleccionados e sequencialmente ordenados, (e atenção que as ausências, como alertavam Lupton e Miller, poderão por vezes ser tão significativas como as presenças) compõem uma linha do tempo visual. Ou visualmente falando, (ou mostrando) essa linha de tempo, vista e verificada, ilustra um encadear da própria evolução humana, dos seus valores e anseios de toda a ordem: social, económica, geográfica, política, moral, tecnológica, etc. Através dessas imagens, da forma como são usadas para apelar ao público, poderemos perceber aquilo que agradaria a uma maioria ou aquilo que alguém pensava que agradaria ao público. Ela torna-se um riquíssimo e vastíssimo material de observação do nosso passado colectivo e do seu encadeamento evolutivo, umas vezes melhorando o que vem de trás, outras vezes rompendo com o passado.

### 1.6.1. EFÉMERO ICÓNICO

O caso concreto das capas de livros é, neste sentido, um campo de observação privilegiado porque o livro, sendo um corpo essencialmente verbal que trabalha no campo das ideias, tem na capa a componente visual que o veste, o serve, o protege e lhe deverá ficar bem. Dá a cara por ele. Em que outra missão estariam as imagens tão carregadas de significado, de intencionalidade? Seria o design capaz de acompanhar a literatura e as ideias escritas, os movimentos e as tendências duma época? Este aspecto especial das capas dos livros é claro também para Owens (2003: 71) ao afirmar que o design gráfico faz necessariamente parte da cultura do mundo material, defendendo mesmo que a capa do livro é o suporte onde se pode observar melhor o cruzamento da história do design com a das ideias.

Sabemos que não é tão fácil um trabalho evoluir da sua missão primária para a secundária, ou seja, sobreviver à sua utilidade de divulgador para se manter, eternamente, com divulgador de design; deixar a sua condição de efémero ou passageiro para passar a fazer parte do quadro de honra do design gráfico. Isto é, deixar de servir a mensagem emissor/receptor para passar a servir a sua disciplina; como um jogador de futebol que depois de jogar e marcar golos, envelhece e passa a ensinar novos jogadores, agora como treinador.

Vale a pena partilhar as palavras de John Carter acerca desta passagem de estatuto de efêmero — que não valeria a pena ser mantido — a icónico, — em que já se justifica o seu arquivo e manutenção:

«As capas de livros não eram automaticamente conservadas no passado, porque nem livros, nem folhetos, nem edições periódicas eram preocupação dos bibliotecários; embora o Dr. Esdaile tenha sustentado que se tivessem texto que não no livro em si, havia o dever de preservá-las: e não sendo "arte" ou "estampas", não eram uma preocupação muito óbvia de galeristas ou museus. Que o reconhecimento das capas de livros como uma forma de arte tenha sido mais tardio do que o atribuído aos cartazes, com os quais eles têm uma afinidade óbvia, foi talvez natural; e enquanto reconhecimento de uma técnica, estamos ainda alguns anos atrás dos EUA, onde já existe uma Associação de Designers de Capas» (Carter, 2012).

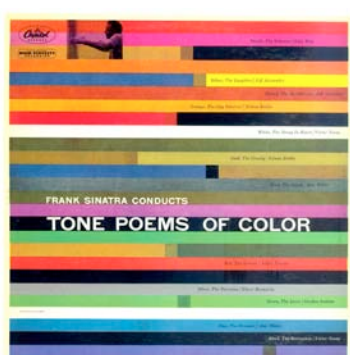
Voltamos a uma ideia já tratada anteriormente: a História e a Teoria do Design são feitas de imagens que se escolhem, para lembrar, e de outras que se escolhem, para esquecer. Não é qualquer trabalho que alcança o estatuto de ícone no design ficando a pertencer à sua história. Segundo Steven Heller (2010: 104) «um ícone do design não surge todos os dias. Para assim ser considerado terá de transcender não apenas a sua função e o teste do tempo, mas também representar o tempo em que foi produzido». Um trabalho transformado em ícone passa pois à categoria de marco histórico, com responsabilidade de representar ou assegurar a representação daquelas ideias, técnicas ou o que for, na cronologia do design. No caso das capas, ou das sobrecapas dos livros pode nem ser uma peça em concreto o que fica para a História do Design — se bem que também acontece— mas o próprio suporte, enquanto tal, passar a ser considerado válido como meio que suporta e transporta, até nós, algo que faz sentido preservar. E esta evolução de estatuto não aconteceu de um golpe só mas foi sim efeito de um processo evolutivo conforme afirma Richard Rosner:

«Será a sobrecapa solta um sucessor da capa do livro que se encontrava colada ao próprio livro? A conclusão final é que sendo a capa parte integrante do livro ao longo dos séculos, a sua história pertence à da arte do livro. A sobrecapa nasce de forma autónoma, sem ser afectada pelos preconceitos das conquistas das capas dos livros, e, em paralelo à sua função protetora, o seu principal propósito é funcionar como uma peça de publicidade» (Rosner, 1954: v).

Estando pois as capas de livros tão interligadas com os seus livros, elas beneficiam, nesse ponto, dessa ligação literária. Ao ficarem ao serviço da literatura as capas beneficiam das sua riqueza intelectual, mais do que muitos outros suportes de design gráfico. No caso de uma embalagem de sabonete ou de leite, por exemplo, por muito válidas que sejam as ideias, elas esgotar-se-ão mais rapidamente no tema do produto embalado do que no caso dos livros,

que poderão tratar, literalmente, de qualquer assunto. Nesse sentido, por serem repositoras e representantes visuais das ideias, as capas são um meio privilegiado para a observação da evolução gráfica. Ao tornarem-se símbolos visuais de marcos literários, no caso de o virem a ser, as capas apanham também essa boleia valiosa para o universo das ideias. Assim consideram os autores Drew e Sternberg (2005: 10), no caso americano, defendendo que a capa de um livro é a primeira mensagem que o leitor recebe, não só pelo que mostra mas também pelo seu ponto na história, seja do design, da literatura ou da cultura. As capas e os seus livros são testemunhos da tradição intelectual e certas capas assinalam determinados momentos da história cultural.

Vale a pena citar Martin Scorsese uma vez que, também segundo ele, certos trabalhos gráficos representam uma época. Acerca dos genéricos de filmes criados por Saul Bass considera «que definem uma era», e que os seus trabalhos «nos deram uma série de imagens cristalizadas que são expressões do quem éramos, de onde estávamos e do futuro à nossa frente. Imagens que podíamos, e que ainda podemos sonhar». Para ilustrar a ideia, Scorsese refere o caso concreto, passado consigo, de uma capa de disco: «Por exemplo, eu olho para o trabalho de Saul Bass na capa do álbum de Frank Sinatra, *Conducts Tone poems of Color*, e sou imediatamente puxado para um sentimento comum do mundo naquele momento, 1956. Existia na altura uma visão de progresso, de esperança, de um mundo novo e melhor. E havia a ideia de que tudo poderia ser simplificado, e de que todos beneficiaríamos disso». E Scorsese, de seguida, questiona-se: «E como é que o futuro, tal como eu o imaginava em 1956, pode estar contido no design desta bela capa?» Para ele próprio responder, explicando que «são uma série de barras rectangulares coloridas em matizes que sugerem uma ordem de estados de espírito que vão do quente ao frio, do contentamento à melancolia pensativa». E, passando do seu universo individual para o colectivo, conclui: «tem que ver com a beleza da economia e da elegância do design, da variedade de sentimentos que ele contém. De certa forma descreve um espaço mental que todos partilhamos» (Scorsese *in* Bass, 2011: vi).



12. Capa de Saul Bass para disco *Conducts tone poems of color*, de Frank Sinatra. Los Angeles, Capitol Records, 1956.

### 1.6.2. PAGAR PARA VER

Há uma identificação comum de uma imagem quando ela alcança o tal estatuto de marco, de ícone visual no design. Ela passa a pertencer a todos, como parte da paisagem que nos dá conforto e segurança visual, algo que reconhecemos como familiar, que faz parte da nossa história e dos nossos afectos. Mas se todos, mais tarde, a aceitam enquanto marco visual, é frequente nem sempre assim acontecer na época em que ela surge. O fenómeno que se opera é talvez semelhante aos dos visionários que inventam ou reinventam qualquer coisa contrariando hábitos e confortos instalados, e que sofrem de má vontade por parte daqueles a quem não apetece fazer mudanças e abrir espaço para que estas novas ideias se possam instalar. Assim, elas nem sempre arranjam logo lugar na fila instituída. Por vezes têm de se ir insinuando, lateral e paralelamente sem assustar, sem exigir um espaço para si logo de início. E depois, por persistência

ou hábito, os elementos circundantes deixam de desconfiar, abrindo espaço para também estas ideias novas se poderem deixar ficar. Assim descreve Fragoso (2009: 45) este fenómeno:

«Subjacente às alterações do gosto, e potenciando-as, está a aceitação social de cada uma no seu tempo próprio. Uma modificação do gosto introduzida através de qualquer processo de inovação, seja ele ‘gradualista’ ou ‘de acumulação’, de ‘destruição criadora’ ou de ‘voluntarismo’ e ‘vanguarda’, não é geralmente aceite sem resistência generalizada pela comunidade. (...) Para que se implante na sociedade, um ‘gosto’ tem que ser aceite por esta através de um processo dialético de ‘rejeição’ e de ‘adopção. (...) A aceitação social é assim um vector contextual da configuração de um determinado espírito do tempo, e consolida-o, estabelecendo as bases do que se considera geralmente definidor do ambiente cultural e social».

Para que se dê essa aceitação social foi necessário que muitos inventores e artistas, que ao longo da história agitaram as águas das ideias adquiridas, tivessem, para além do seu próprio génio a ajudá-los, uma segunda figura que os projectava. Fosse um mecenas, um cliente ou um agente, foi esse segundo elemento quem muitas vezes criou a possibilidade de existência, as condições, sem as quais algo não poderia ter sido. Os exemplos são inúmeros. No campo das capas de livros, nos EUA, Arthur Cohen, o editor da *Noonday Press* e da *Meridian Books*, foi uma dessas figuras ao reconhecer ter descoberto, ao contratar Lustig para fazer as capas dos livros que publicava, essa capacidade de inovar e arriscar. Num artigo publicado na *Art in America*, Cohen reconhece ter aprendido com Lustig o interesse e a percepção do valor da capa e do objecto livro. Ele confessa que o mais natural teria sido permanecer com a tendência geral no mundo da edição da altura, não arriscando grandes investimentos no design dos seus livros. Embora o projecto de Cohen reflectisse uma visão inovadora — ele pretendia fazer chegar literatura de qualidade a baixo preço aos estudantes através de edições económicas em capa mole — foi só ao trabalhar com Lustig que terá aprendido a valorizar o design como «um instrumento contemporâneo da maior pertinência e relevância (...), uma parte essencial para o sucesso do seu projecto» (Arthur Cohen *apud* Heller, Cohen, 2010: 111). Cohen admite ainda que sendo um jovem e preconceituoso editor, sem Lustig ele não teria nem visto nem sentido a necessidade do design nos seus livros. Para ele um livro não representava mais do que um «dispositivo que comunica através de palavras impressas. As palavras é que eram importantes, o livro pouco interesse tinha». E termina de forma a que não restem dúvidas «Não considero o design nem *snob* nem pretensioso mas indispensável» (*idem*).

Em Portugal o editor Joaquim Figueiredo Magalhães (1916–2008), fundador da Ulisseia, foi uma figura equiparável a Cohen pela atitude destemida na aposta no design gráfico como investimento essencial para



a criação de bons livros. O simples facto de existir alguém a quem parece ser razoável este investimento é já digno de alguma interpretação. A capa, ou capas, de um livro podem ser ainda vistas como testemunho impresso do gosto visual de determinada época ou geografia, ou de ambas. Logo *a priori* poderemos tomar como indicador o próprio investimento, ou desinvestimento, tido com ela. Se foi resultado da busca de um objecto de qualidade, por parte do autor e/ou do editor do livro; se houve investimento na contratação de um profissional habilitado para a tarefa; ou se foi, pura e simplesmente, fruto da intervenção do técnico ou do operário mais à mão.

### 1.6.3. TIPOGRAFIA E DURABILIDADE

No significado que determinados aspectos podem tomar, a tipografia é um dos elementos mais expressivos uma vez que requer um razoável nível de educação visual para que possa ser reconhecida como qualificada e distinguida de outras que o não são. O uso de determinado tipo de letra por parte de um tipógrafo, de um designer, ou até de um editor, pode estar carregado de significados de ordem formal ou cultural. Formal no sentido funcional, a letra tem de ser legível, clara<sup>51</sup> e o seu desenho deve adequar-se ao suporte, dimensões e técnicas de reprodução usadas. Cultural, porque as letras carregam com elas sinais da história, das épocas e dos movimentos a que pertencem ou do seu país de origem, devendo ser usadas de forma adequada. Esse acerto no seu uso é por si só, um sinal de conhecimento e de domínio do ofício da tipografia. Os testemunhos, neste sentido, acumulam-se.

Segundo Tschichold (1998: 77) «as letras, em especial a tipografia, são, antes de mais nada, uma expressão do seu tempo, tal como todos os homens são um símbolo do seu tempo»; no texto de introdução do seu livro *Typographie*, Emil Ruder (1967: 12) escreveu que nenhum ofício reflecte como o da tipografia, o tempo em que se expressou, pois a própria época lhe dá os meios de que ela necessita para resistir à idade. A tipografia opera em duas frentes, uma funcional e outra formal, que derivam sempre do seu tempo, por vezes uma mais do que a outra, sendo que, em épocas particularmente felizes, ambas resultam equilibradas. Precisamente por operar desse modo dual, a tipografia requer uma sensibilidade cultivada para melhor resultar sem

51 Em português estes dois conceitos tipográficos levantam algumas questões de terminologia que não se colocam na língua inglesa com as palavras *legibility* e *readability*, que se referem a coisas distintas. *Legibility*, frequentemente traduzido para português como 'legibilidade' ou 'clareza', refere-se ao desenho bem recortado de um carácter — frequentemente não-serifado —, por se reconhecer muito bem, devido geralmente o seu desenho de linhas simples que funcionam bem em textos pequenos, como legendas ou títulos; Já o termo *readability*, em português traduzido para 'leitabilidade', refere-se à facilidade (sem cansaço) da leitura dos textos que certas letras — frequentemente serifadas — proporcionam, quando compõem textos — mesmo quando eles são muito extensos. Grosso modo poderá explicar-se a diferença entre a facilidade de reconhecer uma letra sozinha (legibilidade) ou facilidade com que se lê um texto extenso (leitabilidade). Um equívoco frequente é pensar-se que um livro para ser lido por crianças deve ser composto com um tipo não serifado, por 'parecer mais simples' (legibilidade), quando, na prática, a leitura da criança é muito facilitada quando em presença de uma letra serifada cujos caracteres são mais distintos entre eles não gerando confusão, como, por exemplo, na palavra 'Ilustração' em que o 'i' maiúsculo é igual ao 'l' minúsculo.

resvalar para o *pastiche* ou o anacronismo. A isto mesmo se refere Bringhurst (2011: 110) quando nota que:

«qualquer biblioteca contemporânea pode oferecer exemplos de anacronismo tipográfico. É possível encontrar livros sobre Itália de hoje e sobre a França do sec. XVII compostos com as fontes Baskerville e Caslon, gravadas na Inglaterra do sec. XVIII. Há livros sobre a Renascença compostos com fontes que pertencem ao Barroco e livros sobre o Barroco compostos com fontes da Renascença. Para um bom tipógrafo, não basta simplesmente evitar essas contradições visíveis. O tipógrafo procura iluminar o conteúdo, aumentar a sua compreensão».

Um uso criterioso da tipografia pode, portanto, acrescentar significados, qualidades, percepções e camadas de leitura que potenciam e fazem crescer o conteúdo e o texto que transportam. Em conjunto com as outras ferramentas do design gráfico, a tipografia contribui para aumentar a qualidade da vida estética das pessoas mostrando que a qualidade, tanto enquanto ideia como enquanto prática, não é, ou não têm de ser, algo extraordinário e fora do alcance. Esse contacto entre a arte e os museus com a vida quotidiana das pessoas foi sempre uma das preocupações de Lustig e não se limitava ao uso de formas e composições mas também da tipografia. Lustig trabalhou com famílias de tipos que encomendava da Europa demonstrando exigência e refinamento, dando, também dessa forma, aos seus trabalhos uma resistência notável à habitualmente invencível passagem do tempo. Até porque essa durabilidade, esse resistir ao passar do tempo, mantendo-se actual, é talvez o sinal derradeiro de que aquela resposta, tendo sido dada numa determinada época, consegue ultrapassá-la. Permanecer actual é a prova de que foi mais forte, ou mais além, do que os seus contemporâneos. A tipografia pode ter aqui um papel de facto determinante. Bringhurst (2011: 23) refere-se a esse aspecto dizendo que outra das metas tradicional da tipografia

«é a durabilidade em relação à moda. A melhor tipografia é uma forma visual de linguagem que liga a atemporalidade ao tempo. Um dos princípios da tipografia durável é, sempre, a legibilidade, mas há um outro. Trata-se de um interesse, merecido ou não, que doa a sua energia vital à página. Ele assume várias formas e recebe diversos nomes incluindo severidade, vitalidade, riso, graça e alegria. (...) No entanto, o riso, a graça e a alegria, assim como a própria legibilidade, alimentam-se de significado, e o significado geralmente é provido pelo escritor, pelas palavras e pelo assunto — não pelo tipógrafo».

Neste aspecto Lustig teve sorte em ter como suporte para o seu trabalho visual tantos e tão interessantes textos e autores que estimulavam e agradeciam as suas respostas visuais profundas, inteligentes e expressivas. O conteúdo facilitou e ele soube honrar essa facilidade.

#### 1.6.4. ECONOMIA E QUALIDADE

Finalmente, e em sentido contrário, Erik Spiekermann<sup>52</sup> (1993: 71) refere um outro tipo de abordagem que resulta na fraqueza da tipografia mas também essa abordagem pode ser lida como sinal do seu tempo. No caso, é sinal de que se sacrificou a qualidade aos interesses económicos que colocaram o lucro acima de qualquer outro aspecto, resultando, no final, um objecto tipograficamente desqualificado. Spiekermann culpa essencialmente os argumentos económicos como motivos para o sacrifício da qualidade do design e da tipografia. Segundo ele, nem o modo dos livros, nem a forma como os lemos, sofreram alterações assinaláveis nos últimos 500 anos. O que mudou foi a economia e as suas motivações, que levam à insistência de alguns editores actuais em preocuparem-se mais com a quantidade excessiva de texto imposto a cada página, do que em contratar alguém habilitado para o fazer com qualidade. E ainda, segundo Spiekermann, se isto é válido para o miolo dos livros, mais o é para o design das suas capas. Por essa razão, a maioria dos livros não são exemplo do que melhor se faz no que toca à tipografia. No entanto, Spiekermann contraria o argumento que defende a poupança de recursos na produção, para que o preço final do livro se possa manter acessível ao grande público, defendendo que o custo de cumprir certas regras básicas do design de livros é o mesmo que não as cumprir.

Contudo, se podemos afirmar que grande parte dos problemas na qualidade dos livros nascem de razões económicas, por outro podemos defender que muitos dos avanços também. É sabido que foi em grande parte devido às condicionantes económicas que se deram os maiores desenvolvimentos e saltos evolutivos do livro. As componentes técnicas e comerciais do livro foram, aliás, as grandes impulsionadoras das relativamente poucas mudanças que ele sofreu ao longo de muitos séculos, devendo talvez mais à sua matéria física do que intelectual. Esta ideia parece ser mais ou menos consensual. Como afirma Lyons (2011: 11): «A história do livro não é acerca de autores de nome muito conhecido. A produção de livros sempre dependeu do seu contexto social, político, económico e cultural» Furtado (1995: 60) reconhece-o:

«Hoje, depois de dois decénios de concentrações editoriais, de debates sobre o preço do livro, de grandes manobras editoriais e de transformações na distribuição ‘somos obrigados’ a reconhecer que os aspectos económicos impulsionaram em grande medida as mudanças ocorridas. O olhar económico sobre o livro tornou-se, afinal, legítimo».

De facto, em termos formais, o objecto livro propriamente dito não sofreu alterações de monta, mas já o ruído das actividades e dos agentes relativos à sua divulgação, apresentação e venda sofreram. Daqui resulta frequentemente uma não dignificação do livro, pois o investimento foi feito no momento da sua venda mais do que no da sua leitura e fruição. Por essa razão nem sempre

<sup>52</sup> Erik Spiekermann (n.1947), alemão, designer gráfico, escritor e criador de várias fontes tipográficas. É ainda o fundador dos reconhecidos estúdios Meta Design e Fontshop.

aquilo que é entendido como ‘uma opção de design’, o foi verdadeiramente. Actualmente, acontece com regularidade as opções de carácter visual não terem sido tomadas pelos responsáveis ou habilitados trabalhadores visuais, mas ditadas por equipas de vendas que apontam frequentemente na mesma direcção, mais confortável porque mais vista, ainda que não faça sentido. É notório, em escaparates de algumas das mais reconhecidas livrarias portuguesas, o contágio da monotonia visual das capas dos livros em destaque e com as vendas mais significativas. Nas suas capas é visível um grande investimento material, com recurso a impressões de muitas cores, uso de vernizes reservados, recorte, relevos, e até saquinhos em tule... mas é notório também que muitas vezes foram opções focadas na venda e não no miolo ou na leitura do livro, revelando-se opções de uma moda superficial mais do que um estilo bem sustentado. E apesar do alerta de Potter (2001: 31), que afirma não ser fácil avaliar a qualidade ou a adequação de determinada abordagem de design sem o conhecimento do seu propósito, e até das circunstâncias e antecedentes, facilmente podemos concluir que, no caso referido, não houve uma boa prática do design, nem em termos formais nem de conteúdos. Em termos materiais foram desbaratados recursos, e em termos de conteúdo não houve força de ideias. Neste sentido é difícil perceber porque tantos agentes do livro insistem em recorrer a uma abordagem medíocre do design. O grosso dos livros e das suas capas quando um dia vierem a ser avaliados indicarão seguramente um gasto excessivo de recursos para um defeito de ideias que pode ser classificado como anti-design.

Norman Potter (2002: 5) refere esse papel que o design pode assumir como representante da sua época nos objectos que deixa para o futuro interpretar — «deve pelo menos ficar claro que falar de "bom" design é falar das condições do nosso tempo e da nossa resposta a essas condições». Nesses objectos ou imagens podemos ver a resposta do designer, a necessidade do cliente, a capacidade de assimilação do público, e, enfim, as contingências da época, de ordem material ou outra, pois faz parte do sentido da vida do design trabalhar para comunicar com o outro e não apenas consigo mesmo. «A inteligibilidade e, talvez, a existência de uma "linguagem" do design é um problema da fragmentação cultural que afeta a participação em todos os outros aspectos da nossa cultura». Voltamos pois a encontrar a ideia de responsabilidade social *do* e *no* design. «Porque a concretização do trabalho de um designer é sempre socialmente contingente, as suas liberdades são sempre um reconhecimento de uma necessidade na sua forma mais explícita». E, conclui Potter: «o design, verdadeiramente, responde tanto quanto pergunta». Regressamos à ideia de tornar o vulgar extraordinário, que Bass referia. «Uma solução elegante é aquela que satisfaz todas as condições aparentes com uma economia agradável de meios. Uma solução frutífera incorpora sempre as condições numa nova integração de significado, onde o que era ‘aparente’ é visto como tendo sido insuficiente. Tais respostas contêm perguntas» (Potter, 2002: 5).

No sentido oposto ao descrito atrás, houve períodos no passado em que o processo criativo colmatava carências materiais diversas, como a escassez

de tinta, o racionamento do papel ou limitações no processo de impressão. A criatividade aliada à economia potenciava então os poucos recursos, criando alternativas visuais astutas que marcaram a estética de uma época, conforme nota Powers (2001: 18): «Entre a primeira e a segunda guerras mundiais, a escassez de recursos funcionou como estímulo de criatividade dos designers fomentando o surgimento de um universo visual típico, que foi mais tarde bastante imitado». Em grande medida esse ar do tempo tomou muitos livros através das suas capas, da forma como elas foram desenhadas e produzidas, e que agora tanto colecionismo despertam.

Essa criatividade, essa época de ouro que, em alguns casos, ficou para a história do design, deve-se também ao facto de muitas das capas desse período terem sido uma vital fonte de rendimentos para artistas em situação difícil, devido à guerra. As capas eram, em simultâneo, forma de expressão e fonte de rendimento. Muitos artistas produziram inúmeras peças de design que, dentro de certas limitações ditadas pela técnica de reprodução, partilhavam muito com as suas obras de arte, como se pode perceber pelas palavras de Heller (1999: 31) salientando que «a economia era a mãe das invenções de [Paul] Rand em mais do que uma forma» avançando como motivos as baixas comissões que recebia pelas capas da *New Directions* e um orçamento nulo para despesas com os projectos. Assim, as restrições económicas obrigaram Rand a recorrer a soluções que passavam por «criar as suas próprias fotografias» e «rabisar os textos à mão de forma a eliminar os custos da composição tipográfica» (*idem*). Segundo Heller, é precisamente por esta «execução aparentemente avulsa das ideias de Rand que as capas que ele fez para a *New Directions* continuam tão frescas hoje como quando foram publicadas há sessenta anos» (*ibidem*). E relativamente a ser considerado singular no meio das capas de revistas da época, Rand desvaloriza dizendo que «quando estava a fazer as capas da [New] *Directions* estava a tentar competir com a Bauhaus e não com Norman Rockwell<sup>53</sup>»; «Estava a tentar competir com Doesberg e Léger e Picasso» e depois corrige: «competir não é a palavras correcta. Estava a tentar fazer no mesmo espírito» (*apud* Heller, 1999: 31).

A arte deixou de estar segura dentro das paredes dos museus e passou a vir ter com as pessoas na rua, nos cartazes, nos anúncios no cinema e, também, nas capas dos livros. Assim afirmava Charles Rosner em 1949, referindo que, no caso das «capas de livros americanas, Alvin Lustig e as suas capas para a *New Directions* demonstravam um uso ilimitado da imaginação, trazendo as últimas descobertas da comunicação visual directamente da arte abstracta para o mercado e para dentro de casa» (Powers, 2001: 8). Esta prática de Lustig de levar ao quotidiano popular os métodos e abordagens da arte, esse aproximar da arte à sociedade por via da estética nos objectos úteis era, no período do modernismo, uma prática que, apesar de ter revolucionado ambos os mundos — o da arte e o da sociedade — não conseguiu evitar uma percepção social distante

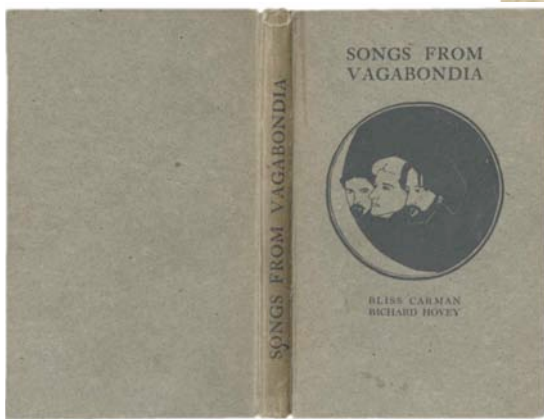
53 Norman Rockwell (1894–1978,) foi um célebre ilustrador norte-americano muito reconhecido pelas cerca de 3 centenas de capas que ilustrou para a revista *The Saturday Evening Post*.

das duas. Segundo Powers (2001: 14), ainda por esse motivo, hoje estudamos o modernismo, mais através das obras expostas nos museus, consideradas belas ou puras e descomprometidas de qualquer actividade ou transacção comercial, do que olhando interessadamente para objectos do quotidiano da época que foram tratados pelos seus criadores com a mesma abordagem artística, criativa e até intelectual que colocaram nas obras de arte. Se hoje reconhecemos essa época pela pintura nos museus, podemos seguramente fazê-lo também através duma observação atenta de certas peças da época, sejam elas de mobiliário, equipamento, utensílios domésticos ou capas de livros. Nesse sentido, estes suportes mais mundanos acabam por poder ser mais representativos da realidade, por estarem mais presentes no dia-a-dia do grande público, do que a arte dos museus que, mais elitista, chegava apenas a alguns. Para Powers (2001: 14) este fenómeno teve início no século xx com a procura de novos meios pela publicidade. Os negócios procuravam novos suportes e formas na tipografia, no desenho, nos filmes e na fotografia.

As capas de livros também participaram neste processo a partir do momento em que se vulgarizaram no mercado, funcionando duplamente: como meio de divulgação do movimento modernista e como fonte de receita para os artistas. Por serem projectos de curta duração, as capas de livros representavam ainda uma forma rápida e repetida de rendimento. Por aqui se percebe ainda que o habitual nos livros da época tivesse na capa a sua componente visual mais moderna, uma vez que o seu interior se manteve essencialmente conservador (Powers, 2001: 14). Mas, se o miolo dos livros e o aspecto das páginas não diferia significativamente dos livros das décadas, e até dos séculos passados, com as capas já assim não acontecia. Para Powers as condições favoráveis para que elas se desenvolvessem estavam há muito criadas. Mais do que relacioná-las com o modernismo por via exclusiva dos avanços tecnológicos, Powers defende que elas pertencem ao modernismo enquanto participantes no movimento social ubíquo que ele foi, derivado do desenvolvimento dos meios de comunicação permitido pelos carros a motor, o cinema, os jornais acessíveis, e algum tempo depois, a radio e a televisão. Todos esses factores contribuíram para que as editoras começassem, também elas, a explorar novas oportunidades permitindo que o modernismo se expressasse também através das capas dos livros, como o fazia já por muitos outros meios (Powers, 2001: 13).

Se desenharmos uma linha cronológica do design de capas de livros onde sejam anotados os seus momentos mais significativos, surgirão grandes nomes tanto do lado do design propriamente dito como do lado do editor, muitas vezes visionário, e que avançando por novos caminhos e apostando em nomes, ideias e soluções novas e notáveis, corria riscos mas ganhava com isso. Nos EUA e na Europa, com editores modernos, as capas deixaram de ser vistas e tratadas como sendo apenas uma embalagem de protecção, passando a ter mais substância, poder de comunicação e de expressão poética, visual, tipográfica, em suma, intelectual.

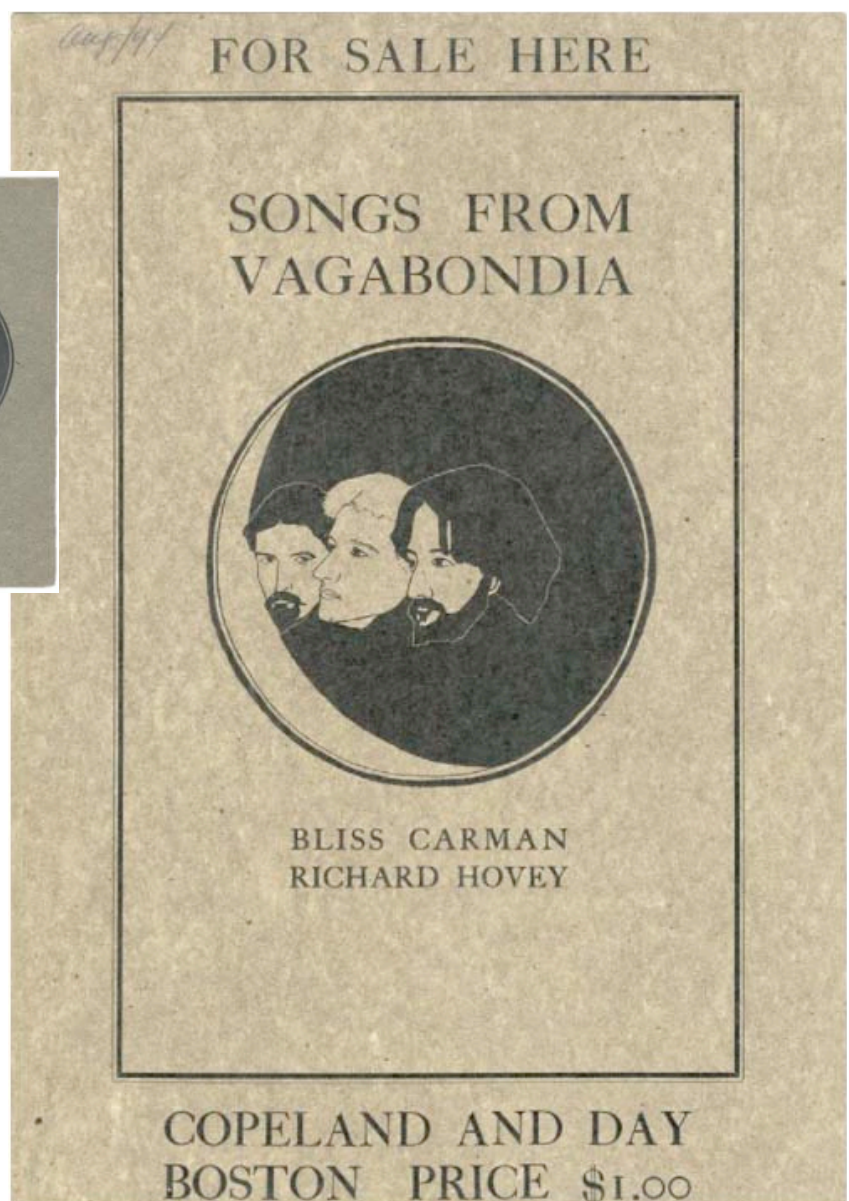
Foi nesse evoluir daquilo que era, para o que passou a ser, que uma capa de livro, suporte e fiel servidor da literatura e das ideias, se transformou em alvo de interesse, estudo e escrutínio. Ou seja, uma ascensão vertical e meritória da parte de objecto, que originalmente tinha apenas utilidade, e que passou a ter significado. Uma espécie de mensageiro que passa ele próprio a originar mensagens. Diz Powers (2001: 24) que «um dos prazeres de coleccionar livros é deparar-se com um livro famoso ainda na sua capa original, e perceber a relação entre o conteúdo e a imagem. Uma capa original diz algo acerca do mundo no qual o livro foi lançado, e sobre a expectativa que o editor tinha sobre o género de leitor que esperava atrair.»



13.

13. e14. Capa e cartaz de Thomas Buford Meteyard para *Songs from Vagabondia*, de Bliss Carman e Richard Hovey. Boston, Copeland and Day, 1894.

—  
\*Connolly, 2009: vii



14.

THE VITALITY OF THE DESIGN, EVEN ON THESE  
VERY NARROW SPINES, COMPELLED ME TO SLIDE  
OUT THE BOOKS. AND THE COVERS! OH MY  
GOODNESS, THE COVERS!

— *Joseph Connolly\**

### 1.7. A CAPA MINI-CARTAZ

O CARTAZ VEM SENDO UM SUPORTE objecto de estudo de alguns autores.

Para Chartier (1998: 103):

«Entre os objectos impressos de grande difusão é o cartaz aquele que consegue fazer a associação mais íntima e mais viva entre um texto e as imagens. Esta denominação — cartaz — designa uma folha impressa susceptível de ser afixada em lugares onde poderá ser lida pelos transeuntes».

Também Susan Sontag (1970), num artigo intitulado *Posters: Advertisement, Art, Political Artifact, Commodity* lembra a seguinte definição de cartaz que, em 1860, Harold F. Hutchinson's deixara no seu livro *The Poster, An Illustrated History*:

«Um cartaz é essencialmente um grande anúncio, geralmente com um elemento pictórico, impresso em papel e exposto numa parede ou suporte próprio para o público em geral. O seu objectivo é captar a atenção de quem passa para mostrar o que está a promover. Deve ser suficientemente interessante para prender o olhar de quem passa e suplantar o poder de atracção dos outros cartazes, e usualmente precisa de uma mensagem verbal que acompanha e reforça a imagem».

Embora distanciadas, ambas as definições servem às capas de livro, pois salvaguardando a diferença de escala e o ambiente exterior, actualmente uma capa de livro é também, como cartaz, que surge nas montras e nos escaparates das livrarias, ou nos *sites* das editoras. Se o cartaz apresenta e anuncia um espectáculo com data marcada, seja ele uma ópera, uma manifestação, uma conferência, uma exposição; ou outra coisa que se queira anunciar, como um novo produto, serviço, ou um destino de férias, a capa do livro anuncia também algo, convocando o espectador a tomar parte, a assistir, neste caso, a ler o livro.



### 1.7.1. POUCO TEMPO E POUCO ESPAÇO

A comparação da capa do livro a um cartaz não é nova. Muitos foram já os autores, designers ou não, que referiram essa proximidade. Contudo, é interessante reparar que nem sempre o fizeram pelas mesmas razões ou através dos mesmos argumentos, o que nos desperta o interesse em reflectir sobre o acumular de semelhanças partilhadas entre estes dois interessantes suportes de design. Alguns referem a sua capacidade de concisão da mensagem, tomando-a como um dos maiores desafios colocados ao designer. Também justificam essa característica como resposta necessária à escassez de tempo e de espaço disponíveis, de que ambos os suportes dispõem para comunicar com o seu interlocutor. É-lhes pois exigida uma grande rapidez e eficácia na transmissão da ideia, ou ideias centrais, sem possibilidade — temporal ou espacial — para serem muitas. Este constrangimento implica, por parte do designer, uma grande capacidade de síntese e um exercício bem apurado do que deve ser a hierarquia das informações a transmitir. Isto requer foco, obrigando frequentemente a um pensamento simbólico e aglutinador. Por essa razão é frequente considerar-se o cartaz como um dos mais completos suportes de design, no qual o designer pode dar uso a todos os seus conhecimentos em simultâneo, testando dessa forma a sua capacidade de conjugar texto e imagem num resultado coeso (Howard *in* Carvalho, 2008: 83). «A memória não é mais do que um conjunto de imagens mentais, de reserva ou fabricadas», como dizia Chartier (1998: 310) «para nos lembrarmos delas é preciso ligar as coisas — ou as ideias, ou as palavras — a imagens». Ora essa ligação entre texto e imagem numa ideia que resulta coesa é igualmente a essência da capa do livro funcionando como um cartaz em miniatura. Ela deverá ser capaz de funcionar em qualquer escala, inclusivamente em tamanho gigante, quando é anunciada num local exterior como um MUPI ou um *outdoor* (Gray, 2008). Seja para um cartaz em tamanho mini ou uma capa em tamanho macro, tanto para o cartaz como para a capa, a tarefa encerra alguma dificuldade. É que num plano apenas de papel, que é lido de forma mais ou menos imediata, e só num momento, é preciso fazer justiça a algo com uma duração temporal, e muitas vezes espacial, maior, com muitos momentos, personagens, diálogos, pensamentos, paisagens e intrigas. Volta-se à ideia de um referente, como já anteriormente foi abordado em Roland Barthes, no que se refere à fotografia.

Também Massin (*in* Hollis, 1995) autor de inúmeras capas de livros da editora Galimard, referiu a semelhança entre a capa do livro e o cartaz. Segundo ele não há verdadeira diferença entre um e outro, pois

«começam por ser um rectângulo vazio, como a folha em branco do escritor, na qual terão de ser colocados os dados do livro, como o título, o nome dos autores e, por vezes, uma imagem. Esse rectângulo deverá ser posto à prova em tamanho pequeno, como um selo dos correios pois será assim que se irá perceber, se à distância

se vê o suficiente ambos terão de funcionar rápida e convictamente, enquanto passamos por eles».

Victor Palla, a propósito das sobrecapas nota as diferenças entre o tipo de livros editado em Portugal e noutros países:

«Nos volumes anglo-saxões, alemães e escandinavos, a capa, o ‘dust-jacket’, não passa na realidade de uma sobrecapa, publicitária e provisória, que envolve a encadernação — essa, sim, definitiva e sóbria (o que não exclui a beleza). Os livros de bolso que vieram alterar este conceito, são reedições brochadas, baratas, das edições originais. Nós [portugueses], que não temos edições originais encadernadas nem reedições baratas (salvo algumas raríssimas excepções), estamos a tornar definitivo e inseparável do livro o cartaz que a anuncia e alicia o comprador» (Palla, 1961).

Oliver Simon (1946: 98) também a propósito da evolução das sobrecapas, diz que esta somou, à primitiva função, «o potenciar das vendas às suas funções de dispor informações relevantes como o título, nome do autor e da editora num formato de poster em miniatura».

Na década seguinte, em 1954, Richard Rosner (1954: xvi) afirmava que «sem dúvida tanto a capa do livro quanto a sobrecapa podem ser classificadas como uma forma sofisticada da arte dos cartazes. Ambos vieram à tona na França com Toulouse Lautrec e Steinlen; e em Munique na Alemanha, onde em 1894, Otto Eckmann leilou as suas pinturas de cavalete, visto que queria concentrar toda a sua energia nas artes aplicadas».

Finalmente Steven Heller (2003: 7) faz referência ao lado mais ligado à expressão artística que o design pode tomar lembrando Paul Rand, para quem «as capas eram mini cartazes que em vez de ilustrar, interpretavam o conteúdo».

### 1.7.2. FAZER VER

Mas a dificuldade tanto das capas como dos cartazes vai para além de terem de funcionar em pouco tempo e em pouco espaço. Há um ambiente de hostilidade devido ao excesso de concorrência. O ambiente exterior urbano está repleto de anúncios de toda a ordem, em papel, luminosos, cartazes e apelos variadíssimos, transformam a paisagem numa arena gráfica competitiva na qual cada mensagem tenta sobrepor-se às vizinhas, resultando o conjunto numa frequente gritaria visual com duvidoso sucesso comunicativo. No interior das livrarias as coisas não se passam de forma muito diferente. Cada capa tenta chamar a atenção de um possível leitor/comprador competindo com centenas de concorrentes pelo mesmo objectivo. Tanto para a capa de livro como para o cartaz está predeterminado um plano de papel finito, e apesar das diferenças óbvias nas dimensões habituais de ambos, na verdade o seu desempenho é semelhante. Um, funciona ao longe ‘chamando’ o transeunte para lhe poder transmitir mais informação sobre o que anuncia; o outro, ainda que muito mais pequeno,

chama igualmente os transeuntes para que lhe peguem, o folheiem, leiam as badanas e a contracapa para depois, eventualmente, levarem o livro consigo<sup>54</sup>.

Assim, «a confecção de uma boa capa de livro depende portanto em grande parte do facto do artista conseguir criar o seu própria espaço de exposição na superfície do livro, com imagem e texto destacando-se em relevo dos outros livros que o rodeiam» (Rosner, 1954: xxi). A capa tem pois de recorrer a todo o poder de sedução capaz de atrair quem o compre. Nesse sentido segue a mesma hierarquia de valores do cartaz. Estes são, em primeiro lugar, os da atracção e só, em segundo lugar, os de informação. As regras para fornecer a informação são subordinadas às regras para dotar a mensagem, seja ela qual for, de impacto: brevidade, assimetria, ênfase, concisão (Sontag, 1970: 197).

«Hoje em dia, os editores lutam pela nossa atenção e já há muito que nos habituámos a que os livros sejam expostos com as capas viradas para nós. (...) Tendo em conta a quantidade de livros que existe, conceber capas não é uma tarefa fácil. Num mercado competitivo, uma capa deve conseguir distinguir-se das outras que a rodeiam. O desafio criativo que se coloca ao designer é exigente mas altamente compensador; trata-se de criar uma porta de entrada para o mundo». que o livro representa» (Howard, 2008: 406).

Seja pois para leitura na praia ou na biblioteca o formato padrão do livro, a par com a sua natureza anunciante de uma narrativa mais extensa (seja ela texto literário, filme, peça de teatro, bailado, exposição...) recorre a um reduzido espaço ou área para apresentar essa mesma narrativa. «É suposto, antes de mais, atrair a atenção, e logo depois despertar a vontade de investigar e descobrir. Penso que é isto o que uma capa de livro deve fazer». (Kidd, 2013: 442). E esta necessidade de captação da atenção de forma eficaz relaciona-se profundamente com a profusão de títulos de livros que todos os dias é apresentada ao público nas livrarias. O espaço e tempo de exposição para cada livro é cada vez mais cobiçado, a competição por esse momento fugaz de atenção do frequentador de uma livraria é tão grande que a capa tem de se esforçar ao máximo para não a desaproveitar. Surgem novos elos na corrente de produção e venda do livro; estratégias empenhados cujas investidas tornam o ambiente competitivo, agressivo até, nas livrarias. Estas «já não são lugares simpáticos, serenos e intelectuais dentro do negócio calmo e calculado da venda de livros. São campos de batalha para as editoras, com batalhões de produtos, em pilhas altíssimas, a virem atrás de nós. A sua arma é a capa dos livros» (Dickhoff, 2001). Parece até que estamos a falar de uma manobra

54 É aliás ilustrativo disso mesmo esta curiosa afirmação acerca da evolução do formato *standard* da grande maioria dos livros. «As dimensões das nossas edições comerciais tornaram-se padronizadas ou estereotipadas nos formatos médios do século XIX, com algumas variações entre editoras ou colecções, mas que já não têm muita relevância. (...) O grande formato — cerca de 16,5 x 24cm (aprox.) — para supostos *best-sellers*, aqueles famosos 'livros de praia' que têm de ter capas suficientemente grandes para que na montra se assemelhem a cartazes, e têm de ser suficientemente pesados para evitar que uma toalha de praia seja levada pelo vento» (Genette, 1997: 19).

de mobilização massiva, como cartazes de propaganda em que muitas vezes nem sempre quem berra mais é quem é mais escutado. Como em tudo, sobressai o que contrasta, e quando todos gritam sobressai quem permanece em silêncio. Tem acontecido isto mesmo com algumas emblemáticas colecções e livros através das suas capas. Um bom exemplo desse fenómeno em Portugal são as capas da editora Fenda cuja abordagem gráfica optou por duas cores e apenas tipografia como elementos de capas essencialmente brancas. Como em qualquer produto num mercado concorrido, as capas para melhor se distinguirem numa loja cheia de livros podem tanto falar baixo como gritar no vazio (Powers, 2001: 10).

Por isso, segundo Richard Rosner (1954: xviii) «seja uma compradora de livros ou não, qualquer pessoa que passe por uma livraria em qualquer país civilizado hoje terá como certo que verá na montra uma coleção de livros coloridos, cada um deles contendo na capa, concebida de forma ousada ou contida, título e nome do autor». E o autor diferencia os vários tipos de abordagem visual das capas dos livros: «algumas serão pictóricas, desafiadoras ou modestas, em conformidade com o tema e o tratamento do conteúdo; outras irão captar o olhar pela subtil escolha de tipografia ou pela ousada qualidade abstracta do design; outras ainda deixarão a sua marca em virtude de sua forma padronizada».

Contudo ele próprio reconhece que, apesar de todo este mundo de intervenientes, intenções e intervenções «além dos designers, produtores e aqueles que estão preocupados com as vendas reais, apenas uns muito poucos da multidão que passa, ainda que interessados em livros, estarão cientes da quantidade de pensamento e planeamento cuidado envolvido na criação destas capas» (Rosner, 1954: xviii).

Esta tão grande competitividade pela atenção do espectador transforma o leitor em consumidor. É aqui, nesta diferença da forma como é visto o receptor, que a capa de livro e o cartaz se distinguem de um edital. Para os primeiros, não basta informar ou notificar o público de algo para se dar por conseguido o seu sucesso. É necessário mais do que isso: convencer o público a dar o seu dinheiro em troca do livro anunciado pela capa; aquele, e não outro que partilha com ele o espaço da livraria, transformado numa arena visual. Diferentemente de um edital que informa ou ordena, à capa do livro pede-se que aja como um cartaz. Que tenha a mesma atitude agressiva, de sedução, estímulo, persuasão e apelo. Um edital aguarda passivamente que lhe seja dada atenção, o cartaz, não espera para que reparem nele. O cartaz chama a atenção à distância (Sontag, 1999: 196). Juntamente com outras, é também esta capacidade de convocar a inteligência activa do receptor que, segundo Heller (2003: 7), fazem as capas de livros desenhadas por Paul Rand «resistirem à passagem do tempo, porque ele empregou formas abstractas, colagens expressivas e esboços humorados que não foram ditados pela moda mas sim pela preferência modernista por aspectos lúdicos e económicos. As capas deles eram mini-posters que interpretavam o conteúdo em vez de o ilustrarem».



15. Capas de João Bicker para vários títulos da Fenda edições, Lisboa, 2007.

### 1.7.3. OUTRAS AFINIDADES

Mas não só em termos funcionais existem parecenças entre estes dois suportes. Aspectos de ordem técnica, ligados à sua origem e evolução, são também partilhados por eles. A impressão em série, em particular a litográfica, permitiram uma reprodutividade em grande escala e com baixo preço, o que tornou vulgar a sua utilização generalizada. O papel impresso a cores, com texto e imagens, passou a ser uma presença ubíqua, em particular no espaço público urbano. Segundo Sontag (1999: 198), algumas capas de revistas, que mudavam a cada novo número, eram depois reproduzidas como cartazes para publicitar a sua venda a um público em crescimento. Em parte foram essas semelhantes possibilidades e restrições técnicas que ditaram também a expressão visual comum a capas e cartazes, ambos seguindo tendências cubistas.

Esta reprodução possível de um em outro — de capa em cartaz — era facilitada também pelo género de conteúdos que habitualmente estão presentes num e noutro, bem como sujeições e possibilidades semelhantes derivadas das técnicas. Título, lema, ou uma qualquer frase curta, autor ou entidade responsável, subtítulo e muitas vezes uma ilustração que desperte o sentido, eram assim ingredientes de uma e outro acentuados ainda pelas mesmas possibilidades ou restrições técnicas. Na década de 1930 o design podia já fazer uso de áreas de cor sólida e o desenho das letras faziam também parte do trabalho do artista. O cubismo, nalguns dos seus sinais mais genéricos possibilitados pela litografia, é visível nos cartazes e nas capas de livros desta época (Powers, 2001: 16).

É interessante notar como uns aspectos conduzem a outros. Forma-se um encadeamento de razões que só existem, em parte, umas por causa das outras. Assim, se esta semelhança entre cartazes e capas se deve ao mesmo tipo de conteúdos, ou ao mesmo tipo de suporte — apesar da diferença de escala — ou ao mesmo tipo de técnica, deve-se também ao mesmo tipo de agentes. Se eles dominam um suporte, então é muito provável que saibam dominar o outro. É pois espectável que artistas que desenhem cartazes desenhem também as capas dos livros. Esta partilha conduz à proximidade de ambos com o mundo da arte, mesmo sendo objectos úteis de reprodutividade intensa, sendo por isso considerados arte menor, ou aplicada. Mas, segundo Sontag, essa aplicabilidade não deriva do carácter útil destes objectos aplicados a tarefas concretas do dia a dia, mas sim porque, resultando do trabalho dos artistas que fazem a grande arte, serviam de suporte para aplicá-la já devidamente testada na arte maior e descomprometida de responsabilidades comerciais, mais propícia à experimentação e à falha. E aí, na intervenção dos artistas, surge a necessidade de transmitir algo mais do que o corpo da notícia ou a representação do conteúdo. Surge a necessidade de imprimir ambiguidade, multiplicidade de sentido, inteligência, omissão, sugestão, enfim, os ingredientes de que um artista se mune para a sua forma de criar. Assim o explica a autora:

«Tal como acontece com as capas dos livros e das revistas, o que faz dos cartazes uma arte aplicada não é eles serem orientados unica-

mente à comunicação, ou as pessoas que os criam serem regularmente mais bem pagas do que a maioria dos pintores e dos escultores. Os cartazes são uma arte aplicada porque tipicamente elas aplicam aquilo que já foi feito antes noutras artes. Esteticamente, o cartaz sempre foi parasita das respeitáveis artes da pintura e escultura, até da arquitectura. Em inúmeros cartazes assim foi, Toulouse-Lautrec, Mucha e Beardsley apenas transpuseram um estilo já articulado nas suas pinturas e desenhos» (Sontag, 1999: 199).

Sontag refere ainda mais uma particularidade partilhada entre cartazes e capas de livros devidas, na sua opinião, à proximidade dos artistas. Segundo esta autora, o cartaz ascendeu ao patamar de arte mais depressa que a maioria de outros suportes, como, por exemplo, os filmes, precisamente por ser trabalhado por muitos artistas que já assinavam na pintura e que, desta forma, contagiaram o cartaz como objecto com valor e condição artística. O que contraria aquele que seria o percurso natural de um objecto derivado do comércio e, por iso mesmo, pouco considerável do ponto de vista artístico, para além da sua natureza obrigatoriamente reprodutível. Não faz qualquer sentido falar em originais ou réplicas no cartaz. Ele nasce para ser reproduzido as vezes que forem necessárias. Não tendo qualquer interesse em ser considerado peça única, o que seria um paradoxo para um cartaz, por esse motivo — o mesmo se pode dizer das capas de livros — teve o seu desenvolvimento e a sua existência verdadeiramente instalada só depois da reprodutibilidade técnica ser, também ela, uma realidade (Sontag, 1999: 199).

Não é, portanto, pelo factor ‘peça única’ que o cartaz se faz valer enquanto arte, mas pelo apelo à inteligência do interlocutor, e pela expressividade artística do designer. Este pode ter um programa a cumprir, recebendo por isso, em troca, mas a sua esfera de acção vai para além desse aspecto mundano. Ela requer a utilização da ambiguidade, do simbólico, da capacidade de representação, que ultrapassa a mera identificação primária do conteúdo. São ingredientes assim que oferecem ao designer gratificação artística. Aquilo que faz de um cartaz uma peça eficaz é a sua capacidade de transcender o carácter primordial de passar a mensagem, seja ela um lema, um anúncio ou uma publicidade. Mesmo tratando-se de um cartaz de anúncio ao mais insignificante utensílio doméstico, se ele for eficiente deverá usar sempre de uma dualidade que é característica da arte jogando em simultâneo com aquilo que significa explícita e implicitamente; no fundo, aquilo que afirma e aquilo que sugere (Sontag, 1999: 200). Esta ultrapassagem do requisito meramente informativo, por algo visual que vai mais além, é o que desperta sentimentos e afetos no receptor. Leia-se esta enérgica declaração de amor às capas de livros, às suas lombadas e ao poder que elas podem exercer.

«A vitalidade do design, mesmo naquelas lombadas estreitas, compelia-me para fazer deslizar os livros das estantes. E as capas! Oh meu Deus as capas! (...) a cor, a força e a tipografia não eram nada

desadequados, eram dinâmicos, e pensei eu: que esplendor! Foram as capas que me encorajaram a abrir os livros. E a ler. (...) Subitamente, estes belíssimos volumes eram os meus novos companheiros, e a biblioteca o meu local preferido» (Connolly, 2009: viii).

Segundo George Salter<sup>55</sup> uma boa capa de livro deveria ser mais do que um mero registo ou descrição devendo também assegurar a transmissão de um estado de alma e convocar a imaginação de modo adequado à qualidade literária do livro. E sendo a sua função ajudar as vendas do livro, a capa deve ser ainda capaz de fazer parar a vista de quem passa, respeitando os limites do gosto (Hansen, 2005: 46).

Através de reflexão sobre as suas próprias capas, Salter concluiu que a abordagem do design à capa de um livro pode variar segundo um número determinado de possibilidades. Dessas suas observações resultou, em 1939, uma lista de sete categorias que demonstram os seus próprios princípios de design. Essa lista, que permitia dividir as capas de livros consoante a sua solução de design, se bem que incompleta para os dias de hoje, continua genericamente actual. A última delas, a número 7, refere precisamente a capa «tipo cartaz», identificada por Salter pelo recurso que faz a imagens concretas e pela proximidade de estilo e de intenções à arte publicitária e comercial (Hansen, 2005: 11– 12). No fundo trata-se, também para Salter, dos argumentos já referidos atrás, em que a necessidade de rapidez e eficácia na comunicação pedem esse carácter ‘concreto’.

Ainda que, como nos é dado crer, os livros venham a ser cada vez menos um objecto físico, a tarefa de criar a sua cara, seja ela uma capa ou outra coisa, deverá ser tão desafiante como já é para uma capa física. Se para o livro objecto o desafio era grande devido à feroz concorrência entre capas numa livraria, agora não é menos ao ter de manter a legibilidade necessária mesmo num tamanho miniatura usado em sites na Internet (Powers, 2001: 11). Nos dias de hoje, em que o mercado se divide entre livros físicos e digitais, não parece haver para as capas, como defende Powers, uma exigência menor. Menor é apenas o tamanho da imagem, agora nas livrarias *online*, mas a necessidade de concisão mantém-se. Parece pois continuar a fazer todo o sentido o exercício visual de Massin que consistia em reduzir o seu "rectângulo" ao tamanho de um selo dos correios, para assim conseguir perceber que elementos teriam legibilidade a uma grande distância. Esse teste mantém-se hoje, mais do que nunca, pertinente.

55 Reconhecido professor alemão e designer de capas, posteriormente nacionalizado norte-americano. Deixou uma extensa obra e influenciou profundamente o design de livros tanto na Alemanha como no Estados Unidos da América, tanto através das suas capas como das suas teorias.

SEEING COMES BEFORE WORDS. THE CHILD LOOKS  
AND RECOGNIZES BEFORE IT CAN SPEAK.

— *John Berger*\*

### 1.8. A CAPA META-LEITURA

VIMOS JÁ QUE A CAPA, sendo o primeiro contacto com o leitor é, por vezes, o primeiro e único indício que leva à leitura de um livro. Ela concorre, de forma objectiva e subjectiva, para a escolha de um livro em detrimento de outro, originando uma espécie de leitura antes da leitura. Dito de outra forma, propicia uma suspeita, ou mesmo uma sugestão, que induz à vontade de esclarecimento ou a um desejo de ler. É grande, pois, a sua tarefa. «Apesar de serem diversos os elementos, como paginação, tipografia, uso de imagens, qualidade de impressão, papel e acabamento, que se combinam para dar uma sensação geral, é a capa de um livro que tem que se esforçar mais»(Fawcett-Tang; Roberts, 2004: 7) pois é ela quem tem de lutar com todas as outras pela captação da atenção do leitor. Por isso se conclui que «uma parte do sucesso de um livro deve ser também atribuído à sua embalagem e desenho»(Godfrey, 2009: 7).

Podemos dizer que a capa pode desenvolver em nós um interesse pelo livro, uma motivação particular susceptível de proporcionar uma leitura mais rica, mais inteligente, e que, por isso, ao motivar-nos particularmente, nos leve a recriar a obra, e, portanto, a enriquecê-la com a nossa leitura. Joahanna Drucker e Emily McVarich (2013: xxix) vão mais longe defendendo que, sendo a comunicação um processo dinâmico, tal como a obra cria o espectador, o espectador também cria a obra. Concluimos então que nenhuma leitura é neutra, e do mesmo modo que o livro enriquece o leitor, este pode, e muitas vezes consegue, enriquecer a obra com as suas memórias, imagens e episódios. A capa pode ser portanto uma privilegiada forma de entrada no livro. E uma entrada também se pode «ler».

Ao olhar a capa de um livro, o seu leitor, mesmo que não saiba de que trata e não conheça o autor, deverá, em princípio, receber uma série de informações que lhe são fornecidas apenas graficamente e que começam a construir a sua ideia daquele livro. A leitura dessas informações, desses sinais, é uma primeira leitura, antes da leitura. Assim o afirma Cullen (2012: 72) defendendo que, mesmo antes do livro ser lido, pelas suas características relativas à tipo-

\*Berger, 2008: 7



grafia se podem perceber atmosferas, despertar emoções, ou fazer sugestões históricas, contemporâneas ou culturais. São as características visuais das letras que, enviando mensagens subtis, estimulam uma interpretação activa ao leitor. A tipografia é, contudo, um só desses factores, há outros. O formato do livro, a sua espessura, as cores da capa, a ilustração ou fotografia, o título, o tipo de papel, tudo isto converge para a imagem prévia que o leitor faz do livro que tem na mão.

Em última análise uma capa é também uma página. Robert Bringhurst (2011: 159) é taxativo ao afirmar que os livros estão longe de ser todos uma mesma coisa. Segundo ele «uma página — como um edifício ou uma sala, pode ter qualquer tamanho e proporção, mas algumas são nitidamente mais agradáveis que outras, e algumas têm conotações bem específicas». Ainda segundo ele «um livro é um espelho flexível da mente e do corpo. Seu tamanho e proporções gerais, a cor e a textura do papel, o som que produz quando as páginas são viradas, o cheiro do papel, da cola e da tinta, tudo se mistura ao tamanho, à forma e ao posicionamento dos tipos para revelar um pouco do mundo em que foi feito. Se o livro se parecer com uma máquina de papel produzida conforme a conveniência de outras máquina, só máquinas vão querer lê-lo».

Parece, pois, haver mais num livro do que apenas caracteres para ler. Em *Walden, ou a Vida nos Bosques*, Henry David Thoreau (2009: 119) afirma que «os livros devem ser lidos com o mesmo cuidado e circunspecção com que foram escritos». Nós acrescentamos que deveriam ainda ser apreciados física e visualmente, com o mesmo gosto e atenção pelo detalhe com que foram projectados e concebidos.

O cuidado e a valorização investidos pelo designer e pelo editor no seu objecto, quando obtém bons resultados, convocam à partida, no leitor, um preconceito pela positiva, ou, no caso contrário, pela negativa. Eles imprimem qualidades que posteriormente e de modo silencioso são emitidas pelo objecto, e que serão recebidos pelo seu potencial comprador levando-o a continuar, ou não, a relação com aquele livro, determinando a leitura ou não. É sabido que a atitude induz a atitude. Esta indicação, este receber dos tais sinais é obtido, por parte do leitor, muitas vezes sem uma percepção consciente. É uma leitura antes da leitura propriamente dita, uma meta-leitura.

Num artigo que publicou na revista francesa *Etapes*, Morlingher (2014: 29) referiu-se precisamente a esta primeira leitura como um processo independente do livro, defendendo que na capa de um livro, fazendo bom uso de determinado tipo de letra, ou de uma dada disposição dos elementos ou jogo de cores, o designer pode conseguir criar com o leitor uma cumplicidade que se sobrepõe ao próprio texto. Essa meta-leitura ocorre no campo psicológico, mas nem por isso é menos eficaz nos seus resultados e na opinião que forma no leitor. Ainda que sem a participação do texto, essa avaliação é feita e ficará vinculada ao objecto em questão. É nessa fase de vinculação entre leitor e livro

que se opera a primeira relação visual que ficará ligada à memória daquela imagem, da imagem daquele objecto, podendo posteriormente essa imagem ser, ou não, fortalecida ou trocada por outra, uma segunda, construída esta já através da leitura do texto<sup>56</sup>. Esse desejo de compreender é frequentemente criado, no público, pelo designer, através do lançamento de algumas pistas visuais. E esse efeito é frequentemente trabalhado pelo recurso ao uso da metáfora visual, que se torna assim numa espécie de aperitivo, abrindo o apetite de leitura. A mensagem que passa é que, de alguma forma, aquela imagem irá aparecer naquele texto em determinada ponto da narrativa. Ela funciona como um convite à leitura do livro, como que a dizer: procura-me e encontra-me, estou algures aqui dentro.

A meta-leitura, quando bem trabalhada, deverá servir a leitura propriamente dita, não a acanhando, não a deixando à quem da primeira leitura nem a contradizendo, antes a completando com as imagens que formaremos na nossa mente ao lermos o livro, e que podem ser várias, ou até muitas. O designer teve, no entanto, de escolher uma. A que, na sua perspectiva, melhor serve a capa, conseqüentemente, o livro e, em última instância, o leitor. Este bem servir, podendo ser metafórico, simbólico ou mesmo abstrato, acarreta ainda assim a responsabilidade de não defraudar a expectativa criada no leitor. Isso seria uma desonestidade. Os aspectos visuais deverão representar os literários, não levando ao engano o leitor ao criar uma ideia, pelo exterior, sem correspondência no interior. O ideal acontece quando um exterior bem conseguido serve justamente um valioso conteúdo. Podemos então concluir que o objecto livro, para ser completo, deverá ter uma componente literária e física. Descurar um aspecto em favor do outro resulta na desvalorização do livro. A matéria deve honrar e suportar a literatura e a literatura deve fazer por merecer essas honras por parte do design e da construção. Caso contrário podemos encontrar um de dois tristes cenários: um livro cujo conteúdo literário de qualidade é desvalorizado e enfraquecido pelo fraco desenho e construção, que, em última análise, contribui para a menor circulação e consumação da leitura; ou o oposto, em que um livro disfarça o duvidoso valor do seu conteúdo literário recorrendo a um design exageradamente elaborado, na tentativa de assim se compensar a fraqueza, pelo luxo.

Esta última variante foi, a propósito da prática da fotografia, bem resumida por Ansel Adams num dos seus célebres ditos: «Não há nada pior do que uma imagem nítida de um conceito desfocado». Seja qual for a sua fraqueza, interior ou exterior, literária ou material, a verdade é que essa fraqueza será, ainda que de uma forma pouco consciente, ela própria, também 'lida' pelo consumidor final, no sentido de que será sempre levada em consideração, con-

56 Um curioso caso prático contrário a isto é o do autor norteamericano D. J. Salinger. É um exemplo de um livro em cujas capas foi proibida qualquer aplicação de elementos visuais como ilustrações, letras desenhadas ou fotografias, por expressa ordem do seu autor. Por esta razão, salvo antigas excepções, o design das capas dos seus livros é sempre composto por tipografia sobre cores planas, o que, apesar de constituir um forte constrangimento não exclui, por si só, algum tipo de opção visual ou ser base suficiente para que ela possa existir, como a escolha de cores e dos seus contrastes e do tipo e tamanho da letra.

tribuindo para a apreciação ou depreciação do objecto total. Em qualquer caso dá-se uma desadequação, ou melhor, uma dessintonia entre as partes material e imaterial, que resulta numa obra não completamente conseguida.

Idealmente, então, o valor material ou visual deveria corresponder ao intelectual, ao espiritual. O investimento no primeiro deveria reflectir a presença no segundo. No seu livro *The Elements of Graphic Design* Alex White (2002, vi) esclarece que esse mesmo livro se preocupou com o aspecto visual da informação exposta, partindo do pressuposto de que ela «é interessante ao ponto de justificar esse esforço de clarificação».

### 1.8.1. O BOM, O BEM E O BELO

O bom — ou o bem — e o belo, não sendo a mesma coisa, parecem estar intrinsecamente ligados e serem dificilmente alcançáveis, de forma absoluta, um sem o outro. Não se alcança o bom, completamente, sem a interferência do belo e o inverso é igualmente verdadeiro. Estes dois conceitos ligam-se ao universo dos livros de forma bastante directa. Segundo Aníbal Pinto de Castro (2001: 15)

«O livro, visto como um bem venal e, por conseguinte, susceptível de trazer perdas ou de dar lucros, nem por isso perde a sua nobilíssima condição de continuar a ser, nos nossos dias e no futuro, uma das mais dinâmicas energias do ansioso caminhar do espírito na sua constante busca do Bem e da Beleza».

Nesta busca e reflexão em torno da ideia do Belo, aplicada e exercida no universo dos caracteres, das páginas e dos livros andou também Bodoni. No seu *Manual Tipográfico* afirma:

«começarei, portanto, pelo que é necessário para aumentar a qualidade. Todavia, não é minha intenção tratar de questões de mecânica e ensinar a arte a quem a queira exercer. Apenas procurarei mostrar como se obtém aquela perfeição que se pode admirar numa boa obra, e como a beleza dos livros bem impressos revela a mestria dos artífices que participaram na sua feitura. A ideia de Belo não se deve confundir, de forma alguma, com as ideias de Bom e de Útil. São, apesar disso, três aspectos diversos de uma e a mesma coisa, vista de três pontos diferentes» (Bodoni: 56–57)<sup>57</sup>.

57 Também Sócrates, nas suas conversas com Hípias, abordava esta proximidade dos dois conceitos, concluindo que a sua relação aparenta ser mais de causalidade e consequência. Diz ele a Hípias: «(...) Na mesma ordem de ideias, se o belo é a causa do bem, é porque o bem só pode ser originado pelo belo. E aí está, salvo erro, a razão de nos empenharmos na sabedoria e em todas as demais coisas belas: é que o seu produto, o seu 'rebento' — ou seja, o bem — é digno do nosso empenho; e são, porventura, elas que nos levam a descobrir o belo como uma espécie de 'pai' do bem» (Platão, 1989: 86). E continua, mais adiante, Sócrates: «Vê antes se por aí achas algo de belo, nesse tópico que mesmo agora afluímos, nessa última resposta. Dizíamos nós que o ouro é um material belo, desde que apropriado aos seus objectos, e feio, em caso contrário; e, ainda, que tal princípio se aplica às demais coisas a que ele se junta. Ora, é esta noção de apropriado e a natureza em si do que é próprio que te peço que analyses, a ver se coincide com o belo.' Por minha parte costumava concordar com este género de sugestões — nem outra coisa poderia responder...—, mas tu, que dizes? Parece-te que o que é próprio é belo?» (Platão, 1989: 77). Nesta sua intervenção Sócrates adianta esta proximidade de termos e conceitos como «o que é próprio ou apropriado» do conceito de «belo».

Percebe-se pelo exposto que o objecto livro tem tudo a ganhar sendo a sua parte física levada em consideração, resultado da intervenção do trabalho qualificado e forte em termos construtivos e visuais.

Já Munari, vários séculos depois, e de forma aparentemente contrária à de Sócrates<sup>58</sup>, parece chegar a um ponto semelhante, quando afirma sobre o trabalho do designer, que ele não parte do belo, mas sim do lógico e do adequado e que, daí mesmo — do projecto e da resposta adequada — deverá surgir o belo, não como ponto de partida mas como comprovativo de um bom resultado; uma espécie de prova dos nove no controlo de qualidade. Se o objecto funciona bem, a sua forma deriva da sua função, ou seja, o seu fim é ‘ditado’ desde o seu princípio; resultando dele, resulta belo. E, portanto, todo o objecto que resulta bem, é bom. O belo não deverá ser o único ponto de partida, mas sem ele também não há ponto de chegada. Diz Munari (1990: 117) que

«o designer, ao projectar, não se preocupa com fazer uma coisa bela, mas antes com que haja uma coerência entre forma e função, incluindo a psicológica (além da função prática), que nos primeiros tempos da Bauhaus não era considerada. Preocupa-o, quando muito, que haja uma regra de coerência formal, regra inventada de propósito, quando possível, pela qual o todo resulte num conjunto lógico e harmonioso, tendo as partes que o formam uma relação dimensional, material, dinâmica, e estrutural. Este tipo de coerência formal ou estética da lógica encontra-se também na natureza, nas formas naturais que possuem um mínimo de estrutura».

Contudo, ainda que Munari explicasse esta ideia de coesão no design, formal, funcional e psicológica, ainda hoje, nem sempre é levada em consideração como um todo, isto é, como partes que deverão funcionar em conjunto, apoiando-se mutuamente ao serviço de um mesmo fim. Atente-se nas palavras de David Pearson<sup>59</sup> (2008: 426) que chamam a atenção para o facto de os recursos dedicados a uma capa dependerem do público a quem o livro é dirigido:

«no mundo editorial do Reino Unido é comum pensar-se que os académicos compram um livro independentemente da capa, ao passo que o consumidor médio terá de ser manipulado o tempo todo até chegar à caixa. Esta crença não existe muito nos outros países europeus, onde os livros são constantemente apresentados com dignidade e respeito pelo público».

Esta afirmação de Pearson sugere que existe a convicção, por parte dos agentes que trabalham a divulgação, a distribuição e a venda do livros, da existência de uns livros que se vendem exclusivamente pelo seu texto, e de outros que se vendem pela capa remetendo para esta uma grande responsabi-

58 Ver nota 58.

59 Reconhecido designer inglês da actualidade e autor de muitas das mais conceitadas e premiadas capas da editora britânica Penguin.

lidade. Atente-se nos dois seguintes testemunhos que o parecem confirmar. Diz Hansen, na sua monografia sobre George Salter acerca do design das capas: «Os editores confiavam no design das capas de Salter para conferir uma certa respeitabilidade intelectual aos seus livros» (Hansen, 2005: 43), e Llop (2014: 61), citando um artigo de Alice Rawsthorn no *The Guardian* acerca das capas de David Pearson para a colecção *Great Ideas* da Penguin: «vendeu mais de dois milhões de cópias das quais, aproximadamente, mais de metade graças às suas capas».

Esta ideia parece pois desacreditar a estafada afirmação de que «não se deve julgar um livro pela capa». Contudo, a nosso ver, a resposta à questão: ‘Podemos julgar um livro pela capa?’, deverá ser: ‘Não, mas também’. É certo que a expressão «não se deve julgar um livro pela capa» é um dito de aceitação generalizada e tão sensata que parece absurdo questioná-lo. Na maioria das vezes toma o significado de que o conteúdo de um livro é o que exclusivamente interessa. Só dele devemos retirar informação e conclusões pois a sua aparência exterior, a sua capa, é dispensável para a formação de um juízo correcto e, por isso, desprovido de grande significado. Ora a ideia merece um pouco de reflexão.

Dizia Bodoni (2001: 63), genericamente e não apenas da capa, a propósito do aspecto exterior dos livros:

«(...) De outro modo, os [livros] grandes e esplêndidos, mais bem guardados, que raramente se tiram do lugar, e que, sendo feitos de papel mais forte, melhor resistem à surda lima dos anos, podem durar séculos e séculos. Nem a outra vantagem das edições esplêndidas é menos importante. Perante o aspecto de um livro impresso com todo o cuidado, com toda a sumptuosidade, da forma mais imponente e mais dispendiosa, quem não conhecer o seu conteúdo, não pensará logo que a obra tem valor, dado que o encontrou no que viu?»

A pergunta deixada por Bodoni volta a trazer a questão da coesão a que se referia Munari, do que faz sentido, do sinal que emite o início de algo e do seu resto. Se pensarmos em termos de arquitectura, o exemplo de uma porta é bastante elucidativo. Ao depararmo-nos com um portão fortificado e com grande tamanho, somos levados a pensar que algo de valioso ou importante se encontra detrás dele. Algo que se relaciona com aquela escala, força ou imponentia, como um castelo, por exemplo. Mas se nos depararmos com uma portinhola desengonçada, fraca, feia e sem dimensão, somos levados a fazer um juízo de valor em sentido oposto. Pensaremos termos chegado a um casebre sem valor ou importância. Quase podemos adivinhar que mesmo uma fraca investida o poderá destruir e onde é provável não haver grande coisa a descobrir. Tanto no primeiro como no segundo exemplo a porta dá sinais daquilo que haverá dentro, tal como a capa no livro.

Também Andrew Howard (2008: 13) no catálogo que acompanhou a exposição sobre capas de livros intitulada *Gateways*, deixava à laia de ex-

plicação desse mesmo título: «Existem momentos em que somos confrontados com uma escolha de direcções (...) e temos apenas o portal, o início do caminho, como referência daquilo que poderemos encontrar (...). Esta é uma das belezas dos portais que conhecemos como capas de livros».

Mas não são apenas dos nossos dias as analogias feitas entre capas, portas, ou portais. Essas analogias têm até várias vertentes que reforçam essa ligação e podem ser tanto verbais como visuais, ou mesmo históricas. Em termos verbais, desde logo, pela própria palavra ‘portada’ que era também o termo em português para designar ‘rosto’ ou ‘frontispício’. Em termos visuais, essa página, que teve sempre como utilidade a de nomear o livro que acompanhava e na qual não constavam informações do livro e sim sobre o livro, era habitualmente decorada e ilustrada. Nela eram frequentemente envolvidos ou sustentados visualmente os elementos textuais como títulos, autores, editores e datas por elementos, muitas vezes, também eles arquitecturais clássicos, como colunas, frontões, arcos ou janelas.

Finalmente, em termos históricos, é interessante notar que na Antiguidade, a história, a lei, e outros textos considerados importantes e necessários para a posteridade, eram registados não apenas nos rolos ou tábuas, mas nas fachadas dos edifícios. A arquitectura foi uma espécie de livro antes do livro. Disse Furtado (1995: 9):

«o pensamento humano, mudando a forma ia mudar também o seu modo de expansão; que a ideia principal de cada geração já não voltaria a escrever-se com a mesma matéria e da mesma maneira; que o livro de pedra tão sólido e duradouro, ia ceder o lugar ao livro de papel, ainda mais sólido e igualmente duradouro. A imprensa acabaria com a arquitectura enquanto grande livro de humanidade, pois, como referia McLuhan, a arquitectura gótica, a escultura, a iluminura ou a glosa medievais eram facetas da arte da memória e o eixo da cultura da escrita».

Este passar do testemunho dos edifícios para os livros ajuda a perceber como se pode tornar interessante, também *a posteriori*, olhar o registo conjunto deixado, analisá-lo e tentar percebê-lo no seu contexto temporal. Estas ‘portas’ para o texto constituem um conjunto que partilha com certeza o ar do seu tempo. Na verdade, a capa pode ir além dela própria, no sentido em que se torna num testemunho visual carregado de informações e intenções mais ou menos interpretáveis, e podendo assim tornar-se «uma representação gráfica não apenas do conteúdo, mas de seu ponto na História, na história do design, na história da literatura e na história da cultura» (Drew, e Sternberger, 2005: 8). Os livros, e em particular as capas que os envolvem, podem ser valiosas fontes de estudo enquanto veículo e testemunho da expressão visual e literária ao longo dos tempos, «manifestações físicas vitais de uma tradição intelectual (...) em desenvolvimento». (Drew e Sternberger, 2005: 8). Alguns dos exemplos mais significativos de capas de livros são exercícios gráficos inteligentes,

resultantes da conjugação ou contextualização de elementos e associações de ideias mais ou menos colectivas que os designers puseram em papel, autores e editores aprovaram, máquinas reproduziram em série e o público adquiriu e leu. Ao passarem por este crivo elas tomam o ar do seu tempo tornando-se registo visual do gosto, que pode ser mais ou menos avançado, mas ainda assim, é o da época.

Disse Kandinsky (1991: 21) que «cada época de uma civilização cria uma arte que lhe é própria e que jamais se verá renascer». Apesar de referir-se à obra de arte, estatuto que as capas de livros não pretendem ter por serem obras de design, a afirmação de Kandinsky aplica-se também a elas. As capas de livros podem falar, como testemunhos gráficos, de uma determinada época conforme defendem Drew e Sterneberg (2005: 10) ao afirmarem que «o estudo da literatura e da palavra impressa permite-nos compreender melhor o nosso mundo, e verificar que o modo como os designers têm interpretado essas palavras, em um determinado momento histórico, lança luz sobre as complexidades do campo de design». Segundo estas perspectivas pode então concluir-se que a capa de um livro deve ser veículo para o estudo do design, acrescentando leituras à sua original existência, e ser, portanto, passível de contribuir para o julgamento do livro que ela envolve. Devemos então tomar as capas de livros, depois de devidamente analisadas, como valiosas (ou potenciais) fontes visuais de informação social, histórica, literária, cultural e artística de determinados períodos da história de um ou mais países. Segundo Heller, «embora existam alguns livros obviamente inferiores a circular, e outros que foram tornados irrelevantes pela passagem do tempo, muitos livros ‘vintage’ (...) constituem blocos de construção importantes da história do design gráfico» (Heller, 2001: 5).

### 1.8.2. CAPAS AVULSAS E COLECÇÕES

Há significativas diferenças na abordagem ao desenho da capa de um livro avulso, ou de um livro inserido numa colecção. No segundo caso, há um jogo de compromissos e, frequentemente, uma incógnita quanto aos títulos vindouros, que não permitem, geralmente, tanta liberdade ao projecto de design. A não ser que se trate de uma colecção fechada em que os títulos são, à partida, conhecidos na totalidade. Ao criarem-se as regras gráficas de uma colecção, nomeadamente a escolha e tratamento da tipografia, a paleta de cores e até a escolha da qualidade do papel, tem de levar-se em consideração que se está a trabalhar para um conjunto, com contornos desconhecidos, onde é acertado evitar soluções limite ou demasiado ‘à medida’, que poderão não funcionar para todos os volumes da colecção. Poderá, por exemplo, surgir um título com mais palavras, ou com palavras mais extensas, e por isso ficarem excluídas opções gráficas mais arrojadas ou arriscadas, onde a tipografia fosse disposta mais livremente.

No projecto gráfico para uma colecção há também uma certa contradição, um jogo de compromisso de conjugar dois opostos: por um lado, assegurar

a diferença entre os livros, por outro garantir a sua semelhança. Aqueles livros deverão pertencer a uma família e serem facilmente identificados como parentes uns dos outros; por outro lado, deverão assegurar a sua individualidade. Cada livro deverá mostrar o seu aspecto particular mantendo, em simultâneo, aspectos comuns, que consolidam visualmente a colecção. A colecção é um pouco como a sociedade, deve ser construída de modo a funcionar o melhor possível, simultaneamente para o indivíduo e para o colectivo, sendo quase sempre necessário haver cedências de ambas as partes. Este compromisso gráfico consegue-se manejando com equilíbrio semelhanças e proximidades, diferenças e contrastes. Se umas aproximam, outras diferenciam, cada um em doses devidas. Como diz Robert Bringhurst (2011: 115) com propriedade: «a consistência é uma das formas de beleza. O contraste é outra».

Este equilíbrio, ou compromisso, tem vantagens e desvantagens. Se, por um lado, pode ser um factor de uma certa dose de refreamento criativo, por outro, uma colecção em diferentes volumes pode dar aos livros uma escala e um efeito de conjunto que dificilmente conseguiriam individualmente. Como referia Howard: «A verdade é que ter uma ‘colecção completa’ é frequentemente um motivo de prazer e orgulho e, de alguma forma, não é bem o mesmo que ter a obra de um autor em livros de diferentes tamanhos e designs diferentes» (2008: 417). O projecto de design deve, pois, transmitindo a individualidade de cada livro, representar em simultâneo o intuito da colecção, no fundo, do assunto que liga aqueles livros uns aos outros. Essa criação de sentido trabalhada em diferentes, mas simultâneos níveis, é um dos mais inteligentes e gratificantes desafios no exercício de desenhar as capas para uma colecção de livros. Quando é bem sucedido, o design de uma colecção já conhecida do público, torna o processo de identificação e de familiaridade do leitor com o livro novo muito facilitado. É esse sentimento que desperta a vontade de criar uma relação também com aquele livro, que, apesar de novo, traz com ele já algo de conhecido, pois partilha muito do seu grafismo com livros anteriores da mesma colecção. Se, por um lado, é algo de novo, por outro é também já conhecido, e a que o público reage bem. Há, portanto, a devida dose de familiaridade e surpresa, conforto e novidade.

Segundo o editor da *New Directions*, Laughlin, referindo-se ao trabalho gráfico das capas de Alvin Lustig, esta duplicidade visual era eficaz também comercialmente e reflectia-se no aumento das vendas dos livros. Laughlin, lembra que Lustig criava as capas relacionando-as com o texto do livro e com a colecção como um todo, tornando-se um sucesso tanto visual como comercial. Visual, porque através delas foi definido um estilo tão distinto que passou a ser o símbolo material da vontade de diferenciação por parte de uma editora; comercial, porque compensaram largamente o investimento ao triplicaram as vendas dessa colecção (Heller, Cohen, 2010: 49).

Tomando como exemplo um caso concreto de projecto de colecção da autora desta dissertação, podemos observar o exposto até aqui. No caso das



16. Capas de Ana Boavida/ FBA. para coleção Temas de Psicanálise. Coimbra, Almedina, 2010.



16.

capas da colecção «Temas de Psicanálise»<sup>60</sup> coexistem duas mensagens gráficas em simultâneo: a da colecção e a de cada livro. Em termos de conjunto, era necessário transmitir a ideia forte do tema, que era a psicanálise. Este tema trata de questões muito diferentes mas que pertencem ao foro psicológico e que, por isso, poderia ser tratado de forma não literal, poderemos mesmo dizer simbólica. A colecção e a abordagem ao seu design é apresentada desta forma no site do ateliê FBA.

«Esta é a edição em português de uma colecção de livros sobre psicanálise escrita por profissionais mas com o público geral como destinatário. Foi pedida uma colecção de baixo custo de produção mas com forte impacto visual que se distanciasse de outras edições da área. Intencionalmente diferentes dos livros de autoajuda esta colecção é, e aparenta ser, acessível ao público, seja ele profissional ou não. Cada livro trata de um tema específico tal como é refletido nas capas utilizando simples ilustrações tipográficas que comunicam simbolicamente com letras mas não necessariamente com palavras, o que tem graça se considerarmos que se trata de temas de psicanálise. O conjunto resulta divertido e colorido aspirando a ser vendido como uma colecção por despertar no público a vontade de colecionar».

Segundo Valente (Diário de Coimbra de 10/10/2011: 26.), responsável editorial pela mesma série esta «é uma colecção muito reconhecida pelo público através do seu formato, clareza e simplicidade de grafismo e cor. A reacção do público é positiva e estes elementos traduzem-se em vendas». A forte unidade visual dos livros, tal como a colecção, sustentada pelas variações na cor e nos símbolos tipográficos representativos de cada tema, tornam os pequenos livros desta colecção numa espécie de cromos, que apesar de gratiosos individualmente se revelam e fortalecem enquanto grupo, cada um como variação do mesmo tema. Este efeito de desdobramento gráfico de uma ideia em cada livro de uma

60 Coimbra, Edições Almedina, 2005–2010.



17. Capas de Jenny Grigg para colecção de títulos de Peter Carey. Brisbane, University of Queensland Press 2001.

colecção pode, em certos casos, funcionar como um jogo do designer para si próprio, como desafio, mas também com o seu público, construindo uma charada que apela à interacção do receptor para entender aquela imagem e perceber o seu sentido, quer individualmente quer inserido no seu grupo, que é a colecção.

As estratégias gráficas para alcançar a coesão e individualidade visuais de uma colecção de livros são inúmeras. Contudo, é muitas vezes na simplificação e na redução desse número que operam as abordagens de design com melhores resultados. A restrição voluntária irá favorecer a identidade visual daquele conjunto. Ela poderá ser trabalhada através da presença ou da exclusão, da variação ou manutenção da cor, ou da imagem, ou do seu tratamento; da textura, da tipografia, da composição, do formato, dos materiais, daquilo que expõe ou daquilo que esconde; pela forma como mantém ou como varia. A possibilidades são imensas, por vezes a escolha pode nem ser literal, ou sequer ilustrativa do conteúdo dos livros, construindo uma ideia de coesão apenas visual, e não temática. Uma solução dessa natureza, que recorre à utilização de imagens de pintura abstracta como de uma colecção de literatura, é referida num artigo sobre as capas da série de Peter Carey desenhadas pela australiana Jenny Grigg onde a designer confessa que desenhar para uma colecção levanta problemas específicos, especialmente quando elas são compostas por livros tão díspares no estilo e no assunto como os romances desta colecção de Peter Carey. «Percebi que a pintura abstracta poderia ser uma solução para conseguir coesão estilística sendo simultaneamente permeável a alguma manipulação ligeira que pudesse tornar mais adequada cada imagem ao seu livro» (*apud* Seymour, 2007: 27).

A cor, sendo um dos atributos visuais mais imediatos, pode ser também, por isso, um dos mais funcionais. Por vezes, em certas colecções, depois de definida a tipografia e as regras gráficas, a cor pode ser mesmo o único elemento variável. Duas editoras com notável património gráfico, como a inglesa Penguin ou a alemã Suhrkamp, são dois bons exemplos do trabalho através da cor. Em ambos os casos era apenas a cor que variava imprimindo à colec-

18. Lombadas de Willy Flackhaus para vários títulos para várias edições das edições Suhrkamp. Berlin, 1963.

18.



ção o efeito de variedade e multiplicidade coesa. No primeiro caso, o código de cores definido para os diferentes temas das colecções, como o azul para biografia e o rosa para viagens. No segundo caso, uma colecção de clássicos da literatura, na qual também não há qualquer variação no desenho, a cor é o único elemento variável, alterando de capa para capa de forma tonal e constituindo, tanto nas frentes e costas como apenas pelas lombadas, uma gradação cromática visualmente muito atraente e estimulante do espírito colecionador. Basta faltarem alguns livros na série para comprometer o funcionamento da colecção, como conjunto, através do seu efeito arco-íris (Godfrey, 2012: 66).



19.

19. As capas de Edward Young para a editora Penguin tinham um código de cores facilmente reconhecível: laranja para ficção, verde para crime, rosa para viagens, vermelho para drama, azul escuro para biografia, amarelo para miscelânea, cinzento para assuntos mundiais e roxo para ensaio. Londres, 1935-1947.

T H E  
PAPER  
BOOK



Nº 25

CROCKER-McELWAIN COMPANY  
CHEMICAL PAPER MANUFACTURING COMPANY  
*ASSOCIATE MILLS*  
HOLYOKE, MASSACHUSETTS  
1927

20. Capa de autor desconhecido para catálogo de papel *The Paper Book* nr.25. Holyoke MA, Associate Mills, 1927.

—  
\*Kalman, 1998: 20

NEW IDEAS EXIST IN HIGH ART (OFTEN CALLED ART) AND LOW ART (SOMETIMES CALLED VERNACULAR). I HAVE NEVER FOUND MUCH IN BETWEEN.

— Tibor Kalman\*

### 1.9. CONCLUSÃO: SUPERFÍCIE, NÃO SUPERFICIAL

À PERGUNTA COLOCADA NO INÍCIO DESTE CAPÍTULO — *são as capas dos livros um tema válido?* — podemos então responder que as capas são um tema com validade e, para além disso, podemos concluir que elas constituem mesmo um tema rico, texturado e plural. Um campo ambíguo mas interdisciplinar, potenciador de recolha de informação e digno de estudo aprofundado. Por estarem na fronteira entre o visual e o literário, do representativo com o físico, do explícito com o sugerido, da explicação com a pergunta, da promessa e da entrega, as capas são uma porta que tanto permite entrar como sair do livro. É nessa passagem, à saída, depois de ler o livro, que o designer desenha a capa; mas a porta — a capa — que deixa nele, deverá convidar a entrar quem passa. A capa é então uma entrada ou uma saída? É uma embalagem ou mostra? Protege ou expõe? Tenta vender ou apresentar? Ambas. A capa é pois uma superfície, mas está longe de ser superficial. Ou melhor dito, a sua superficialidade é apenas aparente. As capas são então um território colectivo. Do autor ao designer, ao editor, ao crítico, ao vendedor, ao distribuidor, ao leitor, ao coleccionador, todos têm uma visão da capa e daquilo que ela deveria ser. Sobre a capa recaem tanto as atenções, como necessidades e exigências de vária ordem: verbal, imagética, tipográfica, artística, individual, colectiva, simbólica, representativa, distintiva e agreadora, comercial, publicitária e funcional, para consumo de massas, fruto de trabalho em equipa, alvo de opinião de muitos, por vezes terra de ninguém, fronteira ou espaço comum, serventia, vestíbulo, final da história ou princípio da narrativa, explicação ou revelação, protecção ou adereço, agasalho ou enfeite, essencial ou acessório, coleccionável ou descartável, pop ou intelectual.

Mais do que meros identificadores ou descritivos meios de divulgação do seu conteúdo — tal como aconteceu com outros objectos, fruto de trabalho e projecto dos designers — as capas e sobrecapas de livros evoluíram tornando-se meios para estes se expressarem também criativamente, tornando mais rico e inteligente o objecto de venda. Seja no formato de sobrecapa, desconsiderado

ainda por alguns, seja no formato de capa, a verdade é que mais ou menos efémero, e em formato mais ou menos descartável, trata-se sempre do design de uma capa. Faz parte do livro, do seu visual. Ela pode tornar-se importante, como referia Connolly (2009: 189), «não apenas na perspectiva fetichista de completar, do colecionador, mas no seu próprio direito enquanto coisa de beleza táctil e agradável». Mesmo as sobrecapas, que já em 1950, no *Penrose Annual* eram ainda consideradas, por Charles Rosner, «umas recém chegadas ao mundo dos livros» (Andrews, 2003:16) elas são hoje parte importante da memória colectiva, constituindo a correspondência visual que muitas pessoas fazem dos livros.

As capas são um curioso objecto que toca áreas distintas não pertencendo a nenhuma delas, mas a todas envolvendo. É cartaz e embalagem, é página e pacote, é cultura e publicidade, é literatura e comércio. Talvez por isso mesmo desperte o carinho e afecto não apenas de colecionadores especializados, mas de um público em geral que gosta de imagens, de objectos, de literatura, de história, de ler e de livros. São, de resto, prova disso os vários veículos da sua divulgação e avaliação mais recentes, como um dos objectos de design mais acarinhados também pelos próprios designers e a sua comunidade. Exposições internacionais como *We Love Books! A World Tour* promovida pelo *Centre du Graphisme*, em Echiroles, França, em 2008; e *Gateways — An International Exhibition of Book Covers*, com curadoria de Andrew Howard no Silo Cultural do NorteShopping, no Porto, também em 2008, e respectivos catálogos, são disso dois fortes sinais. São também prova disso as publicações comemorativas, em livro, de recolhas de capas de editoras emblemáticas, em Inglaterra, como o caso da *Penguin*, com os seus livros *700 Penguins* e *Penguin by Design — A Cover Story 1935-2005* ou da *Faber & Faber* com o livro *Eighty Years of Book Cover Design*.

Finalmente são de referir ainda a categoria *Book Cover Design*, na grande maioria de concursos internacionais de mais prestígio na disciplina do design, bem como as respectivas exposições, catálogos e arquivos tanto físicos como na internet. Um dos seus mais famosos exemplos é um concurso exclusivamente dedicado ao design de livros e capas. O nonagenário prémio AIGA *50 Books, 50 Covers* que ao longo das décadas tem divulgado, pelo crivo do *American Institute of Graphic Arts*, os melhores 50 livros e 50 capas de cada ano, que são depois exibidos e arquivados tanto *online*, na Internet, como fisicamente, no Museu de Manuscritos e Livros Raros da Universidade de Columbia, em Nova Iorque, ou ainda no Museu de Arte de Denver.





2.  
**AS CAPAS  
COMO HISTÓRIA**

*De onde vêm  
as capas?*

21. Folha de rosto  
impressa por  
António Ribeiro  
para o *Catálogo  
dos livros que  
se prohibem  
nestes Regnos  
& Senhorios de  
Portugal*. Lisboa,  
1581.

—  
\* Mendelsund,  
2014: 163



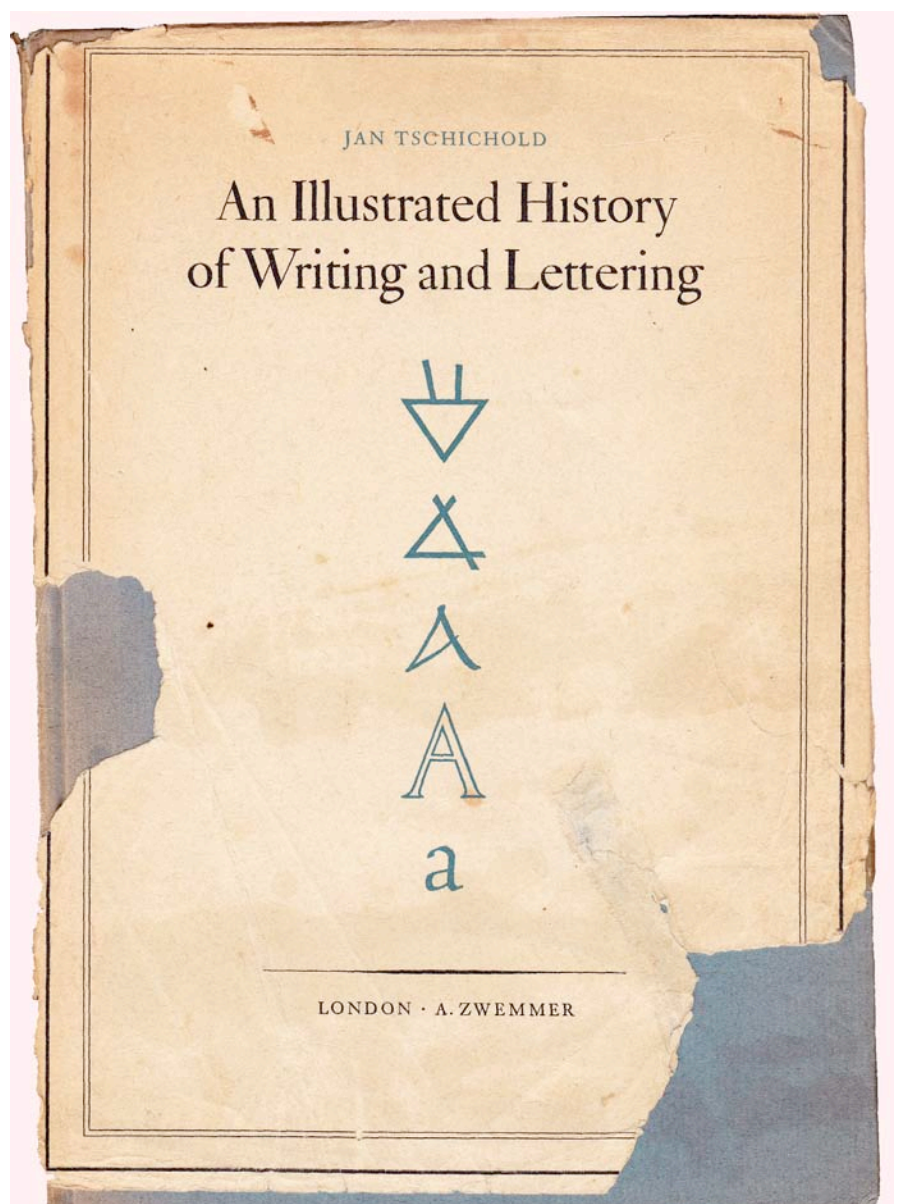
AS CAPAS DOS LIVROS são, actualmente, uma presença ubíqua na sociedade ocidental. Vêmo-las em casa, em lojas, escolas, hipermercados, tabacarias, quiosques, feiras, etc... E também as imagens delas, em dispositivos electrónicos de vária ordem. Afirmo Morlinger (2014: 27) que «estamos de tal modo acostumados à capa *ilustrada* que esquecemos o lugar desproporcionado que ela ocupa tendo em conta a sua breve existência — apenas dois séculos — na bimilenar história do livro». Se as capas são, agora, um elemento que nos parece sempre ali ter estado, na realidade elas têm uma presença ainda recente na longa história do livro que é a sua razão de ser. Também Genette (1997: 23), Howard (2008: 405) e Powers (2001: 6), referem que a capa impressa sobre papel ou cartolina surge no início do século XIX. Até aí, as capas, maioritariamente feitas em couro, eram “cegas” ou “mudas”, servindo como embalagem que pouco, ou nada, transmitia acerca do livro, com eventual excepção do título ou do nome do autor, que poderiam surgir gravados ou estampados na lombada ou na frente.

Falar de capas de forma isolada, ausentes de algum contexto, em particular do do livro, parece-nos uma ligeireza que queremos evitar. Sendo capa e livro objectos inseparáveis, ou, melhor dizendo, sendo a capa inseparável do livro, aprofundar o conhecimento da primeira sem a colocar em paralelo com o segundo parece-nos uma abordagem incompleta, que não lhe confere nem contexto nem lugar, necessários para a compreensão da sua história. Para alcançarmos um pleno conhecimento das capas temos de percorrer os livros. Como e onde elas surgiram e evoluíram, relativamente ao seu veículo, o livro, é o que pretendemos mostrar numa vista panorâmica — uma linha do tempo — da viagem do livro, desde as palavras apenas ditas, que o antecederam, até à sua existência digital.

Neste capítulo não será apenas a História a expor os livros e as capas. O inverso será igualmente verdadeiro: a História será ilustrada sobretudo pelos livros, em particular pelas suas capas e, na ausência destas, pelas suas páginas de rosto ou sobrecapas. Assim, esta história do design narrará os livros tanto como será narrada por eles. Livros que, sempre que possível, tentaremos não abrir.

22. Sobrecapa de  
Jan Tschichold  
para *An Illustrated  
History of Writing  
and Lettering* de  
Jan Tschichold.  
Londres, A.  
Zwemmer, 1946.

—  
\* Fletcher, 2007: 30



EVERY DISCOVERY BY DEFINITION IS  
UNPREDICTABLE. IF IT WERE PREDICTABLE IT  
WOULD NOT BE A DISCOVERY. CREATIVITY  
EXPOSES UNPREDICTABLE THINGS TO BE  
DISCOVERED.

— *Alan Fletcher*\*

## 2.1. ORALIDADE. DESENHO. ESCRITA.

### 2.1.1. DESENHOS NAS PAREDES E LETRAS DE CRÉDITO

DESDE CEDO O HOMEM SENTIU NECESSIDADE de transportar (consigo) e partilhar (com os outros) os conhecimentos que possuía, fazendo-o através de histórias ou de registos. Por via da oralidade e da escrita essa «mercado-ria» foi circulando ao longo dos tempos e das civilizações. De indivíduo para indivíduo, de cultura para cultura ela foi-se alterando, completando, perpetuando. Essa necessidade de comunicação levou a um processo de evolução na forma de registar, que partilha a sua origem com as pinturas pré-históricas das cavernas. As formas das letras, em particular a escrita cuneiforme suméria e os hieroglifos egípcios, passaram por um processo evolutivo que desenvolveu imagens de coisas, transformando-as em marcas que significam conceitos, e que vieram a tornar-se símbolos sofisticados, dando origem aos sistemas de escrita alfabética (Cullen, 2012:11).

Erik Spiekermann (1993:115) parece estar de acordo ao afirmar que, no início, as letras, longe de servirem para comunicar profundos assuntos culturais, terão sido inventadas para servir propósitos bem mais prosaicos, como o registo de quantidades, de valores e de trocas; símbolos que representavam coisas concretas foram evoluindo para letras e alfabetos.

Ao lermos Roland Barthes (2007:70) confirmamos esta ideia de atribuição específica das responsabilidades às actividades mundanas, em particular às económicas, como principal fonte da necessidade de registo<sup>61</sup>. O autor desenvolve esta ideia continuando sobre a evolução do desenho das letras. Segundo ele, apesar de terem origem em desenhos figurativos, as letras emanciparam-se

61 Afirma este autor que «as ligações da escrita e da economia são simples, pelo menos historicamente, no espaço mediterrânico. A agricultura aparece na Palestina por volta de 6000 a.C.; a primeira necessidade alimentar constitui-se no estabelecimento de uma união (de uma estação a outra) e, portanto, de um armazenamento do cálculo de reservas. Nasce uma civilização de contabilistas e de notários; os sinais religiosos laicizam-se; todos os historiadores concordam em ligar a invenção da escrita, nesta área histórica e geográfica, às necessidades económicas. Mais ainda: pôde estabelecer-se um certo paralelismo entre a invenção do alfabeto e a da moeda uniforme: como a letra é o menor denominador comum de todo o sentido e de toda a memória, a moeda (no espaço mediterrânico) é a medida de todas as coisas (...)».



23.

23. Detalhe de pintura dos touros nas cavernas de Lascaux, França, c. 15,000 a.C.



24.

24. Placa em barro com registo cuneiforme contabilístico da prata para o Governador sumério. Iraque, c. 2,500a.C.



25.

25. Placa em barro, com registo cuneiforme de contabilidade referindo rebanhos, Iraque, c. 2,400 a.C.



26.

26. Estela de Pepi, chefe dos oleiros, calcário, sec. XVIII a.C.

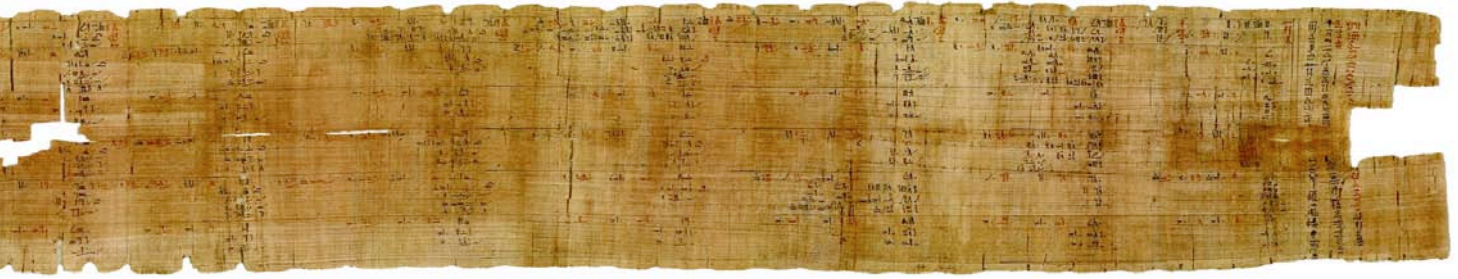


sempre no sentido de se tornarem o mais abstractas possível, fugindo sempre a toda a forma que se assemelhe com as coisas. Uma evolução pela negação. Diz ainda Barthes (2009: 60–61) que «a letra é precisamente o que não é parecido com nada: é do seu próprio ser escapar inflexivelmente a toda a semelhança: todo o esforço da letra é contra-analógico. É uma preposição exagerada porque tudo acaba por se assemelhar a qualquer coisa (o que não se assemelha com nada acaba por se parecer com uma letra); é necessário portanto pensar que a letra não se ‘libertou’ do pictograma, mas que, antes, se opôs a ele».

A escrita e as letras terão sido, portanto, a resposta à necessidade de registar informação de forma a que ela fosse partilhada, ou lembrada, ou ambas as coisas. Tal como muitas das mais notáveis invenções da humanidade as letras nasceram de uma necessidade específica e pragmática dando aso a uma invenção que a transcende. De tal forma esta ferramenta evolui e se fortalece a si mesma, que rapidamente ganha estatuto de verdade sobrevivendo, ainda hoje, nos livros e na escrita, como repositório de conhecimento e informação segura, não adulterada pela oralidade, nem exagerada ou omitida; da verdade, portanto.

Até aos dias de hoje é bem perceptível esse valor documental da escrita. Ainda agora, numa época já considerada digital, vivemos carregando papeis de toda a ordem, que se servem da escrita como suporte e garantia de alguma coisa: cartas, facturas, senhas, selos, carimbos, recibos, talões, bilhetes, vales, receitas, guias, garantias, diplomas, atestados, certidões, certificados, escrituras... Tudo se serve da escrita.

Segundo Johanna Drucker (2013: 13), a cultura da escrita tem, sobre a oral, as vantagens de tornar a sua mensagem mais documental e objectiva, «facilitando processos racionais e lógicos» e conquistando a sua própria autonomia relativamente ao contexto que a originou. A mensagem escrita é tida como transportadora da verdade, por não ser permeável à alteração ou à natural erosão da oralidade; ela é tomada como transportadora de verdade, inviolável, fiel à origem; um mensageiro independente e credível.



24.

Trata-se pois de uma autonomia transformada em autoridade, que garante a verdade. Neste sentido, Barthes (2007: 70) descreve, dum modo curioso, esse processo, o momento específico que torna a escrita em garantia, algo que foi real: «A escrita é, portanto, a troca; perante este momento perigoso solto de um lado e seguro do outro, a escrita constitui um meio de me precaver contra o risco de uma comoção mortal; se a escrita não existisse, encontrar-me-ia sem nada: estando já solto e não estando ainda seguro: num estado de queda infinita».

A escrita tornou-se numa ferramenta cujo domínio ganhou a maior importância, pois ele representava controlo e poder, e por essa mesma razão tornou-se utensílio de domínio de uns sobre os outros, como na Mesopotâmia ou no Egipto, onde a escrita era teocrática, sendo apenas dominada e praticada por uma minoria que controlava a restante população através da religião.

Já na antiga Grécia era diferente. Aqui a palavra oral era mais admirada e mais considerada que a palavra escrita. «Na Grécia, o orador, que podia falar de modo persuasivo para a assembleia, o actor e o conferencista eram fundamentais nas cidades-estado, onde a população total, incluindo o meio rural circundante, raramente excedia 10.000 pessoas. O historiador ou poeta, que escrevia mais do que falava, era considerado menos sério<sup>62</sup>» (Meggs, 2009:

27. *Papiro de Rhind*, com registos matemáticos egípcios, c.1,650 aC.

28. Evolução do desenho da letra 'A' a partir da forma da cabeça de um touro das pinturas de c. 15,000 aC. às versões digitais redonda e cursiva do tipo Jensen pela Adobe Systems em 1996.

62 Já Jorge Luís Borge (1999: vol IV, 171) faz notar, na sua famosa aula proferida em 1978 sobre o livro, na Universidade de Belgrano, que «os antigos não professavam o nosso culto do livro» e que «para eles o livro é um sucedâneo da palavra oral». Refere Borges que vários dos maiores nomes do pensamento humano não deixaram nada escrito, preferindo a prática da oralidade, como disso são exemplo Pitágoras, Sócrates, Jesus ou Buda.

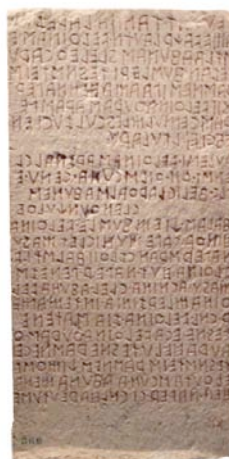


28.



29.

29. Estela grega não datada, com antiga forma de escrita grega derivada dos antigos alfabetos fenícios, Athenas.



30.

30. Estela com escrita etrusca *Cippus Perusinus*. Itália, séc. II – III aC.



31.

31. Manuscrito grego em parte do *Papiro de Chester Beatty* datado do séc. IV e com origem provável no Egípto.

42). Temos portanto aqui a superioridade do mundo das ideias e da oratória, como prática do intelecto, superior à da escrita, considerada mais mecânica. A escrita era vista como uma arte menor, do foro mais manual do que intelectual. A escrita não significava a existência de ideias, genialidade e inteligência mas sim apenas o modo de as armazenar. Algo pois mais arquivístico, até burocrático. Vale a pena citar mais uma vez Barthes (2007: 62), referindo-se neste caso a Platão: «Logo que se pôs a reflectir sobre a escrita, atribuiu-lhe o papel de uma memória: a escrita seria uma espécie de utensílio mnemotécnico, uma prótese do cérebro, liberto, graças a ela, de qualquer tarefa de armazenamento»<sup>63</sup>.

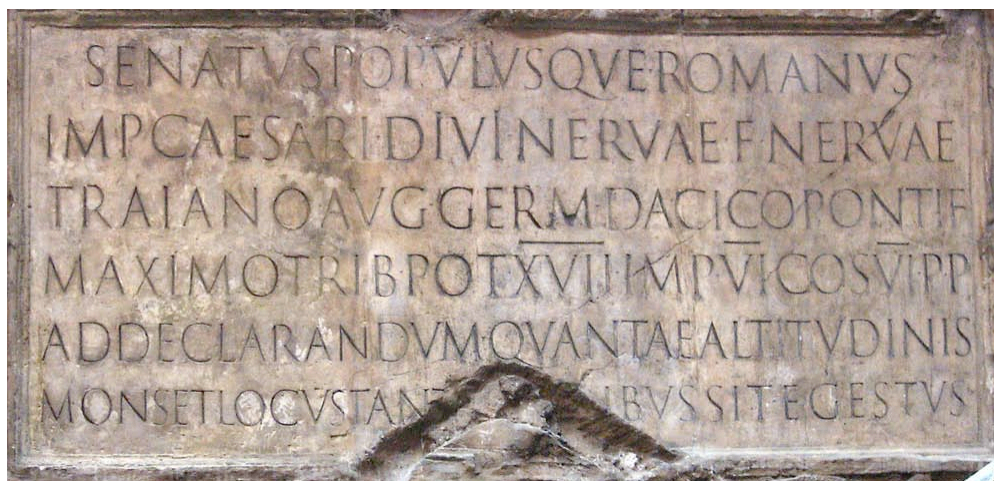
### 2.2.2. FAZER FALAR AS PEDRAS

É hoje inconcebível um mundo civilizado sem a escrita. Sem ela não conseguimos imaginar como nos organizaríamos, tanto num nível prático como no intelectual. Nas palavras de Kerckhove percebe-se bem as diferentes âmbitos da sua importância definitiva:

«Escrever dá capacidade aos homens para arquivar, expandir e explorar a linguagem como um controlo simbólico e prático sobre a natureza. A escrita, que é sempre o âmago de elementos específicos da civilização, parece actuar como uma espécie de ‘amplificador’ da inteligência e dá origem a explosões repentinas na aceleração cultural» (Kerckhove, 1997: 257).

Mas nem sempre o seu reconhecimento foi assim. De forma próxima à dos gregos, «para os romanos, escrever era uma ocupação servil: o homem livre não escrevia, ditava a um escravo» (Barthes, 2007: 72). A escrita era pois uma das artes servis. «Os Romanos dividiam as artes em “servis” e “liberais”. As primeiras, inferiores, abrangiam tudo aquilo que exigia a utilização das mãos

63 Também Borges (1978) refere, não a escrita, mas o livro enquanto guardador de memória: «(...) O livro é uma extensão da memória e da imaginação. (...) quando se fala da biblioteca de Alexandria, os livros são descritos como a memória da humanidade.» Mas Borges vai mais além na valorização do livro: «O livro é isto e muito mais, é também imaginação. O que é o nosso passado senão uma série de sonhos? Afinal que diferença pode haver entre recordar sonhos e recordar o passado? A função do livro é recordar.»



32.

(como a pintura e a escultura). As segundas, divididas em *trivium* (gramática, dialéctica, retórica) e *quadrivium* (geometria, aritmética, astronomia, música) influenciaram os cursos da universidade medieval. (...). Foi o Renascimento italiano que fez evoluir este estatuto e permitiu uma reavaliação do papel do artista, reavaliação essencial na medida em que deu origem às premissas da história da arte actual» (Gervereau, 2007: 12).

Apesar disso, no período do império de Roma, a palavra escrita foi valorizada por nela se reconhecer a capacidade de perdurar no tempo, glorificando e perpetuando os feitos dos seus imperadores. Um excelente exemplo disso é a coluna de Trajano, em Roma, marco monumental da máxima romana que espelha precisamente esta ideia: «A palavra escrita permanece» (Meggs, 2009: 44).

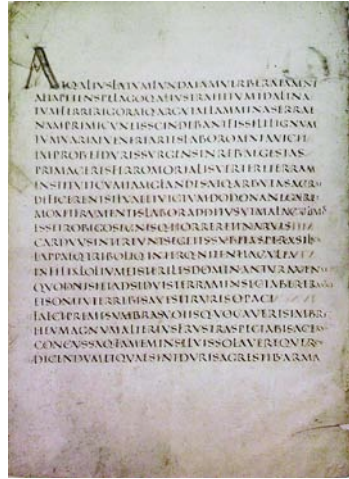
Mas para que a palavra escrita perdurasse e fosse lida por todos, foi preciso que as letras, a sua compreensão e leitura pudessem ser dominadas, se não por todos, pelo menos por muitos. Esse processo dá-se com o aparecimento e divulgação dos alfabetos e a sua posterior padronização<sup>64</sup> e acesso generalizado, que vieram permitir uma maior participação civil no acesso e na troca de ideias e, conseqüentemente, no avanço social. Segundo Meggs (2009: 20) «os alfabetos são escrita democrática; eles colocam a alfabetização ao alcance das pessoas comuns (...) Os alfabetos continuam a ser um dos maiores feitos da humanidade. A escrita alfabética tornou-se a argamassa que aglutina comunidades inteiras contra limitações impostas pela memória, pelo tempo, e pelo lugar. O maior acesso às informações permitiu participação mais ampla na esfera pública.

O alfabeto latino, hoje usado na maioria dos países ocidentais, não foi originado de uma só vez. Inicialmente existiam apenas as letras maiúsculas, também chamadas de capitulares, e delas derivaram as minúsculas. Na verdade, quando aprendemos as letras — a lê-las e a escrevê-las — não aprendemos apenas os 26 caracteres correspondentes às letras do alfabeto, mas sim

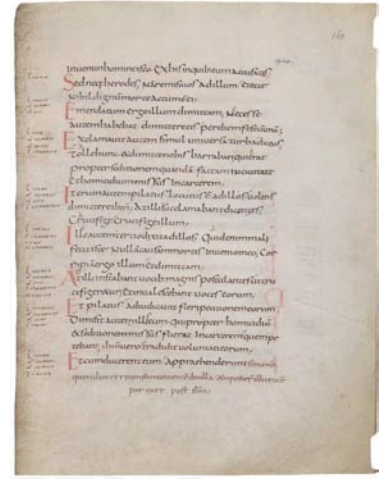
64 Atenas padronizou a escrita em toda a Grécia por volta do ano 400 a. C. pondo fim às diferentes variantes que até então eram utilizadas.

32. Capitulares romanas na inscrição da base da coluna de Trajano, Roma, 114 d.C.





33.



34.

33. *Vergilius Augustus*, página de livro manuscrito em capitulares romanas que demonstra que não eram usadas só nas inscrições em pedra mas também na escrita à mão. Roma, séc. IV d.C.

34. Documento escrito em minúsculas carolíngias. A forma final foi elaborada pelo abade Alcuíno sob directa supervisão de Carlos Magno, Tours, c. 820 – c. 830.

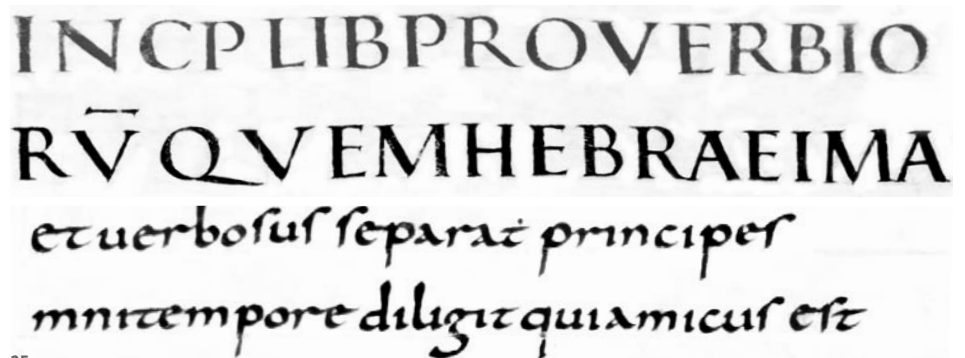
35. e 38. Alguns exemplos de letras maiúsculas e minúsculas romanas e góticas.

o seu dobro, pois cada uma dessas letras tem um desenho para a sua versão em maiúscula e em minúscula. Foi a necessidade de tornar o uso das letras e a prática da sua escrita mais vulgar e democrática que levou ao aparecimento das letras minúsculas, mais de acordo com a escrita caligráfica, à medida da mão humana e da sua cursividade. «As minúsculas vêm das maiúsculas e não o contrário: é uma maiúscula deformada pela cursividade. Contudo, logo que ela se pôde opor a um outro tipo de letra, entrou num paradigma, a maiúscula ganhou “sentido” (como se adquire a idade). Este sentido foi o da ênfase, da majestade, da essência (Barthes, 2007: 61)».

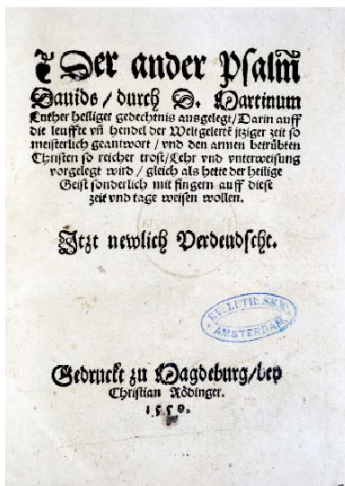
Também Morris (1893: 8) considera ser muito natural que as capitulares sejam as mais fortes das letras romanas, ao passo que as minúsculas as mais fortes das góticas, uma vez que as letras romanas originais era as maiúsculas e as minúsculas foram um seu sucedâneo.

Citando Alex Haley<sup>65</sup>, Cullen (2012: 11) refere que as letras capitulares romanas, com a sua herança majestosa, exerceram uma influência muito grande no design gráfico e no uso de maiúsculas, mantendo-se por dois mil anos como um padrão de proporção e dignidade. Contudo, não só as letras maiúsculas mas também as minúsculas, os itálicos (ou cursivos), os negritos, os versaletes

65 *The History, Evolution, and Design of the Letters we Use Today.*



35.



36.



37.

e os números ganharam, ao longo de séculos, o seu estatuto próprio. Elas são lidas não somente pelo seu som mas também pelo seu desenho, que pode tomar várias formas ou nuances, implicando ou sugerindo o tom adequado para a leitura do texto. Há uma dupla leitura: a leitura do som da letra, e a leitura da sua forma em representação do tom ou natureza do texto em questão.

Desta forma as letras tornam-se mais do que o som que representam. Criam-se regras — umas mais universais do que outras — todas elas obedientes a um código que se lê também a ele mesmo. Tal como um alimento requintado que, para além de saciar a fome transmite cultura, sofisticação, significados e conhecimentos de cozinha, de tempero, de cultivo, de química até, as letras carregam também mais do que o texto que dão a ler. Elas funcionam à escala do homem, do seu corpo, que lida directamente com a sua leitura e com a sua escrita, mas também a uma outra escala menos directa, a da percepção e da interpretação, conforme diz Bringhurst (2011: 16): «Os sistemas de escrita (...) baseiam-se na estrutura e na escala do corpo humano — em particular do olho, da mão e do antebraço — e na anatomia invisível (mas não menos real, exigente e sensual) da mente humana».

36. e 37. Semelhanças e diferenças entre duas folhas de rosto quinhentistas com um ano de diferença (1549 e 1550), usando maiúsculas e minúsculas romanas e góticas.

Como semelhanças, a composição em triângulo invertido, o uso de ornamento tipográfico, recurso a três tamanhos de tipos. Contudo, ao contrário do que acontece no rosto em caracteres romanos, o rosto gótico não recorre ao uso de palavras compostas em maiúsculas, e que resultariam muito difíceis de ler.



38.



39. Matriz  
composta com  
tipos móveis  
e respectiva  
folha impressa.  
Gutenberg  
Museum, Mainz.

\* Ghiselin, 1952: 12

THE CREATIVE PROCESS IS THE PROCESS OF  
CHANGE, OF DEVELOPMENT, OF EVOLUTION,  
IN THE ORGANIZATION OF SUBJECTIVE LIFE.

— *Brewster Ghiselin\**

## 2.2. PAPEL. IMPRENSA. LIVRO.

### 2.2.1. IDADE MÉDIA

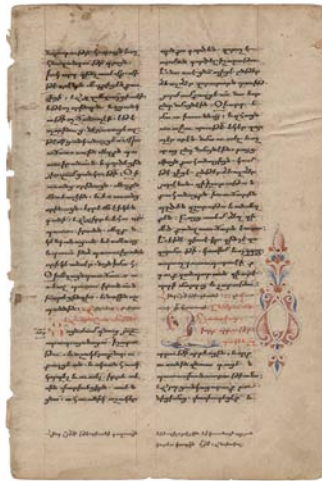
NO MUNDO OCIDENTAL, o aparecimento do papel<sup>66</sup> — inventado na China por volta de 105 d.C. — dá-se durante a Idade Média. O processo da sua fabricação mantém-se durante todo esse período muito semelhante ao modo original, até se mecanizar, na Inglaterra industrial do século XIX (Meggs, 2009: 55). Antes do aparecimento do papel era vulgarmente usado, como suporte para a escrita e para as páginas dos livros, o pergaminho, cuja origem animal estava longe de o tornar num material acessível.

Na Europa, durante os cerca de mil anos que durou a Idade Média, os livros eram manuscritos raros e dedicados quase exclusivamente aos assuntos de ordem religiosa e sagrada. Foi, aliás, pela crença cristã que os livros obtiveram a garantia da sua existência durante esse longo período, ao ser a religião a manter o interesse no livro, por o considerar um objecto importante a preservar, e cujo fabrico interessava desenvolver (Meggs, 2009: 62).

A produção manual dos livros era demorada, trabalhosa e cara, o que os tornava preciosos. Eram, por isso, encapados com materiais resistentes, como a madeira, a pele animal, a prata, o ouro ou o marfim, não sendo costume que nelas constasse o nome do autor, ou sequer o título da obra (Howard, 2008: 13).

A difusão e vulgarização do papel na Europa, substituindo gradualmente o pergaminho, vem a ser um dos vários factores que, a par com um aumento da população universitária e um maior número de população alfabetizada, — ambos resultando na procura generalizada de livros — contribuem para o aparecimento do tipo móvel e da imprensa na Europa. Acerca deste ponto,

66 «O papel pode definir-se como um composto de fibras vegetais feltradas que se fabrica manualmente ou à máquina. Essas fibras extremamente divididas, são maceradas em água, formando como que uma calda que depois é colhida ou lançada em camada mais ou menos delgada sobre uma superfície filtrante; a água escorre e, pela pressão e pela secagem, é obtido o papel no estado de folhas ou rolos. O papel tira o nome do papiro, caniço outrora muito abundante no Egipto, cuja casca, cortada em tiras, servia para a escrita. Os mais antigos fazem remontar a utilização do papiro ao ano 800 antes de Jesus Cristo. Consideram-se os chineses como os inventores do papel feltrado, que depois foi introduzido na Europa pelos Árabes por ocasião da invasão da Espanha» (Silva, 1962: 57).



40.



41.



42.

40. Página de leccionário arménio já em folha de papel, 1121 dC.

41. Frontispício do evangelho de S. Marcos no, *Livro de Durrow*, Nortúmbria (norte de Inglaterra), c. 650–700 dC.

42. Página-tapete, *Livro de Durrow*, Nortúmbria (norte de Inglaterra), c. 650–700 dC.

afirma Guedes (2001: 24), que: «tão importante quanto a descoberta da imprensa foi a utilização do papel em lugar do pergaminho. O papel (...) não foi facilmente aceite como suporte para livros e documentos importantes. (...) Com o advento da imprensa, porém, e a consequente facilidade da duplicação dos textos, tornou-se claro que só o papel poderia, daí para o futuro, satisfazer as crescentes necessidades de matéria-prima. Basta ver que, para imprimir em pergaminho 35 exemplares da Bíblia de Gutenberg, foram necessárias as peles de 5000 animais».

Não só em substituição do pergaminho e do papiro mas mesmo da própria pedra, o papel torna-se um material cada vez mais omnipresente e importante alcançando o estatuto de suporte plenamente válido.

A par com o papel, também a invenção dos primeiros tipos móveis é atribuída à China. Contudo, a escrita chinesa não facilitou uma sólida vulgarização da escrita com os tipos móveis. Ao contrário da escrita europeia, que é alfabética e contém cerca de 26 caracteres — sem contabilizarmos os caracteres acentuados, os números e os glifos — a escrita chinesa é ideográfica, sendo composta por um muitíssimo maior número de caracteres (ideogramas) que não rentabilizavam o uso repetido da mesma punção, complicando, e por isso encarecendo, todo o processo.

Talvez devido a esse aspecto da rentabilidade prática do processo, segundo Guedes (2001: 23), «o Oriente (...) não soube ou não pôde, neste como em muitos outros casos, tirar da sua invenção as consequências de que os europeus rapidamente se aperceberam. Com Gutenberg, ou Fust, ou Schoeffer (...), inicia-se uma nova era na História da Cultura e os mais de cinco séculos desde então decorridos foram vividos sob a influência permanente do livro».

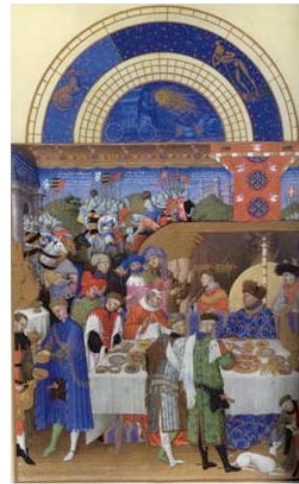
Daí que Chartier (1998: 9–10) afirme que «depois de Gutenberg, a cultura das sociedades do Ocidente pode ser considerada uma cultura do objecto impresso, porque nelas os produtos dos prelos e da composição tipográfica não estão reservados, como na China e na Coreia, ao uso exclusivo das administrações do soberano, mas penetram toda a rede das relações sociais, veiculam



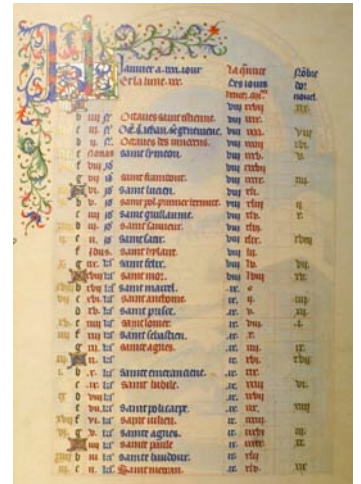
43.



44.



45.



46.

pensamentos e prazeres, instalam-se tanto no foro privado como na praça pública».

Na verdade, consta que Gutenberg não teria conhecimento dos tipos móveis chineses. A importância que lhe é dada no aparecimento deste importante invento não está associada apenas aos caracteres móveis em si, mas a todas as componentes que ele desenvolveu para tornar viável o processo da imprensa com tipos móveis, com mais ou menos ajuda e colaboração. Gutenberg desenvolveu uma liga metálica, à base de chumbo, para fabricar os tipos, de modo a que fossem suficientemente maleáveis para serem moldáveis, por um lado, e resistentes, por outro, para aguentarem o uso intensivo que lhes eram dado pela impressão. Também lhe é atribuída a construção das matrizes para moldar os tipos, bem como o apuramento do composto das tintas de base oleosa, que se pretendiam indeléveis e permanentes (Lyons, 2011: 56).

Não é coincidência que o surgimento da imprensa e dos tipos móveis aconteça no fim da Idade Média. Na verdade parece ter sido o contrário: esse advento ajudou ao fim da Idade Média. Durante esse longo período que se seguiu à queda do Império Romano, assistiu-se a uma decadência da organização social das cidades, que levou a que grande parte da população se mudasse para pequenas vilas e aldeias, onde gozaria de alguma protecção feudal. O comércio esmoreceu e deu-se um progressivo isolamento das vilas e aldeias, agora já não contrariado pela circulação regular garantida pelo Império. Essa pouca comunicação estreitou horizontes nas pessoas, dando origem a divisões geográficas e diferenças culturais e linguísticas isolando populações onde crescem a pobreza, o analfabetismo, a ignorância e o medo.

Se bem que para o mundo dos ofícios a Idade Média seja considerada um período rico e fecundo, para o design gráfico é um período de decadência. Desaparecem as referências clássicas, e as práticas da ilustração e da escrita tornam-se toscas e pouco educadas, produzindo resultados pouco uniformes que dificultavam a leitura de muitos manuscritos produzidos neste período. Carlos Magno tem aqui um importante papel. Com a intenção de unificar

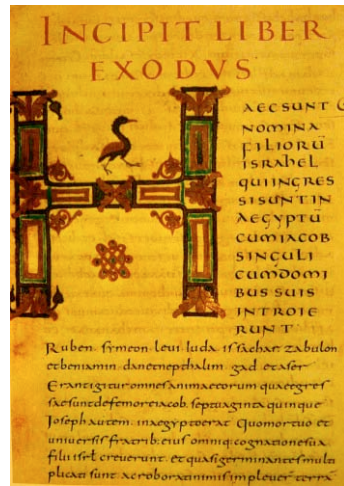
43. Página ilustrada por Virgil Master com miniatura das cenas de batalha de *As Crônicas*, de Jean Froissart sobre a Guerra dos Cem Anos entre França e Inglaterra. Paris, c.1500.

44. a 46. Encadernação e primeiras páginas de *As Muito Ricas Horas do Duque de Berry*, pelos irmãos Limbourg, França, c.1409.



47.

47. Páginas iniciais da *Bíblia de Moutier-Grandval* revista por Alcuin. Tours, c. 835.



48.

48. Página de *Bíblia Moutier-Grandval* onde é possível ver-se a evolução das letras mais antigas para as mais recentes em ordem hierárquica, capitulares, unciais e minúsculas carolíngias. Tours, c. 835.

49. Primeira página do primeiro volume da Bíblia de 42 linhas, de Gutenberg. Mainz, 1455.



49.

o seu império, uma das medidas que toma é de reunir na sua corte, em Aachen, na Alemanha, e em mosteiros como o de Tours, em França, (Drucker, 2013: 43)<sup>67</sup> um grande número de escribas que vieram a produzir cem bíblias, e outros textos religiosos, graficamente padronizados, que foram posteriormente distribuídos pelo império numa tentativa de fomentar a homogeneidade da escrita e das publicações e, consequentemente, a comunicação e a unificação do próprio império. Esta matriz assentava em normas para as ilustrações, para as margens e para a mancha dos textos, mas a principal das suas intervenções foi a adopção das letras escolhidas como opção mais facilitadora e a grafia comum do final da Antiguidade. Surgem assim aquelas que ficaram conhecidas como as minúsculas carolíngias e que são as antepassadas das letras minúsculas actuais.

Para Ruder (1967: 10) as minúsculas carolíngias, fáceis e rápidas de ler devido às ascendentes e descendentes que ajudam o olho a melhor distinguir as letras, terão mesmo sido o último factor com importância no processo de evolução do carácter escrito, ao qual terá posto fim.

As letras sistematizadas num alfabeto mais fácil de escrever e de ler tomam, pois, um determinante papel. Num universo em que os livros eram uma extravagância que apenas a religião justificava, Carlos Magno soube tirar partido dessa arma visual que são as letras para que, através delas, o seu império se unificasse e fortalecesse.

Durante a Idade Média foi decorrendo um processo que evoluiu a partir do sistema feudal, onde o senhor, dono da terra, dominava de forma plena, para um sistema gradualmente menos absoluto que veio permitir o surgimento de alternativas ao trabalho da terra. Surgem oportunidades de comércio e o novo desenvolvimento das cidades deu origem a valores alternativos ao da posse de terra, como sejam o poder político e monetário. Vão surgindo universidades cada vez mais frequentadas por uma classe estudantil que já não depende ex-

67 Também em <http://britishlibrary.typepad.co.uk/digitisedmanuscripts/2013/07/a-carolingian-masterpiece-the-moutier-grandval-bible>.



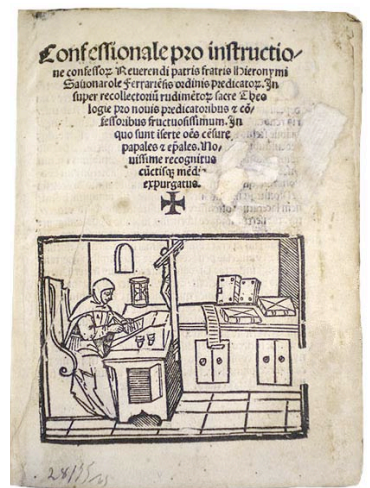
50.



51.



52.



53.

clusivamente do poder religioso para a sua formação, surgindo mesmo alguns conflitos entre esta e a ciência.

É curioso verificar que o formato do livro espelha algumas destas evoluções. O formato códice, entretanto banalizado, foi uma alteração profunda na arquitectura do livro, que terá sido devida às diferentes formas de ler dos seus novos utilizadores. Se o rolo favorecia a leitura continuada das orações, como um rosário, já para a leitura feita pelo estudante não era o formato mais funcional. Este fazia uma leitura que requeria avançar ou retroceder rapidamente no texto em busca de determinada passagem ou nota, uma estruturação por capítulos facilmente alcançáveis, introdução de parágrafos, títulos de capítulos, cabeças, índices e tabelas de conteúdos, que vieram a estabilizar com o surgir da imprensa, permanecendo depois genericamente igual durante 500 anos.

Ao contrário do rolo, o códice permitia um manuseamento mais livre, pela ordem que o utilizador entendesse. De fora ficavam ainda a numeração das páginas, que veio a surgir apenas com a imprensa trabalhando em planos de várias páginas, que era necessário posteriormente ordenar, e páginas de título que eram então (e até à vulgarização do papel), consideradas um enorme desperdício desse precioso material que era o *vellum*<sup>68</sup> (Drucker, 2013: 40–41). Sentia-se a necessidade de uma outra quantidade e de uma outra qualidade de livros. «A tipografia, quando surgiu no século xv, veio satisfazer uma exigência extraordinária da época: multiplicar os textos. O braço do copista medieval (...) já não tinha possibilidades de dar vazão às solicitações que os estudantes universitários, os homens da igreja, os letrados (...) da época lhes formulavam. Ou se descobria um novo processo ou tais solicitações ficariam por satisfazer. E isso não era solução» (Peixoto, 1982: VIII).

68 Ou velino, que é o nome dado à «pele de vitela, mais lisa e mais fina do que o pergaminho vulgar, reservada aos manuscritos de luxo; encontram-se excepcionalmente incunábulo impressos em velino; é possivelmente o mais belo dos materiais desde sempre usado para confecção de livros; era produzido a partir de peles de animais — vitela, cordeiro ou cabrito com quatro a seis semanas de vida; (...) Devido à sua delicadeza e menor resistência que a do pergaminho, o velino era sobretudo destinado a obras de menor corpo e de texto extenso (como a Bíblia), uma vez que permitia uma escrita mais miúda e compacta(...)» (Faria, Pericão, 2008: 1227).

Livros que mostram livros.

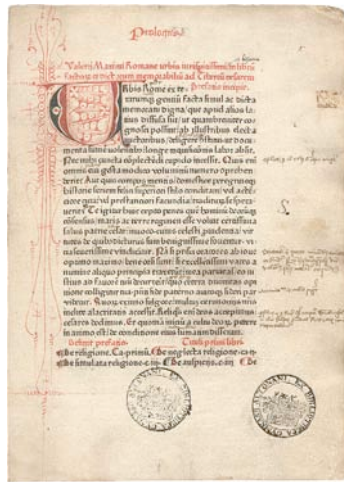
— 50 Página ilustrada de *Livro de Horas de Belleville* mostrando S. João Baptista com um rolo. França, séc. xv.

51. Página de Livro de Horas com S. Lucas com um rolo e um códice. França, séc. xv.

52. Folha de rosto exibindo as maiúsculas romanas, ainda sem o J, U, e W, Mogúncia, 154. — A figura já não mostra um clérigo, mais parecendo um nobre em pleno domínio do processo de impressão.

53. Frontispício com ilustração xilográfica mostrando uma figura junto de um códice e de um rolo. Veneza, 1517.





54.

54. Página impressa a vermelho e preto por Peter Schöffer para *Facta et Dicta Memorabilia*, de Valerius Maximus. Mainz, 1471.



55.

55. Página impressa por Albrecht Pfister, para *Ulrich Boner's Der Edelstein*, o primeiro incunábulo com ilustrações. Bamberg, 1461.

56. Folha de rosto impressa por Diego de Gumiel para *Aureum opus*. Valência, 1515.



56.

O advento da imprensa foi impulso e ricochete, propulsor e propulsionado, causa e efeito do surgir do Renascimento. Desencadeou processos profundos que aceleraram a aquisição e a transmissão da cultura, do conhecimento e das ideias. É o fim da Idade Média e o surgir do Renascimento que toma da Antiguidade Clássica boa parte das suas referências. Estas giram agora mais em torno do homem do que de Deus, permitindo que a arte, o pensamento e a ciência iniciem a sua emancipação da religião, assumindo-se como exercícios de humanismo fortalecedores das relações sociais e fomentadoras da cidadania. A cidade tem aliás um papel importante nesta fase. Depois da sua decadência pós Império Romano, a cidade resurge agora, paralelamente ao livro, como suporte do texto público, no formato repescado dos clássicos da arquitectura com letras monumentais inscritas na pedra. Sobretudo na Itália do século XVI, igrejas, monumentos, praças públicas e edifícios ostentam os seus dizeres tornando-se uma crucial parte da paisagem para a comunicação e para a vida urbana através da qual se obtinham importantes informações sobre comemorações e declarações. «A cidade tornava-se novamente texto» (Drucker, 2013: 77).

É curioso notar que os primeiros livros impressos, apesar de recorrerem às matrizes que eram os caracteres móveis, faziam-no simulando o gesto manual do monge, resultando o seu efeito na página impressa semelhante ao da manuscrita. O mesmo acontecia com as proporções usadas nas páginas que se mantiveram, nos primeiros livros impressos, muito semelhantes aos manuscritos. Mesmo fazendo pouco sentido é compreensível. Sendo os livros manuscritos o exemplo que vinha de trás, eles foram tomados como a referência que foi seguida, durante décadas, até que a imprensa ganhasse autonomia para se emancipar dos seus antepassados manuais. Começa então a tirar partido da regularidade dos caracteres e das linhas que a mobilidade perpétua das peças proporciona.

Apesar dessa imensa evolução dos livros manuscritos para os impressos em caracteres móveis, deles não faziam ainda parte as capas. Na já longa história



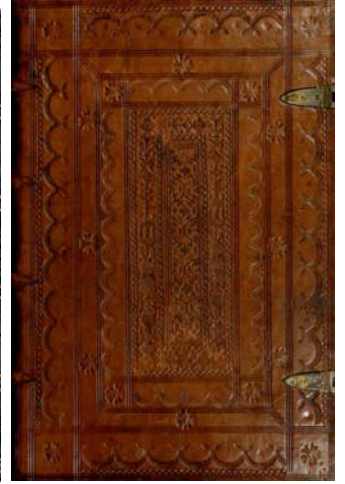
57.



58.



59.



60.

do livro, a capa, como hoje a conhecemos, é uma componente de existência relativamente recente, que veio responder a questões físicas, em primeiro lugar, e só muito posteriormente comerciais e criativas. No livro medieval, manuscrito ou impresso, a capa — devendo talvez ser designada mais por encadernação (*bookbinding*) do que por capa (*bookcover*) era geralmente decorada como uma bolsa ou uma caixa para guardar/proteger, mais do que apresentar/identificar. Essa necessidade de apresentar o livro, geralmente através do seu título, era colmatada pela portada, que mais tarde evoluiu para rosto ou frontispício.

Segundo McMurtrie (1982: 575), inicialmente a portada era, na verdade, uma meia portada nela devendo constar as «informações essenciais». Sendo o pergaminho, e mesmo o papel, materiais de elevado preço, era necessário aproveitar o mais possível. Gastar uma página inteira para apresentar o livro deveria parecer uma «extravagância proibida ao escriba que fazia os livros» e aos impressores dos primeiros livros que usaram caracteres móveis. A meia portada assinalava o começo do livro destacando a primeira letra, frase ou parágrafo do livro. Geralmente esse destaque era obtido pela diferença no tamanho ou na cor das letras (ou as duas coisas) que usualmente surgiam grandes, com expressão latina «*Incipt*» que significava «aqui se inicia», seguido do título e do autor do livro e depois pelo início do texto propriamente dito. Em certos livros a página inicial era decorada nas margens, a toda a volta do texto, tornando-se ainda mais destacada.

É só no século XVI que se vulgarizam as portadas completas que, diz McMurtrie (1982: 575) citando McKerrow, é «uma página separada que apresenta de maneira bem nítida o título do livro que se lhe segue e que não contém nenhuma parte de próprio livro». A portada representa, nesta fase, uma parte do livro mas que é já independente dele — destacável — um corpo à parte que complementa o livro mas que deixou de estar inserido no mesmo texto. A portada, também chamada de rosto, ou frontispício, é a antepassada da capa. É impressa no mesmo papel do miolo, fazendo parte do primeiro caderno do livro. Mais tarde, quando surgiram as capas, impressas já sobre cartolina ou

57. e 58. Placas decorativas, trabalhadas em metal e depois aplicadas à encadernação, surgem a partir do início da era cristã.

59. Capa em veludo bordado de *Historia Ecclesiastica*, impresso por John Christopherson. Lovaina, 1569.

60. Capa trabalhada em couro de *Champfleury*, de Geoffroy Tory, 1529.



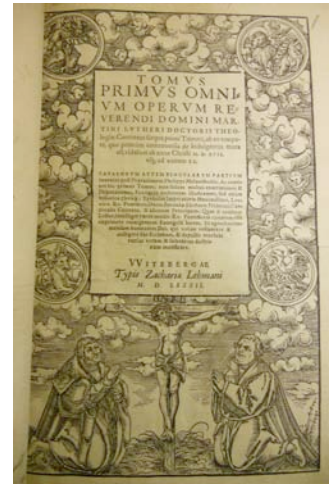
61.

61. Portada impressa por Pierre le Rouge para *La Mer Des Histoires*. Paris, 1488.



62.

62. Frontispício impresso por Johann Schott com gravura de Hans Baldung Grien para *On the Babylonian Captivity of the Church*, de Martinho Lutero. Estrasburgo, 1520.



63.

63. Frontispício impresso por Zacharia Lehmani para Bíblia em alemão traduzida por Martinho Lutero com xilogravuras da oficina de Lucas Cranach. Wittenberga, 1520.

papel mais forte, a portada manteve-se, até hoje. Na ausência das capas, eram as portadas que identificavam ou apresentavam o livro.

Mas, para além dos livros, começam a vulgarizar-se outros meios das artes gráficas para se disseminar informação. O panfleto, por exemplo, torna-se um veículo poderoso para passar a palavra. Lutero irá fazer uso de ambos na divulgação da sua Reforma Protestante contra certas práticas e doutrinas da Igreja Católica, com a valiosa ajuda do artista Lucas Cranach, o Velho, que «além do seu atelier, que contava com vários assistentes bem treinados, operava com uma gráfica, uma livraria e uma fábrica de papel» (Meggs, 2009: 119). Com a ajuda deste, Lutero faz do livro, antes um meio de divulgação praticamente exclusivo do discurso da Igreja, «um importante instrumento de luta, capaz de explorar as imagens para fins não só didáticos mas também de propaganda» (Spocrati, 1994: 77–78). Um exemplo flagrante é o livro em que confrontava, em páginas lado a lado, as práticas de Cristo com as de sacerdotes da época, originando irónicos contrastes que contribuíram para levar à sua excomunhão. É ainda Lutero quem, nesse esforço de aproximar o cristianismo do povo combatendo os poderes instituídos da Igreja, publica a primeira Bíblia traduzida do latim para o alemão.

Potenciados pelo códice e pelo aumento do número de universidades, os tipos móveis, a prensa e o papel formaram uma técnica viável e apetecível que funcionou para o livro como um enérgico trampolim. A invenção da imprensa e dos tipos móveis surgiu, para a história da Humanidade, com equivalente importância à da própria escrita. Ela tornou-se o veículo do desenvolvimento dos indivíduos e das civilizações, durante vários séculos, difundindo velozmente, e por muitos, a voz e as ideias de autores que, de outra forma, seriam escutados ou lidos apenas por alguns.

### 2.2.2. RENASCIMENTO

FOI NA ALEMANHA que se desenvolveu significativamente a ilustração em xilogravura, surgiu a imprensa tipográfica e se desenvolveram os primeiros livros e panfletos. Na mesma região surgiram também os primeiros trabalhos



64.



65.

resultantes da gravura em cobre, que permite ilustrações mais ricas em detalhe e rigor, exploradas com grande mestria pelos artistas, dos quais se destaca Albert Durer, que passava períodos alternados da vida entre a sua Alemanha natal e a Itália. Para onde foi em busca da cultura clássica, e para onde rapidamente estas técnicas se deslocaram e se desenvolveram, embora também no resto da Europa se tenham multiplicado rapidamente as oficinas de impressão. «Porque», segundo Barthes (2007: 71), «já existia uma unidade económica e comercial da Europa, e porque favorecia a ascensão das classes mais dinâmicas; os banqueiros investiam nas primeiras obras impressas, na medida em que seriam *best-sellers*: bíblias, missais, breviários, gramáticas elementares, calendários, cartas de indulgência».

A chegada da «arte tipográfica» a Portugal é referida por José Pacheco (1988: 35) como tendo «transposto rapidamente as fronteiras da Alemanha, (...) [e chegado] a Itália, a França e a Espanha, durante a década de 1465/1475 e a Portugal, pela mão de artífices judeus, em 1487». A disparidade em relação a Espanha<sup>69</sup> justifica-se, segundo o mesmo autor, porque as «primeiras manifestações da actividade impressória ocorrem num período em que, em Portugal, os vários aspectos da política e da economia são dominados pela expansão marítima»<sup>70</sup> (Ibid., 1988: 17).

Seja como for, apesar dessa disparidade nas datas entre Portugal e Espanha, Guedes (2001: 25) confirma que: «a nova arte — por arte divina chegou a ser designada — espalhou-se muito rapidamente por toda a Europa, com a instalação de dezenas de oficinas no primeiro meio século (...). Com a

64. Frontispício por Michael Wolgemut, Wilhelm Pleydenwurff, e os trabalhadores da sua oficina, incluindo o ainda jovem Albrecht Dürer para *Liber Chronicarium* de Hartmann Schedel, Nuremberga, 1493.

65. Frontispício, por Albrecht Dürer: «*Aqui estão concebidos quatro livros de proporções humanas inventados por Albrecht Dürer de Nuremberga para o benefício de todos aqueles que amam esta arte*», publicado por Hieronymus A. Formschneider. Nuremberga, 1528.

69 «(...) só 10 anos depois de D. Afonso V ter sido solenemente recebido na Universidade de Paris, por (...) um dos humanistas que (...), apoiou e dinamizou a arte impressória, Portugal, já sob a regência de D. João II e por iniciativa de impressores judeus, teve o privilégio da instalação da primeira oficina tipográfica onde haveria de ser dado à estampa o primeiro livro impresso no nosso país — o 'Pentateuco' (...)» (Pacheco, 1988: 19).

70 «(...) também no que diz respeito à tipografia, sabe-se que a espanhola é anterior à portuguesa; sabe-se ainda que muito do material tipográfico utilizado nos nossos livros era adquirido em alguns centros impressórios espanhóis, com especial destaque para Sevilha (...)» (Pacheco, 1988: 29).



66.



67.

66. Frontispício por Albrecht Dürer para *Apocalipse* com gravuras, composição tipográfica e impressão também por Dürer. Nuremberga, 1498.

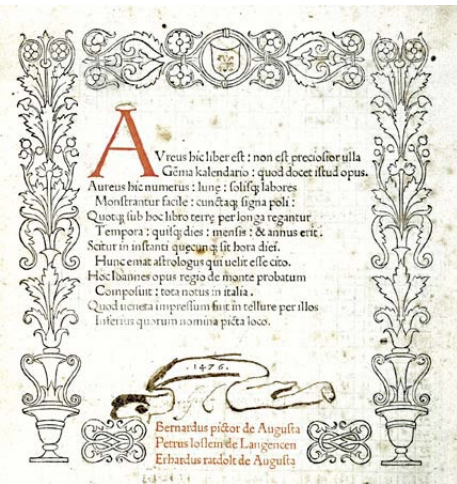
67. Frontispício com gravura atribuída a Albrecht Dürer para edição alemã de *Ars Moriendi*, de autor desconhecido. 1509.

imprensa em expansão a tipografia desenvolve-se. À figura do impressor e editor soma-se frequentemente a de tipógrafo». São criados novos tipos de letra muitas vezes pelos próprios impressores e editores em resposta a problemas concretos.

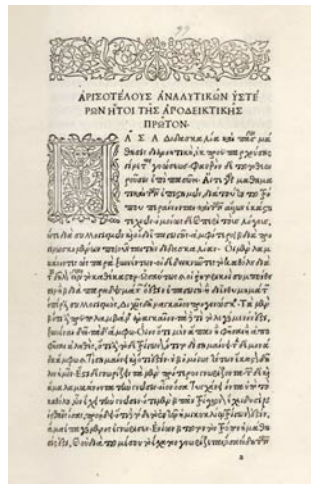
Meggs (2009: 105) chega a referir numericamente as casas de impressão espalhadas pela Europa. «Em 1450, os mosteiros e as bibliotecas albergavam uns meros 50 mil volumes. Por volta de 1480, 23 cidades do norte da Europa, 31 cidades italianas, sete cidades francesas, seis cidades espanholas e portuguesas e uma cidade inglesa tinham gráficas».

Os impressores de quinhentos, contrariamente aos seus antecessores do século anterior, não tinham já a preocupação de produzir obras que se assemelhassem aos manuscritos anteriores à imprensa. Surgem tipógrafos/impressores/editores que, através dos livros que produzem, põem em circulação textos clássicos que estimulam o desenvolvimento individual, com repercursões na cidadania. Estes tornam-se frequentemente homens de cultura, de ciência e da arte. Pretendem publicar obras de superior intelectualidade, mas querem fazê-lo através de livros bem proporcionados e cujos caracteres, por vezes desenvolvidos por eles próprios desde o desenho até à punção final em chumbo, os tornava verdadeiros homens da Renascença. Sabiam e faziam. Percebiam de desenho de letras, tomando consciência tanto das partes técnicas e estéticas como do poder que representavam na disseminação de ideias.

No que diz respeito ao design dos livros foi uma época marcante e os historiadores assinalam esse aspecto, como Drucker (2013: 59) para quem, essa figura multidisciplinar — homem da Renascença — estava já muito mais próximo do designer gráfico de hoje, que do escriba do século imediatamente anterior ao seu. Eles não só trabalhavam já, graficamente, conceitos de forma, de composição e de retórica, como sabiam que o estavam a fazer, e do importante papel que desempenhavam na indústria das artes gráficas. À semelhança do *sapiens sapiens* — que não apenas sabia, como também sabia que sabia — estes renascentistas sabiam fazer, faziam e tinham consciência disso.



68.



69.



70.

À semelhança de Drucker, também Meggs (2009: 125), Gill (2003: 59) e Lupton (2006: 15) assinalam na Itália do Renascimento, em particular na cidade de Veneza, um marco importante na abordagem ao desenho dos livros. A imprensa e os tipos móveis surgem no Norte da Europa mas viajam para o Sul em busca de conteúdo cultural. E se nos primeiros livros italianos são ainda seguidos padrões gráficos alemães, brevemente eles são substituídos por outros, seguindo as formas da *lettera antica*, manual e com formas mais abertas e redondas, ela própria significativa do ressurgir da literatura clássica<sup>71</sup>. O ressurgir da literatura clássica e as obras renascentistas estão fortemente ligados à nova forma destes «eruditos italianos»<sup>72</sup> projectarem o livro, fazendo com que ele resulte tão diferente do seu antecessor ilustrado alemão. Estas diferenças incluíam novos tipos de letra humanista, com desenho baseado na caligrafia — mais redondo e aberto — em substituição das letras góticas, paginação visualmente mais leve através de maiores áreas de vazio, da hierarquia dos textos, e ainda de ornamentos e ilustrações que recorriam mais à linha do que à mancha.

O livro ganhava verdadeira autonomia e o impressor percorria cada vez com mais segurança o seu próprio caminho. (...) O tipo «romano», certamente que com um número razoável de variantes de oficina para oficina, destronava totalmente o gótico, que apenas resistia (e resistiu longamente) na Alemanha. (...) Foi o tempo dos grandes impressores cuja fama perdurou até hoje. Aldus Manutius (1449–1515), nascido nos meados do séc. xv, começou

68. Portada de Erhard Ratdolt, Peter Loeslein e Bernhard Maier para *Calendarium* de Regiomontano., Nuremberga, 1476.

— Segundo Murtrie (1982: 580): «A mais antiga portada impressa completa com arranjo artístico».

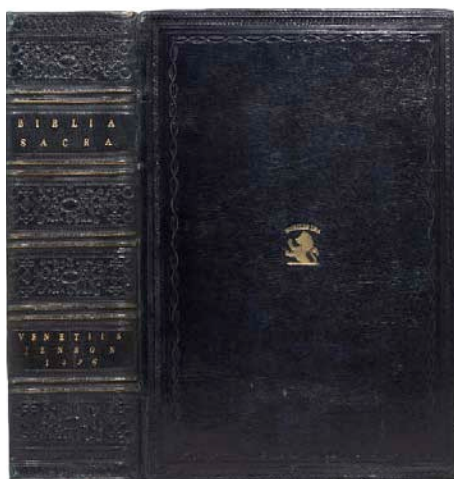
69. Portada por Aldus Manutius para *Obras de Aristóteles*. Veneza, 1495.

— Estes livros, mais pequenos e económicos, por usarem tipos itálicos, permitiam ao impressor compor mais texto em cada página.

70. Página de rosto por Aldus Manutius para *Le cose volgari* de Petrarca. Veneza, 1501.

71 «Os primeiros volumes impressos em Itália seguiram o padrão dos primeiros livros alemães. Capitulares, fólhos, cabeçalhos e marcas de parágrafo não eram impressos. Deixava-se espaço para que fossem rubricados com tinta vermelha por um escriba. Muitas vezes, uma letra minúscula era impressa no espaço deixado para uma inicial em iluminura para dizer ao escriba qual a inicial a desenhar. Em muitos incunábulo as marcas de parágrafo acabaram não sendo desenhadas nos espaços reservados. Por fim, o espaço em branco por si só indicava um parágrafo» (Meggs, 2009: 121).

72 «Nicolas Jenson, um francês que aprendera a imprimir na Alemanha, estabeleceu uma gráfica influente em Veneza cerca de 1469. Suas fontes mesclavam as tradições góticas, que ele conhecera na França e na Alemanha, com gosto italiano por formas mais leves e arredondadas, e são incluídas entre as primeiras — e melhores — fontes romanas» (Lupton, 2006: 15).



71.

71. Encadernação de *Biblia Sacra*, impressa por Nicolaus Jenson. Veneza, 1476.



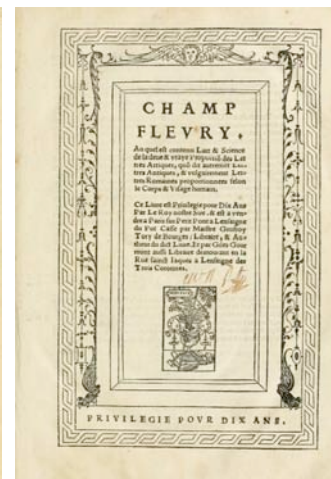
72.

72. Frontispício por Henri Estienne para *Opera Quae Extant Omnia*, de Platão. Paris, 1578.

73. Página de rosto por Geofroy Tory para *Champ Fleuri*, de Geofroy Tory. Paris, Gilles Gourmont, 1529.

74. Tipo itálico Aldino em *Virgilio*. Veneza, 1501.

75. Tipos atribuídos a Claude Garamont. Paris 1530 e 1586.

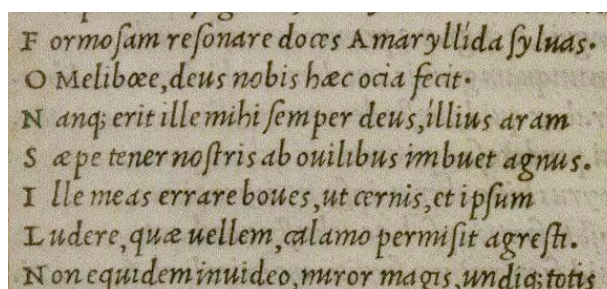


73.

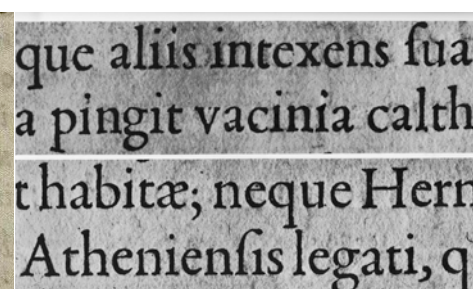
a operar a sua oficina em Veneza em 1485. Em Aldus, com a sua longa formação académica, o impressor e o humanista caminharam a par. O estabelecimento da sua oficina pode mesmo ter sido consequência da necessidade por ele sentida de boas edições dos autores clássicos, gregos e latinos, nas versões originais (...). Tendo encomendado a um gravador de Bolonha, Francesco Griffo, vários aperfeiçoamentos da letra romana, a versão final (os caracteres cursivos designados correntemente por itálicos ou aldinos) foi a que usou no seu espantoso *Hypnerotomachia Poliphili* (...). O seu grande êxito comercial foi a sua coleção *in octavo*, de clássicos latinos e italianos destinada não a instituições civis ou religiosas, mas a um público novo, constituído por clientes ricos, mercadores e altos governantes, que necessitavam de livros facilmente manuseáveis para ler nas suas viagens ou conservar nas suas bibliotecas» (Guedes, 2001: 25–28). Apresentadas desta forma segundo palavras do próprio Aldus Manutius: «Imprimimos e estamos a agora a publicar, as *Sátiras* de Juvenal e Perseus num formato muito pequeno, para que possa ser mais convenientemente segurado nas mãos e aprendido de cor (já para não falar de ser lido) por toda a gente»<sup>73</sup>.

A grande vantagem do uso dessas letras cursivas era a de, por derivarem da escrita manual, serem significativamente mais estreitas que as letras em redondo, o que permitia um número maior de caracteres em cada linha, possi-

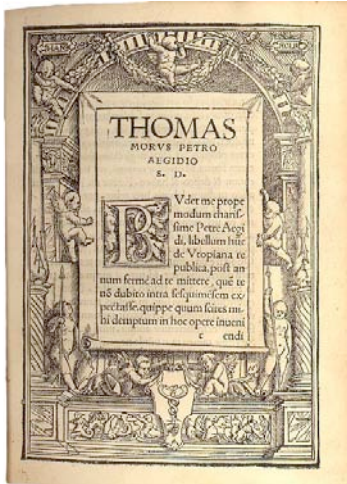
73 (<http://ilovetypography.com/2014/11/25/notes-first-italic/>), consultado em 29/01/2016.



74.



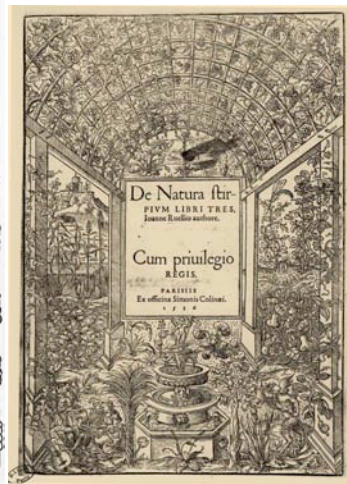
75.



76.



77.



78.



79.

bilitando a publicação de livros de pequeno formato<sup>74</sup> a preços mais modestos (Cullen 2012: 55), (Lupton, 2006: 15). Por isso Aldus Manutius pode considerar-se, ainda que remotamente, o precursor dos livros de bolso. Ao imprimir e publicar os primeiros livros de pequeno formato, possível devido ao estilo cursivo que poupava também muito papel, o livro tornou-se, deste modo, mais barato, o que democratizava o seu consumo. Esse papel cada vez mais habitual que o livro encarnou, tornou-o num contributo vital para as sociedades ocidentais.

Manutius é com certeza uma das mais notáveis figuras desses humanistas multifacetados; outro é, seguramente, o francês Geoffroy Tory cujas actividades a que se dedicou formam um leque variado que inclui ter sido «professor, erudito, e tradutor; poeta e autor; editor, impressor e livreiro; calígrafo, designer, ilustrador e gravador. Ele traduziu, editou e publicou textos em latim e grego» (Meggs, 2009: 137, tendo deixado desenhos de letras romanas à moda italiana, um célebre conjunto de iniciais e «uma série de diagramas que vinculavam a anatomia das letras à do homem» (Lupton, 2006: 17). No campo especí-

76. Folha de rosto por Hans Holbein para *Utopia* de Sir Thomas More. Johann Froben, Basileia, 1518.

77. Folha de rosto por Simon de Colines para *Finé's Arithmetica* de Oronce Finé. Paris, 1535.

78. Folha de rosto por Simon de Colines para *De Natura Stirpium* de Ioannis Ruellio. Paris, 1536.

79. Folha de rosto de *The Elements of Geometrie* de Euclides. Londres, John Daye, 1570.

80. Alfabeto fantástico de Geoffroy Tory em *Champ Fleury*, 1529.

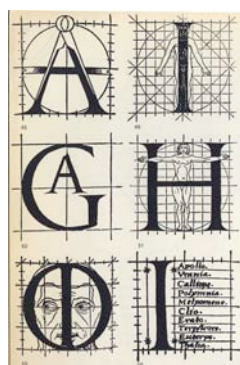
81. Letras e proporções humanas por Geoffroy Tory em *Champ Fleury*, 1529.

82. Geoffroy Tory, letra Capitalar, 1526.

74 As dimensões do formato Octavo eram 154 x 87mm.



80.



81.



82.





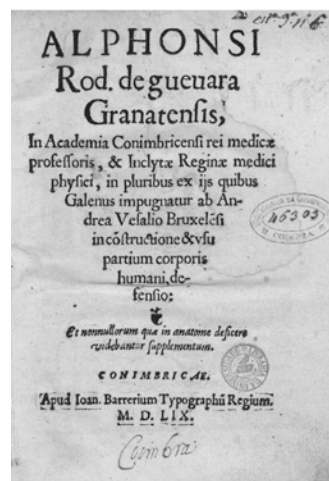
83.

83. Folha de rosto por Rober Estienne para a *Biblia* em quatro línguas. Paris, 1511.



84.

84. Folha de rosto por Aldus Manucius com texto composto em pirâmide invertida para *Chiliades tres, ac centuria fere totidem*. Veneza, 1508.



85.

85. Folha de rosto de *Galenus impugnatur ab Andrea Vesálio Bruxelensi in constructione et usu partium corporis humani defensio* de Alphonsi Guevara. Coimbra, Ioane Barrerium, 1559.

fico do desenho de tipos de letras<sup>75</sup> merecem aqui referência os franceses Nicholas Jenson e Claude Garamond, ambos tipógrafos, que ficaram gravados para a história do livro, da tipografia e do design gráfico merecendo aqui referência.

Segundo Pacheco (1988: 15), Portugal, com vários «interesses e ambições (...) participa no movimento Renascentista» e atentos à cultura europeia — em particular a italiana — «os portugueses crescem do ponto de vista artístico, sobretudo no fascínio pelos modelos estrangeiros e na capacidade de os assimilar e transformar em ‘maneira’ de ver e de fazer». O mesmo autor refere ainda duas origens desses «modelos». Os humanistas portugueses Damião de Góis, André de Resende e Francisco de Holanda, todos com ligações a França ou à Flandres, e a nomes como Lutero e Erasmo de Roterdão; e «a vinda de muitos estrangeiros para Portugal ou a Portugal — onde se integra grande número de tipógrafos e impressores responsáveis pela edição da maioria dos nossos livros — o país estruturará, com uma infinidade de referências e influências, todo o contexto sócio-económico e cultural que reflecte a ‘mentalidade’ e o ‘gosto’ nacional».

Segundo McMurtrie (1982: 585–587) a partir de 1525 o uso de portadas completas era já a prática habitual para início do livro e «nunca mais foi posta de parte», embora a sua composição tenha variado consoante a época e o impressor, sendo o pior aspecto de referir, na sua história, «tentar resumir todo o conteúdo do livro ou apresentar uma biografia do autor ou atulhá-la ao ponto de a tornar disforme ou mesmo ilegível». Os melhores impressores, contudo, reconhecem-se por sempre terem composto «as portadas mais simples». Mais adiante McMurtrie, descreve ainda ‘o sofrimento’ infligido à tipografia das portadas pelos impressores ao longo do tempo:

«O que pode chamar-se a arquitetura da portada sofreu também muitas alterações. O tipo foi disposto em núcleos quadrados para

75 «Claude Garamond foi o primeiro puncionista a trabalhar independentemente das firmas de impressão» (Meggs, 2009: 143).

**Coloquios dos simples,** e drogas he coufas medicinaes da India, e assi dalgũas fruzas achadas nella onde se tratam algũas coufas tocantes a medicina, pratica, e outras coufas boas, pera faber cõpostos pello Doutor garçia d'orta: fisico del Rey nosso senhor, vistos pello muyto Reuerendo senhor, ho licenciado Alexos diaz: falcam defenbar-gador da casa da supricaçã inquisidor nestas partes.

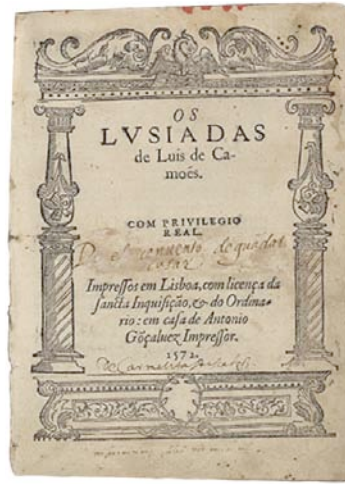
Com privilegio do Conde visõ Rey.

Im presso em Goa, por Ioannes de endem as x. dias de Abril de 1563. annos.

86.



87.



88.



89.

formar rombóides, canos, ampulhetas, círculos ou eclipses. Foram dobradas em curvas e ondas, e tudo se complicou com quase todos os ornamentos de tipo que o impressor encontrava nas caixas e acumulava na página. mas desapareceu para sempre — esperamos — o tempo em que o impressor se orgulhava de fazer artifícios impossíveis com o tipo, e a portada ganhou em dignidade».

Tal como em muitos outros campos da arte, em que critérios estéticos são de maior importância, deve ser seguido, nas artes gráficas e, em particular, na tipografia, o mesmo critério de contenção/intervenção. É desejável haver uma dose proporcionada — uma razão — entre o natural e o transformado. Se o exagero da primeira facilmente carece de sofisticação, o excesso da segunda resulta, frequentemente, na afectação, ambas derrubando esse delicado equilíbrio que é conseguido pela elegância ou pela graça. E detalha assim McMurtrie (1982: 587) os aspectos desejáveis na boa composição de uma portada:

«A melhor prática exige o emprego de tamanhos pequenos e faces de tipo compatíveis com a ostentação própria do título principal. O peso predominante da página está no cimo; as principais palavras do título não se dividem e a tipografia planeia-se para satisfazer este requisito. É costume dominante compor portadas em maiúsculas, como é mais fácil, no todo, organizar uma página aceitável com todas as letras da mesma altura, de preferência a maiúscula e caixa baixa. Mas como indicámos noutra parte, as letras (...) devem usar-se em casos em que sobressaíam. Simplicidade, justa proporção entre os diversos tipos e a sua colocação correcta na página são os principais desiderados para a composição de portadas. Em livros em que é apropriado, alguma cercadura ou decoração restrita é acrescento desejável. Os bons impressores de livros dão reflectida consideração à portada — e com razão. [] a portada é a porta de entrada do livro e deve convidar a entrar o visitante que se aproxima da sua soleira».

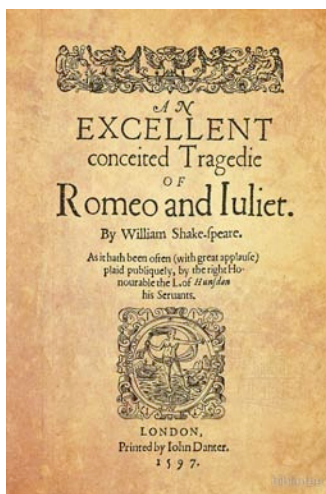
86. Página de rosto de *Colóquio dos Simples* de Garcia d'Orta. Goa, Joannes de Endem, 1563.

87. Folha de rosto por Christophe Plantin para *Centum Fabulae Ex Antiquis Auctoribus Delectae* de Gabriello Faerno. Antuérpia, 1567.

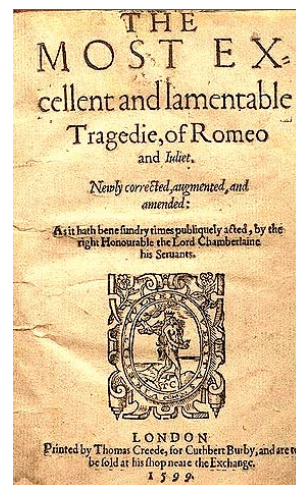
88. *Os Lusíadas*, de Luís Vaz de Camões. Impresso em Lisboa, por António Gonçalves, em 1572.

O centro de investigação Harry Ransom da Universidade do Texas, em Austin, defende que este terá sido o exemplar da primeira edição e e que terá pertencido ao próprio Camões.

89. Página de rosto de *Ad libros tres predictionum Hippocrates* de Cuellar. Coimbra, 1543.



90.



91.

90. Página de rosto de *An Excellent Conceited Tragedie of Romeo and Iuliet*, de William Shakespeare. Londres, John Danter, 1597.

91. Página de rosto de *The Most Excellent and Lamentable Tragedie of Romeo and Iuliet*, de William Shakespeare. Londres, Thomas Creede, 1599.

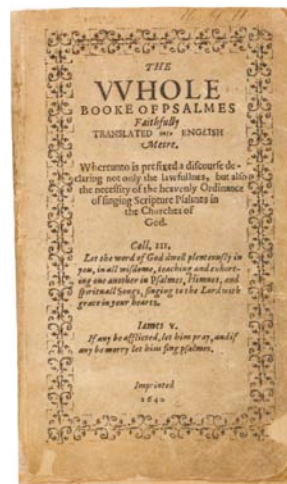
Contudo, observando portadas da época de diferentes origens e um pouco por toda a Europa, podemos constatar que nem todas mostram completamente algumas das boas práticas identificadas por McMurtrie. É bem perceptível que a formatação dos textos em pirâmide invertida era inquestionável, por ela se sacrificando, caso necessário, até palavras do título do livro ou do apelido do autor.

Um caso curioso é o das portadas das duas primeiras edições de *Romeu e Julieta* de Shakespeare. A primeira, «a excelente», datada de 1597, e que terá sido uma edição não autorizada<sup>76</sup>, mostra uma composição tipográfica muito superior ao da segunda edição, «a mais excelente», de dois anos depois, publicada para substituir a primeira. Na segunda, é partida um das principais palavras do título, que, por ter sido destacada ao ser composta com tipos de tamanho grande, é depois partida por não caber na linha, o que mata a tentativa inicial de destaque, completamente contrariada pela quebra que sofre, continuando e acabando na linha seguinte, já composta em caixa baixa e em tipo muito menor. Também o nome de Julieta foi composto em tipo muito mais pequeno perdendo toda a presença que lhe seria devida. Finalmente em termos de composição, a primeira toma proporções muito mais harmoniosas mantendo, como defendia McMurtrie, o peso visual na parte superior da página, coisa que já não sucede no segundo caso.

Estas duas portadas inglesas datam cerca de 100 anos depois da data apresentada por Meggs (2009: 105) em que havia apenas uma casa de impressão em Inglaterra. Em contrapartida, segundo a mesma afirmação, em Espanha e Portugal, que aparecem juntos, haveria seis. Talvez esta diferença de número ajude a explicar porque uma colónia portuguesa, como Goa, tem obras impressas datadas de 1563 — que desconhecemos se foi o primeiro — ao passo que uma colónia inglesa, como os Estados Unidos da América, apresentam, como data na portada do primeiro livro impresso, 77 anos



92.



93.

depois. Também pelas afirmações de José Pacheco (1988: 32), Inglaterra não parece ter sido, neste período, uma referência no campo da imprensa e dos livros.

«De facto, até ao final do reinado de D. Manuel I, a produção de imagens revela uma influência directa ou indirecta de experiências que nos são transmitidas, como já vimos, através da presença em Portugal de artistas estrangeiros, da importação de obras de arte ou ainda por via dos contactos que os portugueses mantiveram com a cultura e a arte estrangeiras. Mas, mesmo assim, julgamos que o registo dessas mesma influências não deverá ser visto senão como a assimilação de uma transferência lenta de valores que nos chegaram, em muitas situações, simultaneamente da Alemanha, de Itália, da França e de Espanha».

Ainda segundo este autor (1988: 49) era então comum a reutilização da mesma gravura para as páginas de rosto de diferentes livros. E se em alguns casos essa partilha não se mostrava desadequada, por se tratar de livros sobre a mesma temática ou ciência ilustrada na imagem (ver imagem dos frontispícios de arquitectura), já noutros assim não acontecia.

«Até ao final do século XVI, de facto, as gravuras que encontramos nos livros portugueses, ao se justificarem não só como elemento ornamental e embelezados — a principal função que lhe é atribuída — mas também ao pretenderem ilustrar o próprio texto onde se integram, nem sempre correspondem da melhor forma aos objectivos a que se propõem e que, nalguns casos, se lhes exigia. Bastas vezes, ao viajarem de impressor para impressor, de cidade para cidade, de país para país, mas sobretudo repetindo-se de livro para livro, por vezes ao longo de várias dezenas de anos, sem que tivesse sido tomada em conta a motivação estética ou literária que terá estado na sua origem, as gravuras não satisfazem os pressupostos que definem a sua importância documental.

92. Folha de rosto da *Peregrinação*, Fernam Mendez Pinto. Lisboa, Pedro Crasbeeck, 1614.

93. Folha de rosto para *The Whole Book of Psalmes*, de Richard Mather, foi o primeiro livro impresso na colónia britânica da América do Norte. Cambridge, Massachussets, Stephen Daye, 1640.



94.



95.

94. e 95. Páginas de rosto de diferentes volumes de *Regole Generali di Architettura* de Sebastiano Serlio. Veneza, 1554 e 1544.

É vulgar encontrarmos nos frontispícios dos livros quinhentistas conjugações puramente recreativas de tarjas e gravuras que nada ou muito pouco terão a ver com o sentido narrativo ou testemunho literário do texto de que fazem parte, o que, em suma, demonstra a pobreza e a escassez do material tipográfico, assim como a existência de um número reduzido de artistas-gravadores em Portugal.

Está provado que, nas transacções de material tipográfico, os caracteres de texto, as capitulares ornamentais, as tarjas, os elementos decorativos e as ilustrações, funcionavam como produto de compra e venda. (...)» (Pacheco, 1988: 49).

Poderá deduzir-se desta atitude algo desleixada uma aparente falta de cuidado e de atenção ao detalhe que se encontram, ainda hoje, em demasiadas capas e edições de livros? Será uma necessidade económica a mãe de um espírito de remedeio, que valoriza o estar feito — ainda que mal — tanto como o feito decentemente? Será que foi esta a herança, a ideia de que a capa de um livro, desde que tenha um ‘boneco’ já resolve uma necessidade? E de que a sua função é meramente decorativa e, portanto, sem necessidade séria de significado e sustentação artística e intelectual?

Seja pois com melhores ou piores recursos e desempenhos, e com maior ou menor diferença temporal, a imprensa navega pelos mares levando e trazendo conhecimento que assim se espalha pelo mundo além da Europa. Vale a pena citar dois autores portugueses afirmando o definitivo papel que a imprensa e, em particular o livro, tiveram na disseminação de cultura e valores para a Humanidade. Hélder Pacheco (1988: 16) considera que «(...) foi o livro impresso em caracteres móveis que deu corpo à difusão de uma nova atitude filosófico-literária — o Humanismo (...)»; e Silva, (1962: 29) que «a descoberta da imprensa constitui o sucesso mais importante da humanidade. Ajudado pela imprensa, o pensamento percorre o mundo, levando a civilização aos pontos mais longínquos, erguendo o voo potente acima de todos os obstáculos».



96.



97.

Estamos naquele ponto que Jorge Peixoto identificou como o segundo período da imprensa, o de consolidação. «Quanto à evolução da arte impressória (...) é igualmente tradicional dividi-la nos seguintes períodos: período de criação, de 1450 a 1550; período de consolidação, de 1550 a 1800, que desenvolveu e apurou as condições criadas nos primeiros daqueles lapsos de tempo; e período de progresso técnico, de 1800 a 1950, que transformou radicalmente os métodos da produção, os hábitos dos leitores e as condições em que se processa o circuito: impressor — editor — livreiro — público» (Peixoto, 1982: XII).

«É um longo caminhar desde o incunábulo quatrocentista, ainda sujeito ao cânone estético do manuscrito medieval, até ao livro de bolso dos nossos dias, com o seu grafismo tão característico. Mas tal caminhar, para além de uma tecnologia e de uma manifestação estética, é sobretudo a expressão de mentalidade e de situações económico-sociais que definem o leitor. Aliás este é que é a grande personagem que determina a feitura do livro. Um paperback expressa o nosso tempo e o tipo de leitor médio característico da época actual, tal como o incunábulo representa com fidelidade o humanista, tanto mais que foi este que deu uma contribuição decisiva para que o próprio incunábulo aparecesse» (Peixoto, 1982: IX).

Contudo, essa influência não se deu apenas no sentido de o livro influenciar a sociedade mas também, e em sentido inverso, da sociedade influenciar o livro. Temos assim um ciclo de vida dinâmico em que o livro é agente da recriação de uma sociedade, que o recria a ele. O livro dá à sociedade, a sociedade recebe e retribui ao livro dando-lhe oportunidades para se desenvolver e transformar. Se antes o livro era um bem de circulação e interesse muito restritos, destinado a um punhado de privilegiados, começa nos sécs. XVI e XVII a haver uma demanda maior pela sua posse. Isto permitiu que novos agentes surgissem e, deste modo, também a circulação comercial do livro sofresse evoluções. Ao passo que, antes, o editor era, em simultâneo, impressor e ven-

96. Frontispício de *Tabulae Rudolphinae* de J. Kepler. Ulm, Jonas Saur, 1627.

97. Folha de rosto por Christophe Plantin para *Bíblia Poliglota* composta em hebreu, caldeu, grego e latim. Antuérpia, 1573.



98.

98. Página de rosto por Ugo Da Carpi para *Thesaurus de scrittori*, de Ugo Da Carpi. Roma, Antonio Blad, 1535.



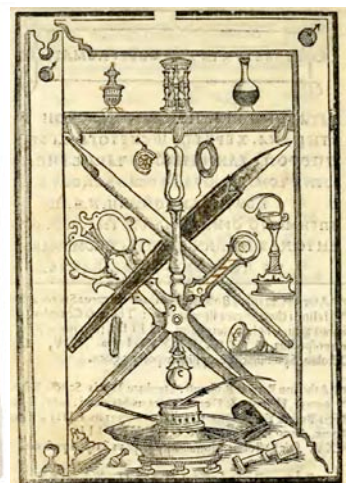
99.

99. Frontispício com letras do abecedário em livro de salmos para crianças, Veneza, Erhard Ratdolt, c. 1486.



100.

100. Página de rosto *Arte Subtilissima, por la Qual se Ensenã a Escrevir Perfectamente* de Juan de Yciar, Saragoça, Pedro Bernuz, 1550.



101.

101. Gravura com itens necessários para a prática apropriada da escrita do livro. Giovambattista Palatino, Roma, 1540.

dedor dos livros que produzia, surgiu por esta altura a figura do vendedor de livros. Segundo Guedes (2001: 31) «o comércio do livro andou, desde o começo da imprensa até meados do séc. XIX, fortemente ligado à indústria tipográfica, embora já no séc. XVI surja a figura do mercador de livros que, em princípio, não possuía oficina própria».

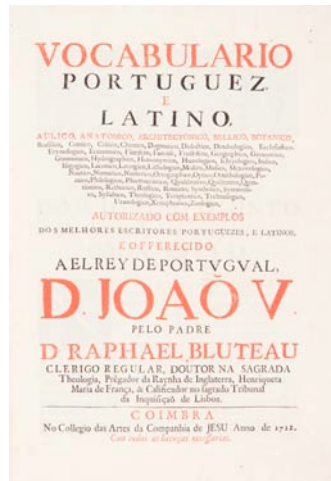
Veio assim para ficar um novo elo na cadeia de vida do livro: de um lado, temos a sua produção e do outro a sua venda, conforme continua Guedes: «Perante todas estas mutações, verificam-se inevitavelmente alterações nas profissões ligadas ao livro. Nos anos 1835-1845, o editor separa-se do livreiro-retalhista, zela pela fabricação dos livros que coloca no mercado e exerce funções estratégicas entre público, os autores e os tipógrafos, assim como em relação a todos os que concorrem para a realização material do livro».

Com o livro impresso nasce o livro objecto, em que o texto apresenta novas características específicas de abordagem, já que o manuscrito se dava a ler directamente sem mediações. «Tanto a existência do título como a nomeação do autor eram arbitrarias», o que leva a uma distinção fundamental entre o texto e o impresso, entre o trabalho de escrita e a fabricação do livro. Voltamos assim de novo à questão da divisão entre escritor e autor e entre texto e livro.

O desenvolvimento do livro durante o Renascimento vulgarizou a sua presença tornando-o um meio de divulgação acessível já não apenas a uma minoria muito restrita mas a um considerável grupo social. E este fenómeno tem efeitos não só numa maior instrução generalizada mas também gerando novas competências profissionais, pois em resposta a essa demanda mais generalizada de livros surgem, desenvolvem-se e especializam-se, como refere Drucker (2013: 68), «ofícios e indústrias especializadas como a tipografia, a composição, ornamentação, gravura, encadernação e o fabrico de papel».



102.



103.

Eric Gill (2003: 61) vai mais longe afirmando perentoriamente que depois dos humanistas italianos nada de verdadeiramente inventivo surgiu no período seguinte, apenas reflexos da variação do gosto e do comércio de cada país: «Feito o trabalho mais importante pelos primeiros impressores italianos, não se registaram nos séculos seguintes grandes alterações nas formas das letras em tipo romano».

Mas Meggs (2009: 145), apesar de concordar com Gill, não é tão cortante, valorizando aspectos mais estéticos, em particular os melhoramentos franceses e não, como Gill, apenas as inovações de desenho sustentadas tecnicamente. Segundo Meggs, o desenho dos livros varia claramente de país para país, justificando-se referir que é a França quem produz as obras por todos mais admiradas e copiadas:

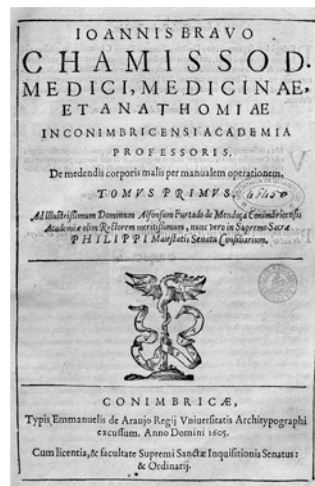
«Os primeiros livros tipográficos de cada um dos países europeus tinha um estilo nacional identificável. A estrutura e o tom unificados do livro produzido durante a era de ouro da tipografia francesa eram admirados em todo o Continente. À medida que as fontes de tipos derivadas de Garamond e as iniciais e ornamentos inspirados por Tory se tornaram disponíveis em toda a Europa, os impressores começaram a imitar a alegância leve e a clareza ordenada dos livros parisienses. Em consequência, o primeiro estilo internacional de design tipográfico floresceu como o tema gráfico dominante do século XVI».

São muitos os testemunhos em favor da imprensa e do livro como sendo eles as forças motrizes do pensamento e da cultura tal como os conhecemos hoje. A imprensa nasceu da tecnologia na Alemanha, cresceu na Itália com a cultura clássica e aprimorou-se na França, influenciando a restante Europa. A imprensa instalou-se, os livros espalharam-se. Estavam criadas as condições para o período seguinte.

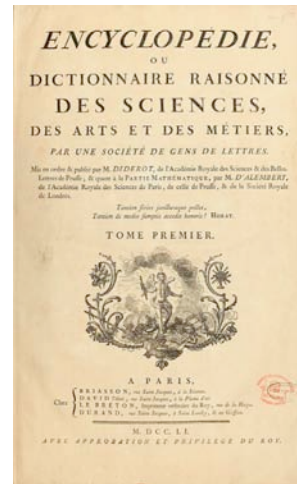
102. Frontispício de *Sermão Gratulatorio* de Padre António Vieira. Évora, Oficina da Universidade, 1669.

103. Frontispício de *Vocabulário Português e Latino* de D. Raphael Bluteau. Coimbra, Colégio das Artes da Companhia de Jesus, 1712.

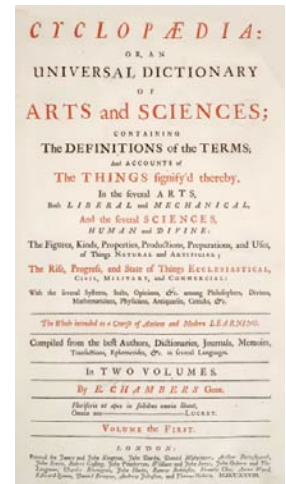




104.



105.



106.

### 2.2.3. ILUMINISMO

A imprensa e os tipos móveis modificaram profundamente a forma de produzir, normalizar graficamente, publicar e distribuir o conhecimento. Os livros eram vistos como um meio de registar e partilhar o conhecimento científico, mas também como forma de guardar informação para fins administrativos. Talvez um pouco à semelhança do disseminar dos computadores pela sociedade nos finais do século XX, os livros e a imprensa tornaram-se, no século XVII, um bem necessário a muitas actividades, pois permitiam guardar sistemas de contabilidade, estatísticas comparativas, descobertas matemáticas, regras, regulamentos e leis, todas elas dependentes de uma forma gráfica da comunicação impressa.

Com o culminar da ideia do livro enquanto repositório de informação credível e garantida do conhecimento humano, surgiram, com oposição religiosa, os primeiros dicionários e enciclopédias, em Inglaterra e em França<sup>77</sup>. A instrução mais generalizada trouxe uma consciência mais crítica e orientada para a observação e busca da verdade científica. Um maior conhecimento pediu e produziu mais livros, que alimentassem esse conhecimento, que, por sua vez, pediu e produziu ainda mais livros, criando um círculo virtuoso de oferta e de procura que rompeu com o conhecimento como um bem exclusivo, ao clero e à aristocracia. Surgiu assim valorizada uma nova noção do indivíduo como ser racional, com sede de conhecimento, pensamento e vontade própria.

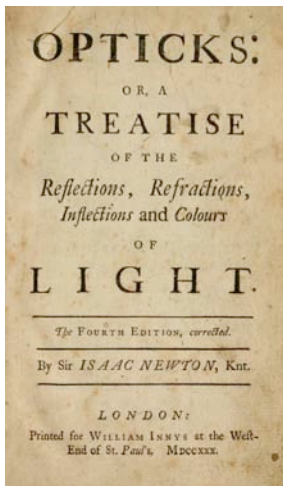
A imprensa, e em particular o livro, espelham muito bem essa evolução, deixando de ser um veículo de mensagem essencialmente religiosa para passar a transmitir conhecimentos cada vez mais organizados por diferentes disciplinas de saber. Contudo, «mostravam um desajuste gráfico entre o seu interior racional e sóbrio e o seu frontispício ainda muito renascentista e profusamente ornamentado» (Drucker, 2013: 103). Não apenas os suportes mas também a forma de usar informações e dados começam a ser tratados de forma diferente — visualmente — permitin-

104. Frontispício de *Medici, medicinae et anathomiae*, de Ioannis Bravo Chamisso. Coimbra, Conimbricensi academia professoris, 1605.

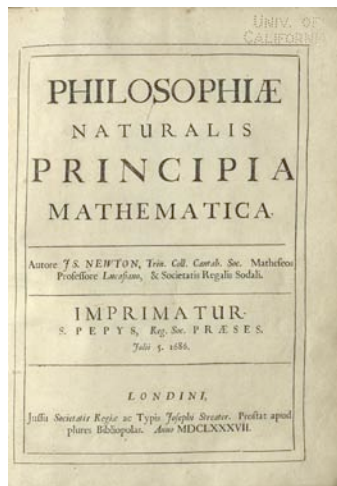
105. Página de rosto de *Encyclopedie* d'Alembert e Diderot. Paris, Briasson, David, Le Breton, Durand, 1751.

106. Página de rosto de *Cyclopaedia* de Chambers. Londres, Knapton, 1728.

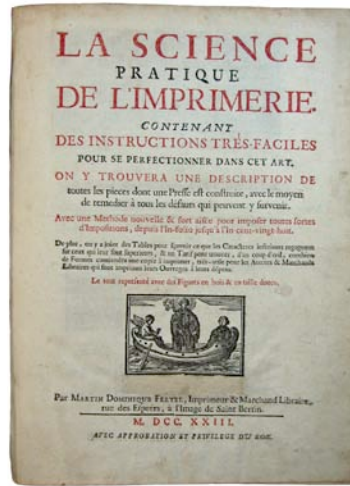
77 Criada pelos filósofos franceses Denis Diderot e Jean le Rond d'Alambert ([www.britannica.com/topic/Cyclopaedia](http://www.britannica.com/topic/Cyclopaedia) e em: <http://www.britannica.com/topic/Encyclopedie>).



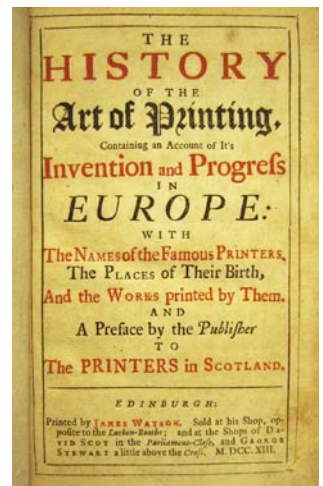
107.



108.



109.



110.

do a leitura e a compreensão imediatas de complexas informações quantitativas, relativas e sequenciais. Possibilitados pelos eixos de coordenadas de Descartes surgem os primeiros sistemas de visualização de informação, pelas infografias do escocês William Playfair. Foi ele que, em 1786, no seu *Atlas Comercial e Político* utilizou, pela primeira vez, aqueles que viriam a designar-se por gráficos *de barras, de linha e de queijo*, através dos quais ele consegue cruzar dados estatísticos de forma visual e acessível (Meggs, 2009: 162). São as primeiras de muitas descrições gráficas do mundo que espalham assunções, convenções e *standards*. À medida que o Renascimento deu lugar ao Iluminismo, o papel impresso teve cada vez mais importância, em particular o livro, na forma de enciclopédias, atlas e dicionários. Eles asseguravam não apenas a expressão e a difusão das ideias, como garantiam ainda um depósito de informações credíveis, oficializadas e disponíveis para consulta. O design gráfico e a sua retórica visual continuaram a sua evolução, a par com as necessidades do papel impresso assistindo-o no processo que tanto viria a transformar a sociedade (Drucker, 2013: 79).

Em França são aprimoradas as inovações feitas pelos italianos, quer nos livros quer nos tipos de letra. Nos livros utilizava-se agora mais variados

107. Página de rosto de *Opticks or a treatise of the reflectins, refractions, inflexions and colour of light*, de Isaac Newton. Londres William Innys, 1718.

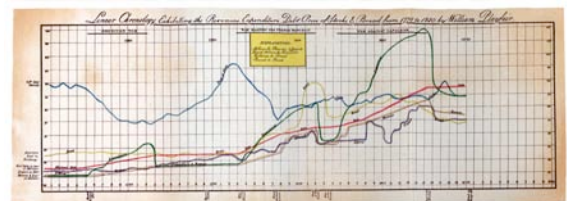
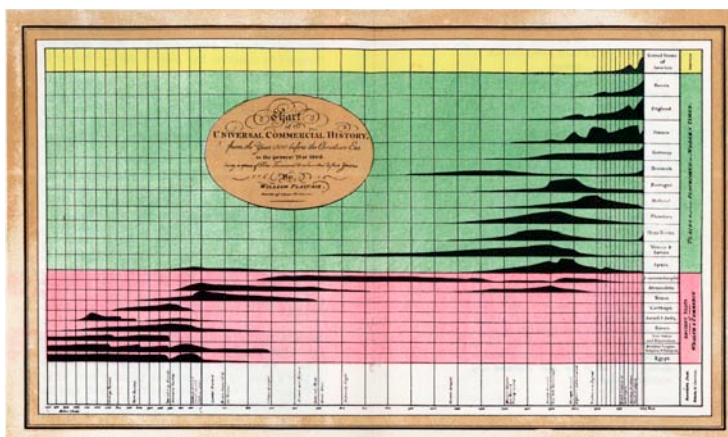
108. Página de rosto de *Philosophiæ Naturalis Principia Mathematica*, Isaac newton, Londres, Josephi Streater, 1687.

109. Página de rosto de *La Science Pratique De L'imprimerie* de Martin Fertel. St. Omer, Martin Fertel, 1723.

110. Página de rosto de *The Art of Printing* de James Watson. Edimburgo, James Watson , 1713.

111. Gráfico *Universal Commercial History*, Londres, 1805.

112. Gráfico relativo ao comércio do trigo, Playfair, Londres, 1786 .



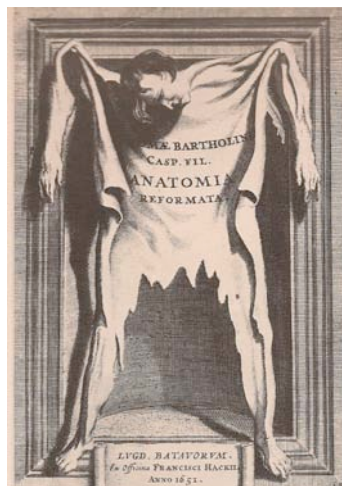
111.

112.



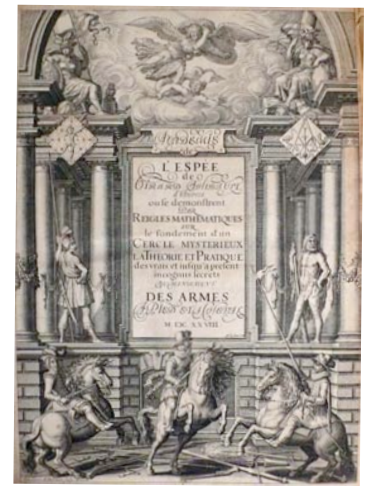
113.

113. Frontispício de *Anatomische Tafeln*, de Giulio Casserio's. Frankfurt, Thomas Mathias Gotzi, 1656.



114.

114. Rosto de *Anatomia Reformata*, de Thomas Bartholin. Leiden, Francisci Hackil, 1651.



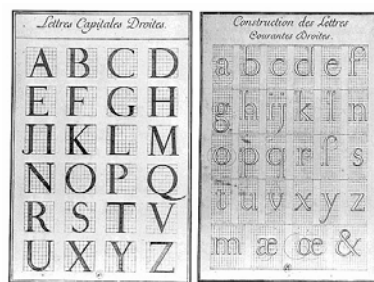
115.

115. Rosto de *L'academie de L'espee*, de Gerard Thibault D'anvers. Leiden, 1628.

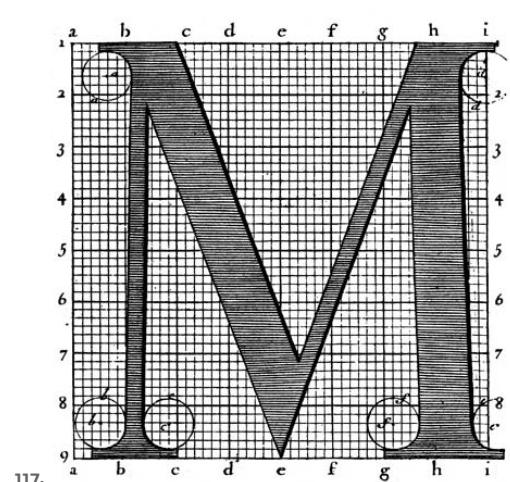
116. e 117. Grelhas de desenho para o tipo *Roman du Roi*.

de de tamanhos e pesos de tipos, fazia-se uso de vinhetas e florões tratando primorosamente os cabeçalhos e as páginas de rosto através de letras, criando hierarquias mais refinadas. Ainda no ambiente deste espírito científico nasce a vontade do rei francês Luís XIV de ter um tipo de letra próprio, para uso exclusivo da Imprensa Real. Surgiu o Romain du Roi que foi desenvolvido por um comité de especialistas, e que com uma abordagem científica e recurso à geometria e à matemática, criaram uma grelha quadrangular dividida em 2304 quadrículas para desenhar as maiúsculas. Por mostrar serifa não adnatas<sup>78</sup> e ser mais contrastado nas suas partes finas e grossas que os anteriores tipos italianos, franceses e holandeses, o Roman du Roi é considerado o primeiro de uma nova classe tipográfica chamada 'de transição'. Já não devem tanto do seu desenho ao movimento da mão, como as letras humanistas, por serem já diferentes dos tipos antigos, mas não o são ainda suficientemente para serem considerados modernos.

78 Serifa cuja junção entre a haste e o traço é vincada e abrupta em vez de ser suave e curva como na serifa adnata, também chamada de serifa curva ou clássica.



116.



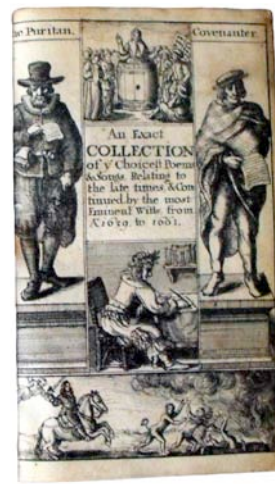
117.



118.



119.



120.



121.

A França é referida por Guedes (1987: 15) como estando na origem de «um dos factos mais interessantes da história do livro em Portugal» devido ao conjunto de franceses «naturais quase todos, de uma pequena aldeia dos Altos Alpes», que emigraram para Portugal na primeira metade do século XVIII — os Bertrands.

#### 2.2.4. BARROCO E ROCOCÓ

Segundo Spoccrati (1994: 87) «a origem do termo ‘barroco’ é controversa» significando, em português, irregularidade e em espanhol pérola, cuja forma esférica é imperfeita. O termo terá surgido no meio da ourivesaria tendo por essa via tomado significados de «arte cinzelada, preciosa ou extravagante: arte da argúcia e do insólito».

O período barroco não tem particular peso na história do design gráfico devido, segundo alguns historiadores, à riqueza herdada que não fomenta tão cedo a criação de novas invenções ou desenvolvimentos. Contudo, apesar de alguma falta de inovação dão-se alguns acontecimentos relevantes. Segundo Lyons (2011: 55) a impressão e as mestrias que lhe eram implícitas não eram a maior despesa na produção de um livro mas sim o papel. Só no século XVIII este material se torna mais acessível em quantidade e também em qualidade permitindo que a publicação se torne uma prática ainda mais comum.

Tipograficamente, essa passagem da época da razão para o barroco é visualmente explícita nos trabalhos e tipos de Fournier. Se, por um lado, racionalmente, ele inicia um sistema de ordenação da tipografia — até aí deixada ao modo que mais jeito dava a cada um — criando uma escala de tamanhos, por outro ele desenha letras, livros e páginas claramente rebuscadas, floreadas e decoradas com letras cheias de regozijo rococó.

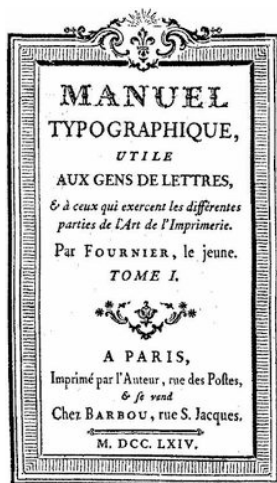
Deu-se uma generalização do livro que agora se debruçava sobre uma maior variedade de assuntos que podiam ir de tratados militares a livros recreativos e guias de jardinagem ou de conduta social, surgindo a novela como género literário principal. Em comum têm as cada vez mais presentes gravuras,

118. Rosto por Michel van Lochem de *Traité du Jardinage*, de Jacques Boyceau. Paris, Michel van Lochem, 1638.

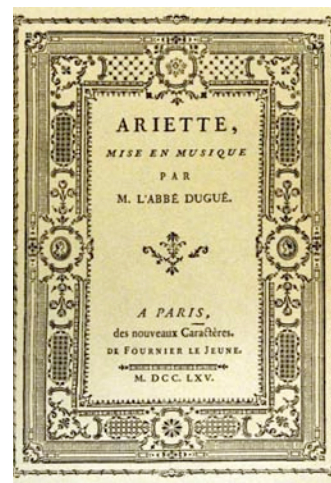
119. Rosto de *Leviathan*, de Thomas Hobbes. Londres, Abraham Bosse, 1651.

120. Frontispício por Richard Gaywood para *An Exact Collection of the Choicest Poems and Songs Relating to the Late Times*, de Henry Brome, 1661.

121. Frontispício de *Description and use of the sector* de Edmond Gunter. Londres, W. S., 1630.



122.



123.

122. Rosto por Fournier le Jeune, para *Manuel Typographique*, Paris, Fournier le Jeune, 1764.

123. Rosto por Fournier le jeune para *Ariette Mise en Musique*, de Dugué. Paris, Fournier le Jeune 1715.

124. *Table Générale de la proportion des differens corps de caracteres*, Fournier le Jeune, Paris, 1764.

TABLE GÉNÉRALE DE LA PROPORTION des differens Corps de Caractères.

ÉCHELLE FIXE de 144 points Typographiques.

Nomb.	Corps.	Pointes
1	PARISIENNE . . . . .	5
2	NOMPAREILLE . . . . .	6
3	MIGNONE . . . . .	7
4	PETIT-TEXTE . . . . .	8
5	GALLARDE . . . . .	9
6	PETIT-ROMAIN. — 2 Parisiennes.	10
7	PHILOSOPHE. = 1 Paris. 1 Nompaille.	11
8	CICÉRO. — 2 Nomp. = 1 Parisienne. 1 Mignone.	12
9	SAINTE-AUGUSTIN. — 2 Mignones. = 1 Nompaille. 1 Petit-texte.	14

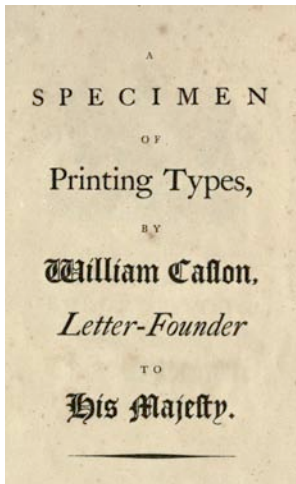
124.

que dão agora trabalho regular a artistas da ilustração em vários formatos, não apenas decorativos ou artísticos mas também informativos, como mapas, plantas, esquemas, diagramas e representações. As páginas de frontispícios são também decoradas com gravuras com motivos arquiteturas (Drucker, 2013: 102).

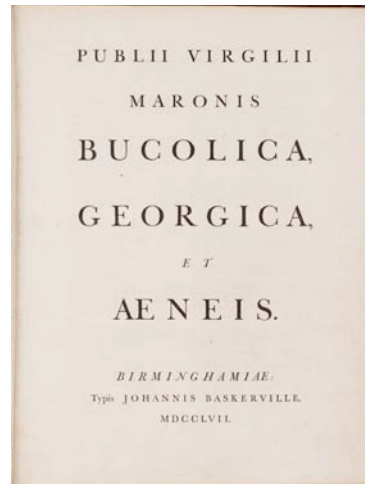
O caso particular do rococó mantém a França como centro da sua expressão tipograficamente mais representativa. As gravuras tornam-se um meio altamente conveniente do rococó, por permitirem um livre e rendilhado manejar do traço com temas decorativos, festivos, eróticos, extravagantes, sensuais e bucólicos. E o seu «detalhe delicado e as linhas finas tornaram esse meio muito apreciado para etiquetas, cartões de visita, timbres, cabeçalhos e proclamações» (Meggs, 2009: 157).

A era rococó parece fazer justiça à teoria de que certos movimentos vêm ou em sentido oposto, ou no mesmo sentido, intensificando-o, do movimento que o antecede. Parece ter sido isto que aconteceu com a tipografia deste período como parecem confirmar os manuais tipográficos de Pierre Simon Fournier.

«Em 1737 Fournier le Jeune foi pioneiro na padronização quando publicou a sua primeira tabela de proporções. (...) Entretanto seu sortimento de pesos e larguras deu início à ideia de uma “família” de tipos visualmente compatíveis e passíveis de serem mesclados. Ele mesmo desenhava e compunha as páginas mais complexas, ricamente adornadas com seus primorosos fleurons, usados separadamente ou multiplicados para obter ilimitados efeitos decorativos. Suas experiências com fundição permitiram-lhe moldar linhas, filetes simples, duplas e triplas de até 35,5cm e os maiores tipos de metal já feitos (equivalentes aos tamanhos contemporâneos de 84 e 108 pontos). Seus tipos decorativos — contornados, sombreados, floridos, exóticos — funcionavam incrivelmente bem com suas fontes romanas, ornamentos e filetes. (...) Um sistema de medição melhor baseado no ponto (em vez da linha e ponto) (...). Apesar de seu efeito máximo ter sido deixado pela metade, Fournier le Jeune realizou mais inovações tipográficas



125.



126.

e produziu impacto maior no design gráfico que qualquer outra pessoa da sua época» (Meggs, 2009: 155–157).

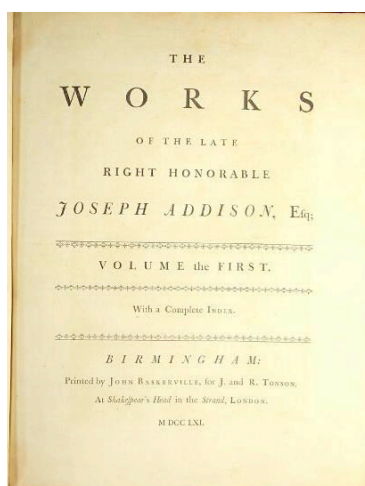
Foi em Inglaterra, que não tinha até aí tido um papel de relevância na imprensa<sup>79</sup>, que surgiram dois nomes que ficariam para a história da tipografia e do livro. O primeiro foi William Caslon, criador do seu tipo *Caslon Old Style*, seguindo, como o próprio nome indica, o estilo antigo do desenho de letras e que, por ser um tipo robusto e confortável, passou a ser a fonte mais usada nas décadas seguintes em toda a impressão inglesa. E isto tanto em Inglaterra como nas suas colónias, para onde tinha seguido a primeira gráfica a ser montada ainda no século XVII<sup>80</sup>. Mas apesar do sucesso do tipo de Caslon o seu desenho estava já em contraciclo com os tipos de transição que se tinham iniciado com o *Roman du Roi*. Foi outro inglês, John Baskerville (1706–1775), que deixou significativas mudanças tanto no tipo de letra que criou, como na composição dos seus livros, como ainda nas próprias prensas e papéis. Os tipos de Baskerville ficaram para a História do design gráfico como o exemplo do que são tipos de transição; tipos largos, com forte contraste de pesos e um eixo menos inclinado, o que dá às letras um carácter mais vertical do que o oblíquo que derivava da escrita caligráfica inclinada pela mão humana. As serifas são ainda adnatas, como os tipos humanistas, mas terminam num remate mais fino, possibilitado pela melhor qualidade dos papéis, mais lisos, pelas tintas, mais negras e polidas, e pelas prensas, com maior precisão, que Baskerville também desenvolveu. Mas Baskerville não fez apenas melhoria no desenho das letras, nas ferramentas e nos materiais. Também nos seus livros ele inovou em páginas cuja

125. Folha de rosto de catálogo de tipos de letra de William Caslon, Londres, 1785.

126. Folha de rosto por John Baskerville para *Bucolica, Georgia, et Aeni* de Públio Virgílio Maro. Birmingham, 1757.

79 Segundo Hollis (1994: 89) «foi apenas no desenho de letras que os britânicos contribuíram de forma duradoura no aparecimento da palavra impressa».

80 Benjamin Franklin (1706–1790) introduziu o tipo Caslon nas colónias norte-americanas, onde foi extensamente usado, inclusive para impressão oficial da Declaração da Independência (Meggs, 2009: 159–160).



127.



128.

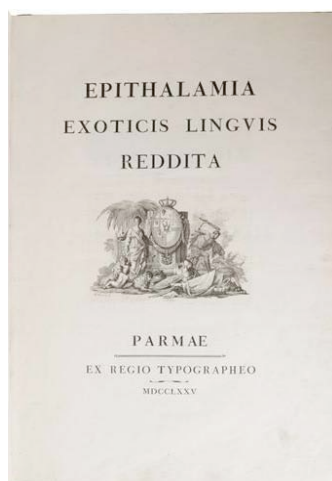
127. Rosto de *The Works of the Late Right Honorable Joseph Addison*, John Baskerville, Birmingham, 1761.

128. Rosto por Giambattista Bodoni para *Manuale Tipografico* de Giambattista Bodoni, Parma, 1818.

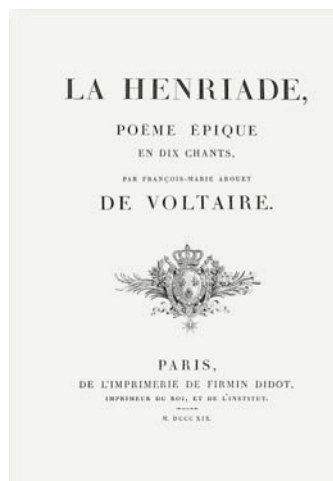
composição deixa para trás os ornamentos e uma necessidade de preenchimento do espaço. Baskerville virá em sentido contrário assumindo o branco e o espaço vazio como focos de valorização dos textos através das suas letras mais contrastantes e radicais (Meggs, 2009: 159–160). As letras de Baskerville, consideradas visualmente agressivas na sua época, permaneceram até hoje como o exemplo mais representativo dos tipos que fizeram a transição da tipografia humanista para a moderna, que viria a seguir.

Os tipos modernos, fugindo aos excessos da tipografia rococó, por um lado, e seguindo a abordagem dos transicionais, por outro, carregaram mais ainda no seu afastamento da caligrafia no sentido da máquina e do engenho científico. Menos humanos e mais matemáticos e geométricos, os tipos modernos levaram ao extremo a sua diferença de peso entre traços mais grossos e mais finos das letras. Sendo os últimos da mesma espessura das linhas das serifas, a inclinação do eixo desaparece tornando-se vertical e, finalmente, as serifas, agora perfeitamente lineares e muito finas, não têm quase elo de ligação que suavize a sua união ao corpo da letra, formando ambas um ângulo aparente de 90 graus.

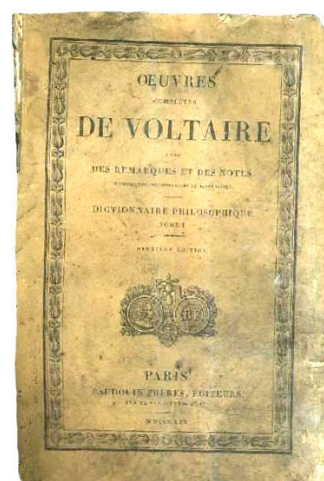
Se John Baskerville é o símbolo da tipografia de transição, o italiano Giambattista Bodoni é o da tipografia moderna. Bodoni era grande admirador do trabalho de Baskerville e fazia tensões de o visitar em Inglaterra para talvez com ele trabalhar, nunca tendo, contudo, ao permanecer em Itália, concretizado essa intenção. Seguindo, no início da sua carreira, o desenho rococó dos tipos e das composições de Fournier, Bodoni acabou por tomar Baskerville, e o seu desenho mais despojado e contrastante, como referência, seguindo-o e levando-o mais adiante, mergulhando no neoclassicismo. «Os caracteres criados por Bodoni caracterizam-se agora sobretudo pela passagem subtil e estudada do traço fino ao grosso, ou pela coexistência de hastes finas e grossas, num jogo de claro escuro que é o mesmo em que se baseia a página bodoniana. Com uma alternância estudada do corpo da letra nas linhas dos títulos e um cuidado especial na escolha dos papéis e das



129.



130.



131.

tintas, a página é ampla, simples, com margens e espaçamentos generosos e grandes áreas (...) em branco» (Bicker, 2001: 39).

Mas se Bodoni manteve ainda pequeníssimos detalhes que garantiam um calor humano aos seus tipos, já Firmin Didot, tipógrafo francês que seguiu uma estética muito próxima da de Bodoni, sendo também ele considerado uma referência nas letras modernas, levou essa verticalidade e alto contraste entre traços finos e grossos das letras até ao extremo, tornando a sua fonte mais geométrica e racional, mas tirando-lhe a temperatura e a humanidade que Bodoni soube manter. Bodoni dedicava-se à edição de livros eruditos nos quais atentava no menor detalhe. «A pureza severa do último estilo de design gráfico de Bodoni tem afinidades com a tipografia funcional do séc. xx. Páginas com design arejado, simples, com margens generosas, amplo espaçamento de letras e linhas e grandes áreas de espaço em branco tornam-se a sua marca registada» (Meggs, 2009: 164). «Na viragem do século XIX, o severo vocabulário de Baskerville foi levado ao extremo por Giambattista Bodoni em Itália e Firmin Didot em França. Suas fontes, com eixos totalmente verticais, contraste extremo entre traços grossos e finos e serifas nítidas como lâminas, foram a porta de entrada para uma visão da tipografia desvinculada da caligrafia» (Lupton, 2006: 17). É como se as letras antecipssem a revolução que aí vinha, menos baseada na mão dos homens e mais na mecânica das máquinas.

129. Rosto de *Epithalamia Exoticis Linguis Reddita*, de Giambattista Bodoni. Parma, Giambattista Bodoni, 1775.

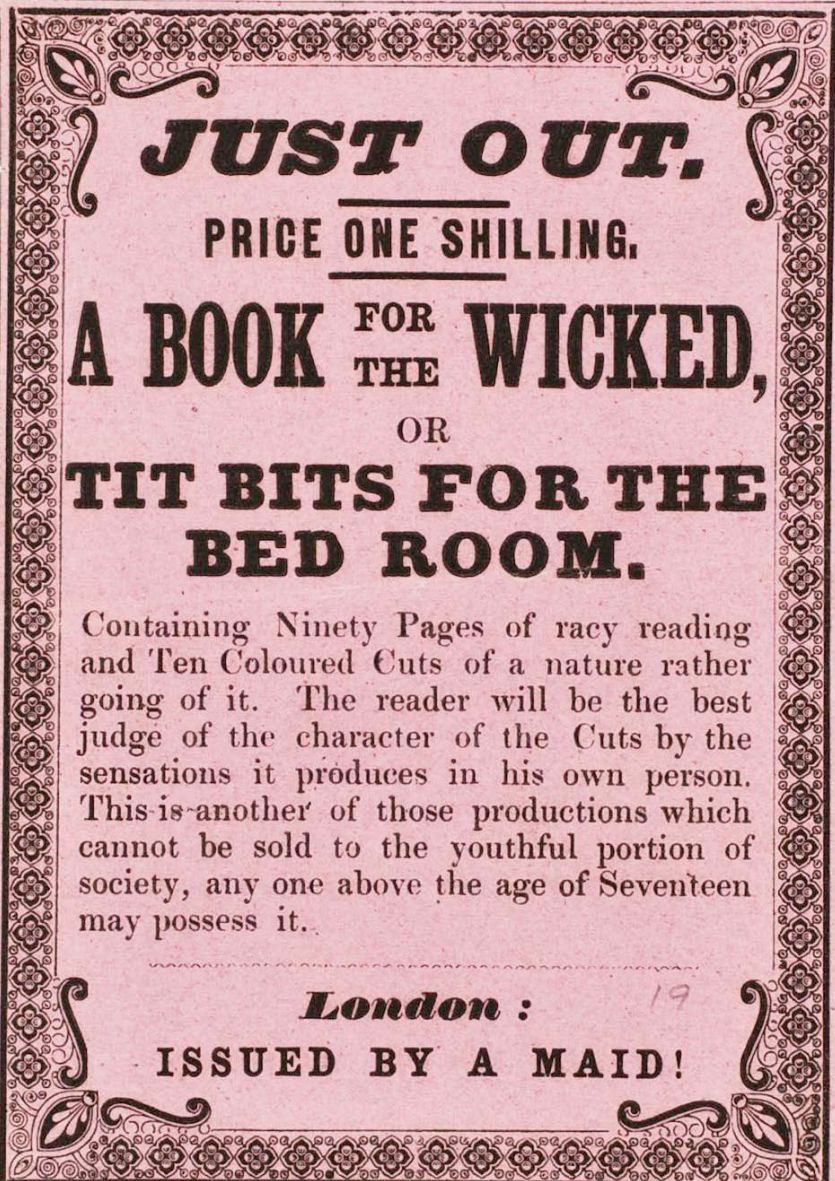
130. Rosto por Firmin Didot para *La Henriade*, de Voltaire. Paris, Firmin Didot, 1819.

131. Genette (1997: 23) refere a capa das *Obras Completas de Voltaire*, editadas pelos irmãos Baudoin, em Paris em 1825, como um dos exemplos das primeiras capas impressas.



132. Anúncio a  
*A book for the  
wicked or, Tit bits  
for the bed room.*  
Londres, s.d.

—  
Rand, 1985: 233



**JUST OUT.**  
**PRICE ONE SHILLING.**  
**A BOOK FOR THE WICKED,**  
**OR**  
**TIT BITS FOR THE**  
**BED ROOM.**

Containing Ninety Pages of racy reading and Ten Coloured Cuts of a nature rather going of it. The reader will be the best judge of the character of the Cuts by the sensations it produces in his own person. This is another of those productions which cannot be sold to the youthful portion of society, any one above the age of Seventeen may possess it.

**London :** 19  
**ISSUED BY A MAID!**

O MUNDO REAL NO QUAL O DESIGNER OPERA NÃO É O DA ARTE, MAS O MUNDO DAS COMPRAS E DAS VENDAS. PORÉM, AO CONTRÁRIO DO VENDEDOR, A DERRADEIRA MOTIVAÇÃO DO DESIGNER É A ARTE: A ARTE AO SERVIÇO DO NEGÓCIO, QUE POSSIBILITA A QUALIDADE DE VIDA E APROFUNDA A APRECIÇÃO DO MUNDO FAMILIAR.

— *Paul Rand\**

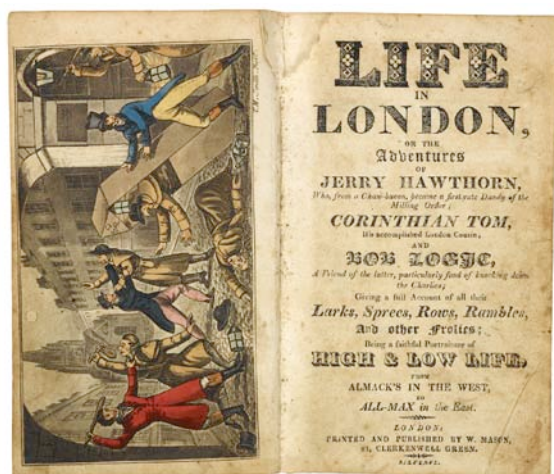
### 2.3. INDÚSTRIA. COMÉRCIO. DESIGN.

O SEC. XIX TRAZ FORTES MUDANÇAS À SOCIEDADE. A produção de bens deixa de ser baseada numa abordagem artesanal e ofical para passar a ser substituída por uma mais científica e mecânica. As máquinas vêm substituir o trabalho braçal mas requerem ainda operários para as fazerem trabalhar. Esses são, na sua maioria, pessoas do povo, saído do campo. Deixam as terras dos senhores feudais para partir rumo à cidade em busca de melhores condições. Nem sempre as encontram, contudo. Todos trabalham — homens, mulheres e crianças — frequentemente sem descanso nem condições, habitando lugares insalubres, vivendo miseravelmente e desprovidos de protecção social. Tal como o povo, também o poder se desloca, passando a ficar mais na mão dos comerciantes da cidade que na dos senhores do campo. As cidades crescem e com elas desenvolve-se uma consciência social e política prontas a receber termos e noções como democracia, burguesia e proletariado (Spoccrati, 1994: 115).

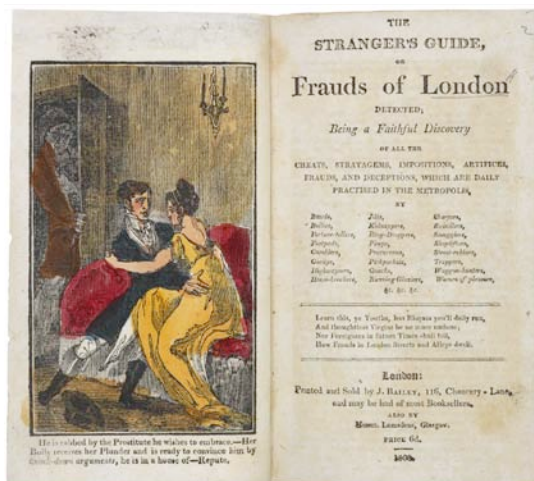
#### 2.3.1. ERA VITORIANA

Em termos de paisagem visual o século XIX traz com ele a propaganda. A revolução industrial alimenta-se a ela própria: mais pessoas nas cidades significa mais consumidores para seduzir visualmente com coisas para comprar. «À medida que esse ciclo de oferta e procura se tornava a força por trás do inexorável desenvolvimento industrial, as artes gráficas passaram a desempenhar um papel importante na comercialização da produção fabril» (Meggs, 2009: 175).

Segundo Johanna Drucker (2013: 119–121) no séc. XVIII o tamanho dos tipos de letra criados para impressão em livros, raramente ultrapassava os 2,5cm, mas o início do sec. XIX trouxe o fim dessa ordem de grandeza ao possibilitar a «liberdade de expressão gráfica» através de cartazes litográficos, panfletos e anúncios que tinham uma expressiva presença na paisagem das cidades, tendo substituído «o tom de advertência da comunicação pública pelo de sedução». As cidades enchem-se assim de cartazes tentando vender de tudo e a competição visual entre eles leva ao surgir das chamadas letras *fat face*.



133.



134.

Livros sobre vícios e virtudes.

133. Portada e rosto de *Life in London, or the Adventures of Jerry Hawthorn*, de W. Mason. Londres, W. Mason, c.1822.

134. Portada e rosto de *The Strangers Guide or Frauds of London*. Londres, Jay Bailey, 1808.

135. Cartaz de divulgação da Uxbridge Fair. Londres, Williams e Strahan, 1878.

136. Cartaz de divulgação dos espectáculos de 29 e 30 de Junho no Theatre Royal, Winchester, 1854.

A produção em madeira permite obter letras com tamanhos gigantescos, possibilitando que os cartazes comuniquem com os seus interlocutores 'muito alto' e a grande distância. Estas letras não se fazem valer apenas pelo seu enorme tamanho mas também pelos seus novos e fantasiosos desenhos. «Fontes grandes e pesadas foram feitas com a distorsão dos elementos anatómicos das letras clássicas. Fontes com altura, largura e profundidade assombrosas apareceram: expandidas, contraídas, sombreadas, vazadas, engordadas, lapidadas e floreadas» (Lupton, 2006: 21). O surgir das letra *fat face* é um forte sinal da importância que a comunicação passou a ter, em particular a publicidade através do papel impresso. Bilhetes, recibos, menus e outros papéis impressos de várias ordens, incluindo a publicidade, circulam por todo o lado. Segundo Drucker (2013: 118–109), se antes apenas figuras da autoridade imprimiam comunicados públicos com proclamações de leis ou de decretos, no século XIX podiam ser mandados fazer por qualquer um que os pudesse custear. Os seus conteúdos e tiragens mostram que tinham quase sempre um propósito efêmero e localizado. Serviam para publicitar vendas de propriedades, encontrar crianças



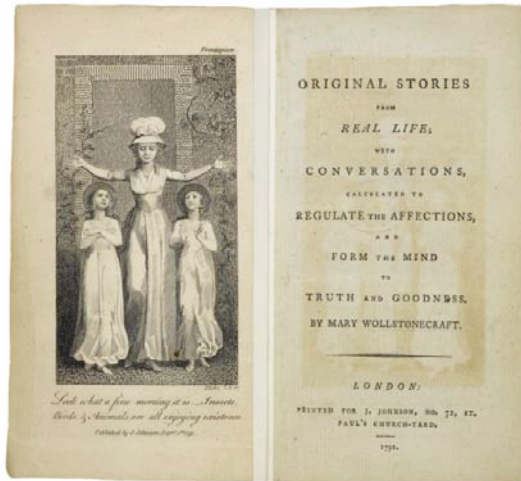
135.



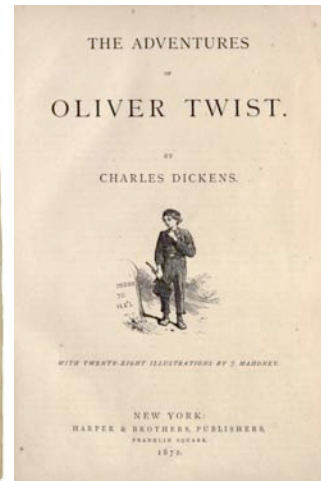
136.



137.



138.



139.

desaparecidas ou alertar acerca da presença de criminosos em determinado bairro, levando-nos à conclusão de que as artes gráficas eram um serviço já habitualmente disponível em cidades e vilas.

A cultura do material impresso tornou-se em simultâneo agente e resultado da sociedade de consumo. Ora, é curioso reparar que, se, por lado, se dá aqui o fim da relação da quase exclusividade das letras com os livros, por outro, ao levarem ao forte desenvolvimento do cartaz como peça determinante na comunicação e na captação da atenção do consumidor, tornam o cartaz, em certa medida, concorrente do livro enquanto grande impulsionador das capas como hoje as conhecemos. Ou seja, como meio de autor, editor, designer e livro comunicarem com o seu público. É, em boa medida, devido ao facto de se terem transformado em minicartazes que as capas deixaram de ser vistas como uma mera cartolina protectora<sup>81</sup>.

81 Estas sobrecapas (*dust jackets*) de cartão com recortes que deixavam ler o título, surgiram da necessidade de proteger as capas em pele das cinzas, vindas das chaminés, que invadiam Londres (Heller, 1999: 91).

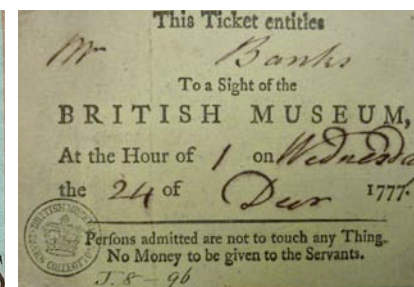
137. Portada e rosto de *The Belton's Book of Household Management*, de S. O. Beeton. Londres, Isabella Beeton, 1861.

138. Portada e rosto de *Original Stories from Real Life*, de Mary Wollstonecraft. Londres, J. Johnson, 1798.

139. Folha de rosto de *The Adventures of Oliver Twist*, de Charles Dickens. Nova Iorque, Harper and Brothers, 1872.

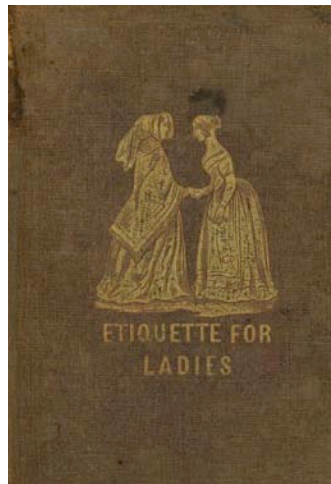
140. Anúncio a flocos de aveia *Golfer Oats*, 1887.

141. Bilhete para visitar o *British Museum*, 1790.

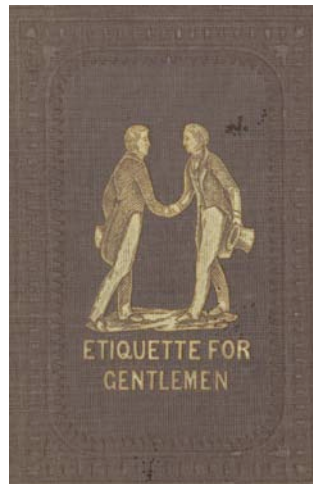


141.

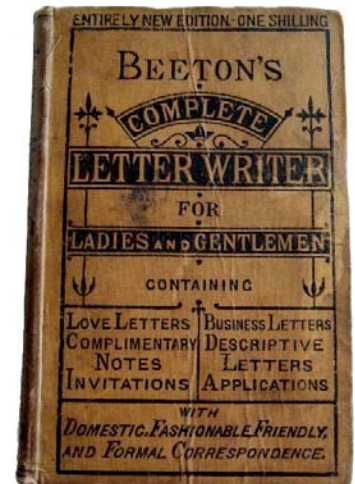
140.



142.



143.



144.

142. Capa dura de *A Hand-book of Etiquette for Ladies*, de 'an American Lady'. Filadélfia, George Appleton, 1851.

143. Capa dura de *Etiquette For Gentlemen*. Filadélfia, George S. Appleton, 1849.

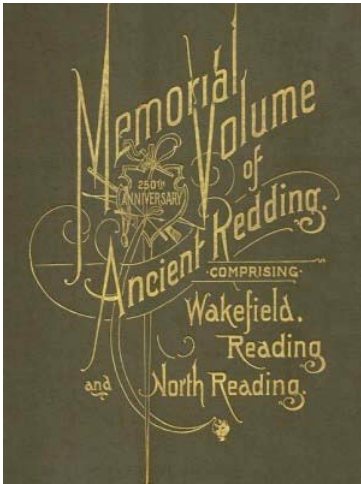
144. Capa dura de *Beeton's Complete letter Writer*. Londres, s.d.

É pois só no século XIX, e neste contexto de facilidade de impressão em papel — que conta agora com a litografia<sup>82</sup> a cores e a prensa movida a vapor — que surgem, e se tornam comuns, as capas, como hoje estamos habituados a vê-las, impressas em papel ou estampadas em tela ou em tecido. «Antes da década de 1820, os livros eram normalmente publicados com capas provisórias, na expectativa de que os compradores as substituíssem por uma encadernação permanente de couro, o material mais maleável e disponível na época. A capa podia então receber informações sobre o autor e o título, e talvez uma decoração adicional, folheada a ouro» (Powers, 2008: 10). Estas informações eram impressas na folha de rosto do livro. Com a cada vez maior oferta de livros, e do seu negócio, surge uma competição pela atenção do comprador, e uma comunicação visual com letras, cores, ilustrações e texturas, e que comunica mais rapidamente do que apenas com texto disposto anonimamente sobre couro liso. Conforme refere Morlighem (2014: 27) «daí em diante os editores começam a comercializar obras protegidas por capas que já não são virgens mas impressas em tipografia. A diferenciação (das capas) anuncia-se a partir do exterior, na lombada, a primeira e a

«A sobrecapa começou como um invólucro castanho que era usado para proteger os livros enquanto viajavam do processo de impressão até ao leitor. Durante o século XIX e no início do século XX, os editores usavam «janelas» recortadas nesses papéis castanhos para revelar o nome do autor, título e editor - geralmente na lombada do livro, pois estariam empilhados e não expostos com a capa voltada para frente» (Snyman, 2015: 3).

82 No final do século XVIII, criada por Alois Senefelder, surgiu a litografia, que veio permitir a impressão de imagens desenhadas directamente na matriz, que era uma pedra calcária, pelo próprio artista e não pelo gravador intermediário, que dominava as técnicas e os utensílios, mas que poderia induzir possíveis alterações ao desenho original. Na litografia a mesma pedra podia ser reutilizada vezes sem conta e o artista, munido de um lápis litográfico, podia desenhar não só ilustrações como também letras com muito maior facilidade que na gravura. Essa nova possibilidade foi muito significativa por ter contornado as fortes limitações que até então eram habituais na convivência entre a ilustração e o texto que tinham de ser criados em diferentes suportes (Drucker, 2013: 116).

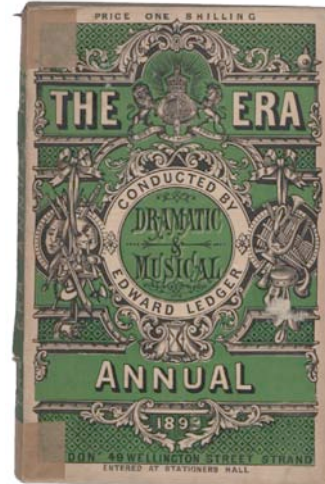
Em Portugal o surgimento da litografia data de 1823, sendo logo no ano seguinte criada, por ordem de D. João VI, a Oficina Régia Lithográfica que posteriormente passa a integrar a Academia de Belas Artes de Lisboa, ao mesmo tempo que outras oficinas vão surgindo. O pintor Domingos Sequeira terá sido o primeiro impressor litográfico em Portugal, depois de ter recebido «uma prensa e algumas pedras litográficas» que Mousinho de Albuquerque lhe enviou de Paris em 1822. Décadas mais tarde também Raphael Bordalo Pinheiro seria um nome importante na prática da litografia em Portugal (<http://www.tipografos.net/tecnologias/litografia-portugal-brasil.html>).



145.



146.



147.

quarta capas: Não só se protege mas desvenda (...). Progressivamente a ilustração vem completar, ou seja, relacionar os elementos textuais e ornamentais» (*idem*).

As capas nascem do livro, brotando do seu interior, repetindo informações do rosto e dando sentido visual a esses conteúdos para que, de forma rápida e sensorial, o leitor consiga ver aquilo que poderá querer, e depois também ler. Perante uma sociedade que cada vez mais pode ler e comprar, o livro sente necessidade de se dar a conhecer e de seduzir, deixando de permanecer calado e quieto à espera que venham ter com ele. A capa é o livro a dar um passo em frente. As capas, surgindo neste ambiente publicitário de deslumbramento pelo impresso, partilham a mesma estética vitoriana — sobredecorada e com recurso a excessivos tipos em simultâneo — das embalagens de qualquer outro consumível.

Verificamos então que na história do livro só muito tarde as capas passam a servir para mais do que proteger o próprio livro, começando a agir como representantes dele. Mais tarde ainda, sentindo-se a necessidade de proteger essa protecção, surgem as sobrecapas, permitindo que as capas cheguem em bom estado às livrarias, não se sujando durante o transporte. As sobrecapas são tomadas como provisórias devendo ser descartadas assim que o livro chega a casa, sendo inclusivamente, por alguns, desdenhado o acto de manter sobrecapas. As primeiras sobrecapas surgem em Inglaterra (Heller, 1999: 91), não possuem qualquer indicação, sendo pouco mais do que umas coberturas em papel de cor lisa onde eram recortados alguns rectângulos que pudessem deixar ler o título e o autor. Mas rapidamente os editores se apercebem do seu «potencial para fins promocionais», conforme refere Connolly (2009: 189), passando a servir também para atrair atenção do público, já habitual nos Estados Unidos nos finais do sec XIX, e aproveitando-se as suas costas ou as badanas para textos propagandísticos sobre o livro em questão ou para anunciar outros títulos.

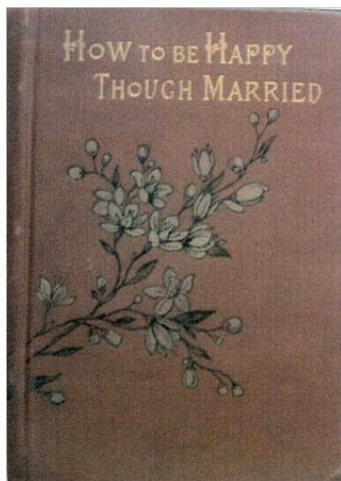
As revoluções sociais, nomeadamente a francesa e a americana trouxeram com elas uma maior igualdade social com reflexos numa também maior generalização do poder de compra e de acesso à educação e aos livros, que são

145. Capa dura de *Memorial Volume of Ancient Redding*, de Loring & Twombly. Boston, The Barta Press, 1896.

146. Capa por William Morris para *Book of Verse*, de William Morris. Londres, 1870.

147. *The Era Annual*, de Edward Ledger. Londres, 1899.

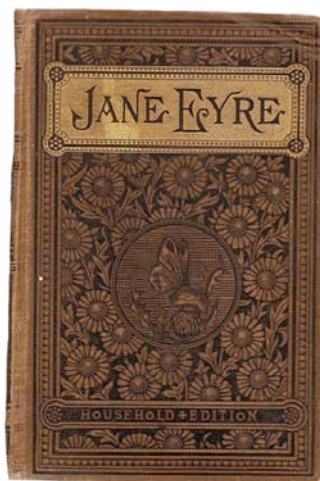
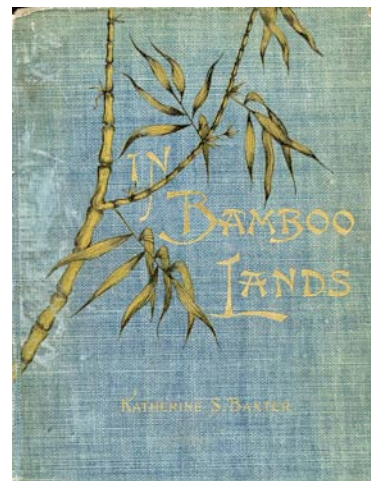
148. Capa dura de *How to be Happy Though Married*, de autor anônimo. Nova Iorque, Charles Scribners Sons, 1886.



149. Capa dura por E. Stuart Hardy para *A Bunch of Cherries* de L. & T. Meade. Londres, Ernest Nister, 1898.



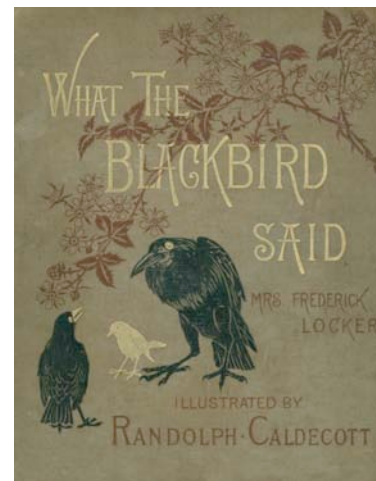
150. Capa dura de *In bamboo Lands*, de Katharine S. Baxter. 1896.



151. Capa dura de *Jane Eyre*, de Charlotte Brontë. Londres, Smith, Elder & Company, 1847.

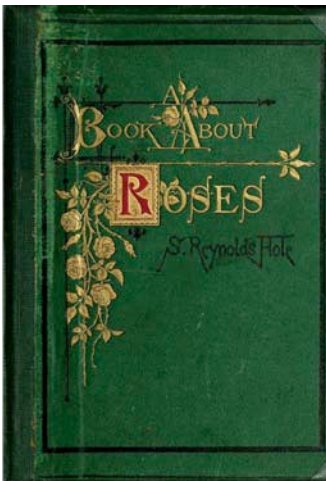


152. Capa com ilustração de Harrison Hair, para *Birds and their nests*, Londres, S. W. Partridges & Co., c. 1878.

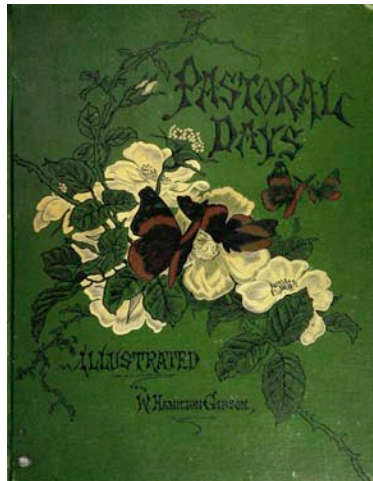


153. Capa por Randolph Caldecott para *What the Blackbird Said* de Frederick Locker. Londres, George Routledge & Sons, 1881.

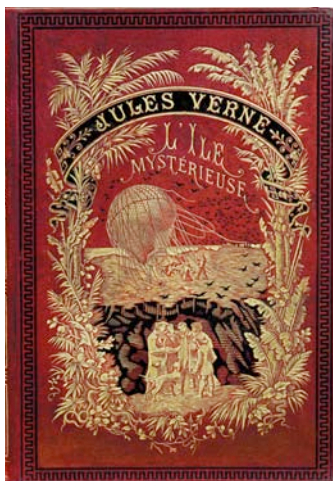
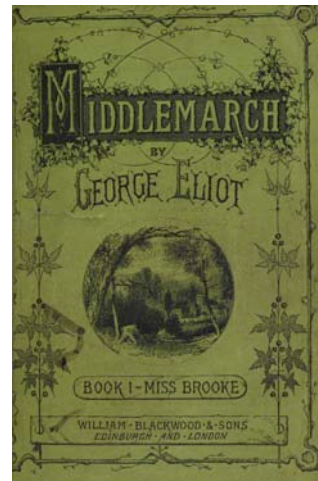
154. Capa dura de *A Book About Roses*, de S. Reynolds Hole, Edimburgo, William Blackwood, 1872.



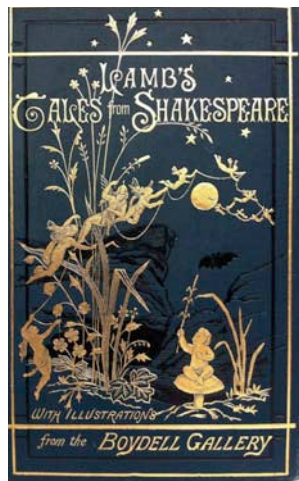
155. Capa dura de *Pastoral Days*, de W. Hamilton Gibson. Nova Iorque, Harper & Brothers 1881.



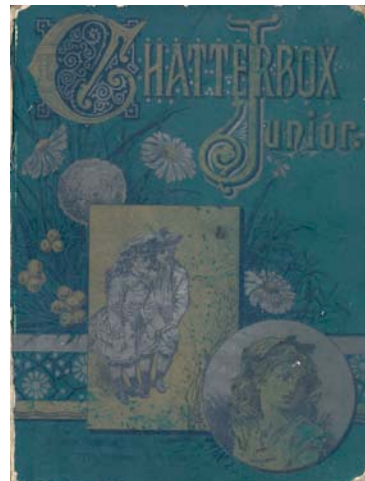
156. Capa de *Middlemarch*, de Mary Anne Evans, (pseudônimo: George Eliot). Edimburgo e Londres, William Blackwood & Sons, 1871.



157. Capa dura de *L'île Mystérieuse*, Jules Verne, Paris, Hetzel, 1877.

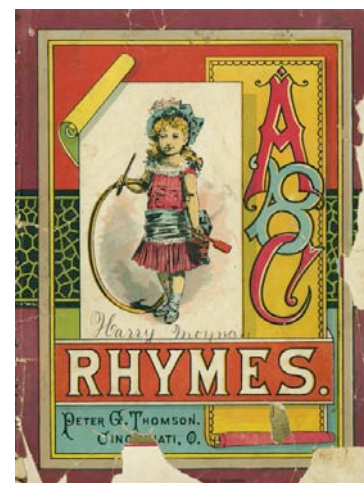


158. Capa dura de *Lamb's Tales*, de Shakespeare. Londres, Bickers & Son, 1899.



159. Capa de *Chatterbox Junior* de R. Worthington. Nova Iorque, R. Worthington, c. 1883-





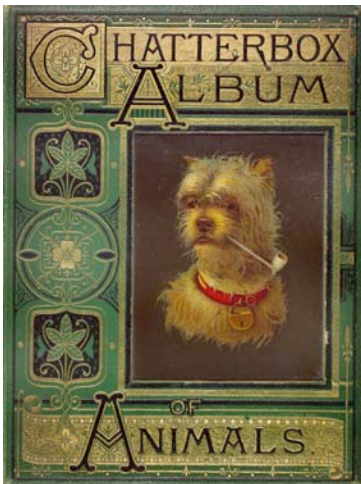
160.

160. Capa de *ABC Rhymes*, de Peter G. Thomson. Cincinnati, Peter G. Thomson. c.1880.

agora publicados em grande quantidade e variedade de temas. O desenvolvimento tecnológico permite a redução de custo unitário de grandes tiragens, que um público emergente de novos leitores ajuda a escoar. Surge o mercado massificado que a maquinização do fabrico de papel também facilita (Meggs, 2009: 175). O uso da litografia a cores vem substituir as colorações feitas à mão e facilita o grafismo apelativo dos livros decorados ou ilustrados, desta forma cada vez mais acessíveis a todos, e ajudando a estabelecer um novo género literário de rimas e abecedários destinados às crianças. Contudo, se tudo se produz em grandes quantidades e em pouco tempo, é frequentemente com sacrifício da qualidade dos produtos e da vida dos operários. Os livros não são um artigo de excepção nos aumentos generalizados de produção, e, se a quantidade de impressão de livros aumenta, o mesmo não acontece com a qualidade, que decresce. Tipos deteriorados por excesso de uso, tiragens demasiado grandes e pouco cuidado no projecto gráfico produzem páginas manchadas e edições com margens e entrelinha<sup>83</sup> desconsiderados (Drucker, 2013: 112).

Do século XVI ao XIX, o progressivo aumento de publicações provoca uma forma de trabalhar cada vez mais distante da que era praticada no Renascimento, em que uma pequena equipa, numa só oficina, partilhava múltiplas tarefas que iam da fundição dos tipos e gravação dos ornamentos e ilustrações, à composição e impressão das páginas, assegurando todo o trabalho de publicação. Segundo Drucker (2013: 93), à medida que se foram dando as transformações sociais e políticas no período de 1660 a 1800 vieram mudanças estruturais no trabalho de impressão e de design gráfico. Fundição de tipos, impressão, fabrico de papel, gravura, encadernação e publicação de livros tornaram-se ofícios distintos. O negócio da impressão tornou-se uma indústria e

83 É a unidade básica de medida do espaço vertical em tipografia e refere-se à distância de uma linha de base a outra. O seu valor numérico deve assegurar que o topo da descendente de uma letra (por exemplo *p*) não se sobreponha ao topo da ascendente de uma letra (por exemplo *d*) que esteja imediatamente abaixo na linha seguinte. Regra geral a medida da entrelinha deverá ser superior em dois pontos à medida do corpo da letra, ou seja, para uma letra com corpo de 10 pontos uma entrelinha de 12 pontos é, geralmente, adequada (Bringhurst, 2011: 45).



161.



162.

várias ocupações se desenvolveram com ela. Por exemplo, a fundição era separada da composição e da impressão. O design, a fundição e o acabamento dos tipos requeriam competências muito diferentes das necessárias para compor o texto, montá-lo na prensa, entintá-lo e tirar provas. A revisão de provas, por exemplo, requeria um grau de literacia mais alto do que as tarefas de colagem, imposição e preparação das folhas para encadernação. Embora a categoria de designer gráfico não existisse ainda, certos impressores alcançaram celebridade entre clientes que valorizavam algum pormenor ou a qualidade geral dos livros.

### 2.3.2. ARTS & CRAFTS

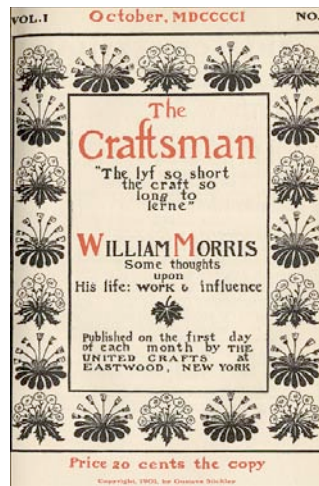
No século XIX, perante tão grande volume de trabalho, as funções que até essa altura eram partilhadas por operários que dominavam vários passos da linha de produção, deixaram de dar a resposta pretendida — mais rápida e industrializada. Esta nova fase traz com ela a produção em série e a divisão do trabalho em tarefas, específicas e repetidas mecanicamente por operários, que perdem a perspectiva geral e a visão de conjunto da produção e do objecto final para passarem a tê-la apenas do seu sector, dentro da grande fábrica. Este aspecto é interessante pois o resultado do trabalho que antes era visto pelo artífice como completo e concreto, passa a ser sentido como parcial e abstrato. Esta aparentemente pequena diferença poderá ter sido uma forte contribuição para o processo de decadência da qualidade dos artigos desta época, fruto da queda também da própria ética do trabalho, pelo facto de o trabalhador já não sentir o mesmo brio profissional nem a valorização que o domínio do ofício lhe proporcionava. Perde-se pois o vínculo que o trabalhador tinha com o objecto do seu trabalho.

A prensa, que evoluiu do seu formato manual, em madeira, próximo de Gutenberg, e é agora em ferro e movida a vapor<sup>84</sup>, permite maior eficácia e maiores tamanhos de impressão. Um exemplo apresentado por Eskilon (2012: 28), é um bom

161. Capa de *Chatterbox Album of Animals*, de Margaret Vandegrift. Londres, W.W. Gardner, c.1860.

162. Capa de *Kinder und Hausmärchen*, dos irmãos Grimm. Berlim, Verlagsbuch-Handlung c.1880.

84 «Em 1880 a impressora de Lorde Stanhope era inteiramente construída de peças de ferro fundido. O mecanismo de rosca de metal precisava de cerca de um décimo da força manual necessária para imprimir



163.



164.

163. Capa do Volume I de *The Craftsman*, dedicado a William Morris. Nova Iorque, The United Crafts, 1901.

164. Capa da revista *The Studio*. William Morris, Londres, 1893. Capa da revista *The Studio*. William Morris, Londres, 1893.

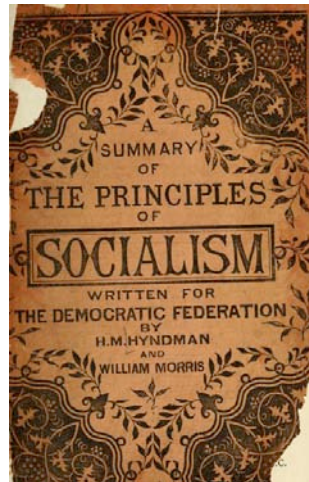
indicador da enorme expansão e do mercado existente para a imprensa no Reino Unido. Trata-se do estabelecimento de mais de duas mil publicações periódicas durante o século XIX, algumas delas muito baratas e a atingirem tiragens de 200 mil exemplares. A produção massificada de bens sem qualidade através da exploração dos trabalhadores, levou a um triste panorama, que personalidades críticas como o escritor e crítico John Ruskin, e mais tarde, influenciado por este, o artista, poeta e designer William Morris, quiseram reagir dando origem ao movimento *Arts and Crafts* surgido em Inglaterra. Defendiam que a era industrial tinha isolado o artista da sociedade substituindo-o pelo engenheiro, que não tinha preocupações estéticas e que promovia «o pastiche de modelos históricos e o declínio na criatividade» (Meggs, 2009: 217). Atacavam o trabalho feito por máquinas acusando-o de desonesto e inestético e defendiam, como exemplo de boas práticas, a laboração à moda medieval, por acharem que operava a um ritmo que era o do homem e não o da máquina, e por considerarem que essa «representava uma época de ouro do trabalho criativo na qual desenho e projecto faziam ainda parte do processo de produção manual de bens» (Eskilon, 2012: 50). Apesar dessa admiração romântica pelos valores do trabalho nas oficinas medievais<sup>85</sup> o movimento *Arts and Crafts* redefiniu «a figura do designer como um intelectual distanciado do comércio» (Lupton, 2006: 25). Estes novos agentes do design eram «críticos da sociedade, esforçando-se para criar objectos e imagens que desafiariam e corrigiriam hábitos e práticas dominantes» (*idem*).

numa prensa de madeira, e (...) permitiu a duplicação do tamanho da folha da imprensa» (Meggs, 2009: 181).

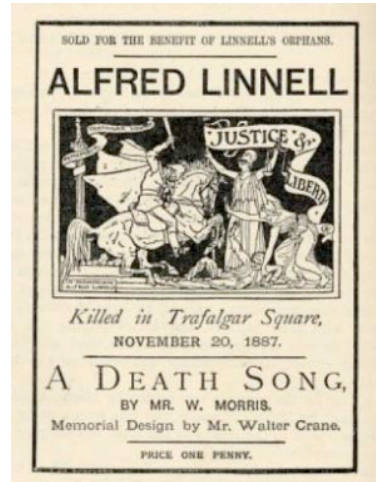
85 Também em Portugal é sentida a falta da forma medieval do trabalho reconhecida nos *construtores de catedrais*. «Perdera-se o natural sentido de equipa que caracterizava os construtores das catedrais. O individualismo era, então a bandeira que cada categoria profissional ou artística arvorava (...). No caso concreto do tipógrafo, reconhecida a sua importância cultural e sentindo-se colocado acima de todas as classes artísticas e industriais, guardou para si os segredos da sua arte e tentou açambarcar as tarefas que a outros competia realizar. Em Portugal, onde a concorrência não era muita mas também o trabalho era assaz diminuto, quando comparado com o volume editorial de outros países, aquela atitude assumiu dimensões que se enraizaram até ao final do século XIX, princípios do século XX (...).» (Sousa, Ricardo. *Arte e Artistas in A Arte Typographica* ano 1).



165.



166.



167.

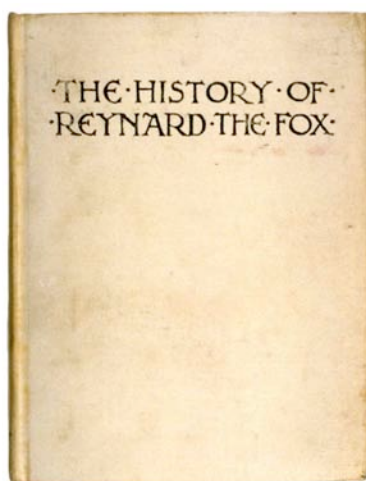
Pensavam fazê-lo em boa parte através das artes decorativas defendendo que através da beleza colocada em objectos de uso quotidiano teriam um impacto maior no mundo visual de toda a sociedade e não apenas no de alguns privilegiados usufruidores de artes puras, como a pintura ou a escultura. As artes aplicadas não reclamavam a tarefa de alindar o ambiente urbano e sim de beneficiar a sociedade em geral, tornando acessível à vida e ao trabalho de todos artigos belos e com qualidade. Segundo Eskilón (2012: 50), Morris, ao argumentar que «não pretendo a arte apenas para alguns tal como não pretendo educação só para alguns», dá uma ideia muito clara das intenções que tinha de melhorar a qualidade de vida das pessoas e dos trabalhadores comuns. Contudo esse fim falhou e a grande maioria das obras realizadas durante esta época, por serem projectadas em materiais caros e produzidas de forma essencialmente manual, inviabilizaram economicamente as boas intenções dos seus praticantes, nunca chegando a alcançar o público a que se destinavam pois eram acessíveis apenas aos ricos.

Outros aspectos são dignos de referência no movimento *Arts and Crafts*. Os operários, frequentemente explorados com visíveis resultados na vasta miséria urbana, despertam consciências e dão origem a propostas de novos modelos sociais. A defesa do trabalho pelos próprios designers, que também por influência dos escritos de Karl Marx e doutros filósofos, publicados por esta altura, levaram várias organizações como ordens e sindicatos, a atrair designers cada vez mais conscientes e críticos das práticas laborais vigentes, tal como o da poluição industrial, tentando mudar a sociedade e colmatar as suas falhas, simbolizadas na falta de qualidade dos seus objectos e indiciando «falha moral e fraqueza cultural» (Ruskin *in* Drucker, 2013: 153). Os designers vêem-se agora como agentes de mudança social com a obrigação moral de resolver esta falha entre a indústria e o artesanato, entre o engenheiro e o artista, entre os industriais e as pessoas. O designer poderia ligar as pontas entre arte, economia e cultura tornando-se um agente activo e multidisciplinar, socialmente determinante através da sua prática. Os designers assumem-se assim como resolutores de um problema e conqui-

165. Edição alemã do *Manifesto Comunista* de Karl Marx e Friedrich Engels, Londres, 1848.

166. *Summary of the principles of Socialism*, de H. M. Hyndman e William Morris. Londres, The Modern Press, 1884.

167. Panfleto de *A Death Song*. William Morris. Londres, 1887.



168.

168. Capa de *The History of Reynard the Fox*. Londres, David Nutt Strand, 1897.



169.

169. Capa dura de *The Works of Geoffrey Chaucer*. William Morris e Edward Burne-Jones, Kelmscott Press, Londres, 1896.



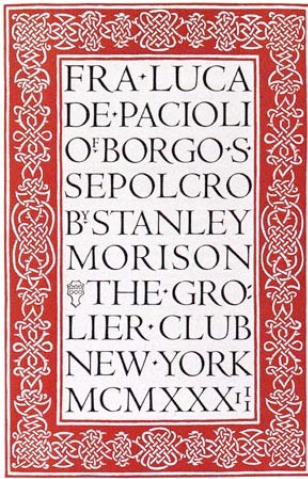
170.

170. Capa de *The Century Guild hobby horse* by A. H. Mackmurdo. Century Guild of Artists, London, 1884.

tando o seu espaço bem distinto dos artistas das belas artes. Propõem-se intervir através da arquitectura, mobiliário, decoração e imprensa, através das quais pretendiam «restaurar a dignidade do trabalho, os prazeres do artesanato, a beleza inerente dos objectos úteis e dos espaços domésticos, que acreditavam terem existido anteriormente (Drucker, 2013: 151–153). A edição teve uma importância assinalável testemunhando um renascimento do livro enquanto objecto que veio a ter seguimento na Holanda, na Alemanha e nos EUA (Meggs, 2009: 232–236). Pelas mãos de impressores independentes, admiradores da estética medieval, da qualidade dos materiais e dos livros da era pré-Revolução Industrial, surgem cuidadas publicações que abordam o livro e a revista como objectos de culto e de beleza, que produzem com fortes preocupações estéticas e altos padrões de qualidade no desenho, nos materiais e nos acabamentos (Meggs, 2009: 219), e que divulgam através de revistas visualmente cuidadas. Estas serviam não só como meio de divulgação dos seus trabalhos mas também dos seus ideais. De que eram exemplo os livros da editora Kelmscott Press<sup>86</sup>, e revistas como a célebre *The Century Guild Hobby Horse*<sup>87</sup>. Nelas exibiam e divulgavam os valores do movimento *Arts and Crafts* que defendiam como «alternativa de desenvolver formas e métodos industriais que reconciliassem as necessidades do dia-a-dia com valores orgânicos e humanos» (Drucker, 2013: 154–155). Artistas, poetas e designers divulgavam os seus trabalhos e ideias através de cuidadas revistas e livros, que apesar de produzirem de forma particular e independente, se serviam das redes de distribuição em massa, já instaladas, como livrarias, tabacarias e quiosques, para fazerem chegar à população as suas ideias através de belos livros, que tanto contrastavam com as habituais e descuidadas edições da época. Nos EUA, conquistados por esses livros, surgiram

86 «A Kelmscott Press queria recapturar a beleza dos livros incunabulares. Meticulosa impressão manual, papel artesanal, xilogravuras feitas à mão, capitulares e filetes similares... o livro como arte» (Meggs, 2009: 223).

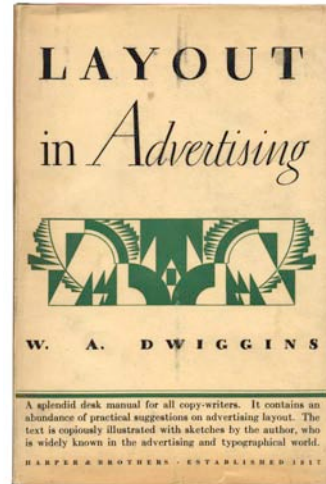
87 «Primeiro periódico dos anos 1880 a apresentar o ponto de vista das *Arts and Crafts* inglesas para um público europeu e a tratar a impressão como uma forma séria de design» (Meggs, 2009: 221).



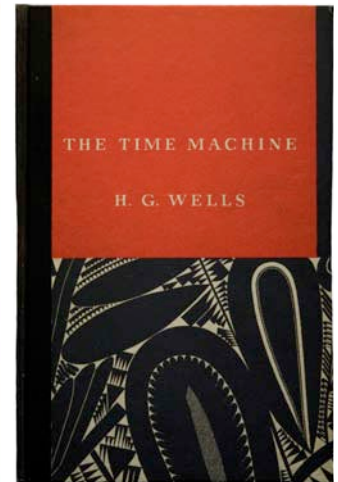
171.



172.



173.



174.

dois seguidores deste movimento que viriam a desenvolver notável trabalho, tanto no design de livros, com Bruce Rogers (1870–1956), como no de tipos, como Frederic Goudy (1865–1947). Ambos vieram a ter forte influência no posterior design editorial norte-americano, em particular num aluno deste último, William Dwiggins (1880–1956), a quem é atribuído o cunho do termo *graphic designer* que passou a identificar uma profissão (Meggs, 2009, : 236–237), e que através do seu trabalho e das suas palestras muito contribuiu para a instrução e teorização do design. O qual, segundo Drucker (2013: 206), tinha «na Europa sido já institucionalizada no currículo das recém nascidas escolas de design, mas que faltava ainda nos Estados Unidos onde a profissão era ainda mais pragmática que teórica».

Dwiggins terá sido, segundo Heller (1999: 91), um dos raros casos de designers responsáveis tanto pelo design das capas, como pelo miolo dos livros que, habitualmente, não eram projectados pelo mesmo profissional. Essa cisão, entre designers de capas e designers de miolos, terá continuado nos EUA até à década de 1950, sendo inclusivamente representados por associações profissionais separadas.

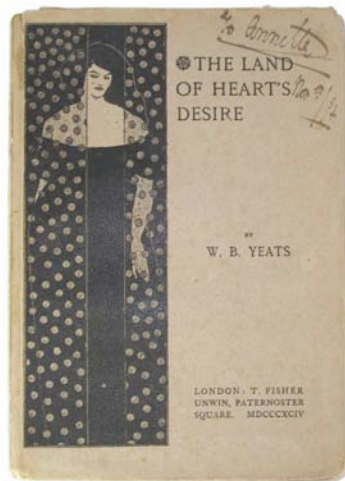
Em suma, se, por um lado, se pode dizer que o *Arts & Crafts* foi um movimento fracassado nos seus intuitos, por não ter conseguido chegar àquelas a que se destinava, por outro é reconhecido como determinante para o design. Os valores que procuravam praticar, apesar de buscarem uma visão do passado, vieram a ser adoptados e adaptados, por movimentos futuros que se mostraram determinantes para o design. Foi fonte de fundamentos importantes àquela que veio a ficar conhecida como a primeira escola de design — a Bauhaus, podendo por isso dizer-se que Arte Nova e o *Arts and Crafts* deram um determinante contributo ao movimento moderno nas artes gráficas. «O paradoxo de William Morris», como refere Meggs (2009: 226), defendendo o «ofício manual, a fidelidade aos materiais, a conversão do útil em belo e a adequação do design à função, são comportamentos adoptados pelas gerações seguintes, que procuravam unificar não a arte e o ofício, mas a arte e a indústria.»

171. Capa por Bruce Rogers para *Fra Luca de Pacioli of Borgo S. Sepolcro* de Stanley Morison. Nova Iorque, Grolier Club, 1933.

172. Capa de Bruce Rogers para *Italian Old Style A New Type Face* de Frederic Goudy. 1924.

173. Sobrecapa de Addison Dwiggins para *Layout in advertising*, de William Addison Dwiggins. Nova Iorque, Harper & Brothers, 1928.

174. Capa de W. A. Dwiggins para *The Time Machine* de H. G. Wells. Nova Iorque, Random House, 1931.

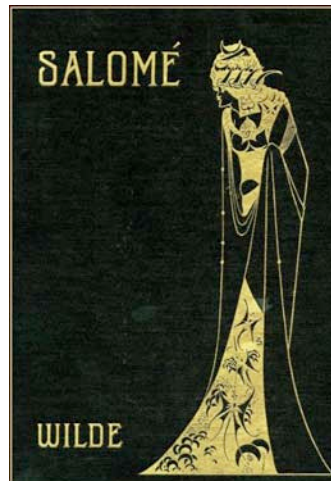


175.

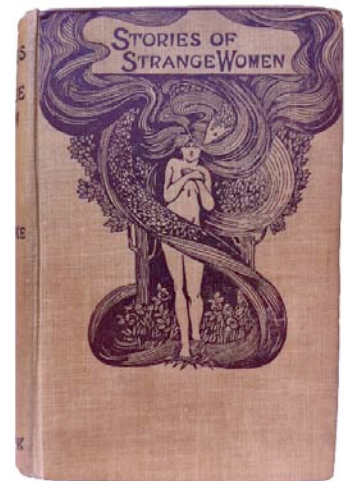
175. Capa de *The Land of Heart's Desire*, de W. B. Yeats. Londres, Fisher, 1894.

176. Capa de Aubrey Beardsley para *Salomé*, de Oscar Wilde. Boston, John W. Luce & Company, 1906.

177. Capa de *Stories of Strange Women* de J. Y. F. Cooke. Londres, J. Long, 1906.



176.



177.

A figura feminina é usada para tudo vender: artigos para a casa, revistas, café, absinto ou cerveja.

— 178. Anúncio a cerveja *Bières de la Meuse* de Alphonse Mucha, Paris, 1897.

Assim como os cabelos esvoaçantes e linhas fluidas, também o movimento orgânico é habitual na Arte Nova visível até em anúncios a máquinas de triturar alimentos.

— 179. Cartaz de *Universal food chopper*. Nova Inglaterra, c.1899.

### 2.3.3. ARTE NOVA

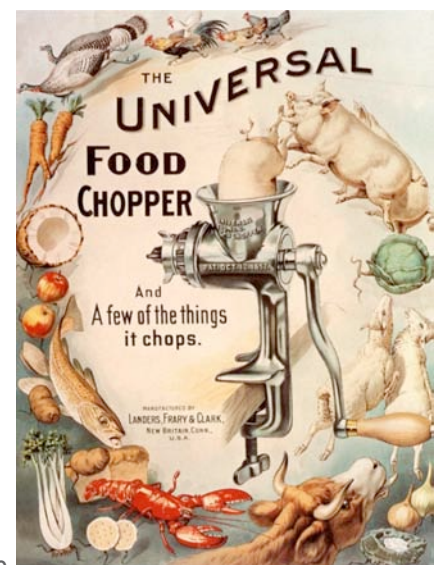
Embora partilhando alguns fundamentos com o movimento *Arts and Crafts*, como a visão anti-elitista na arte, a Arte Nova surge mais ligada ao consumismo do que ao socialismo. Se o *Arts and Crafts* considerava sobretudo os operários e o modo artesanal de fabrico, a Arte Nova dirigia-se muito aos burgueses permitindo métodos de produção que viabilizassem preços acessíveis a grandes camadas da sociedade. Se o primeiro fracassou o seu intuito de chegar a todos já a segunda se ramificou em inúmeras artes, materiais, suportes e países, chegando ao dia-a-dia de uma expressiva parte da população europeia e norte-americana desejosa de os comprar.

É nesta nova necessidade de resposta às exigências visuais da vida urbana e burguesa que se instala a Arte Nova<sup>88</sup>, uma nova abordagem estética que rejeita as referências históricas do passado, defendendo que a beleza

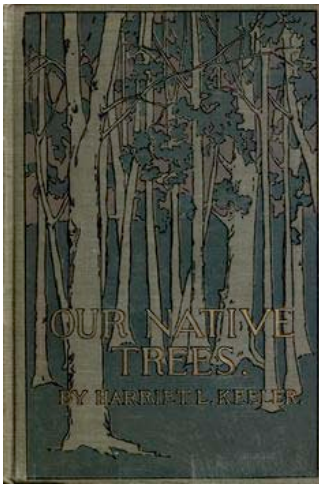
88 O estilo *Art Nouveau* deve o nome a um loja parisiense que vendia peças japonesas e exóticas tão ao gosto da época.



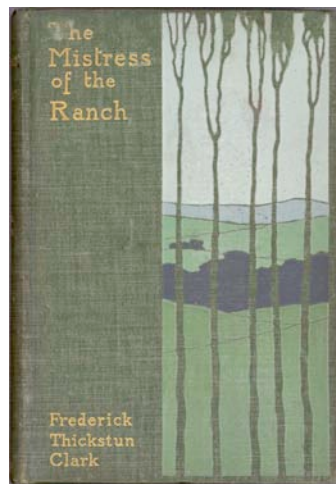
178.



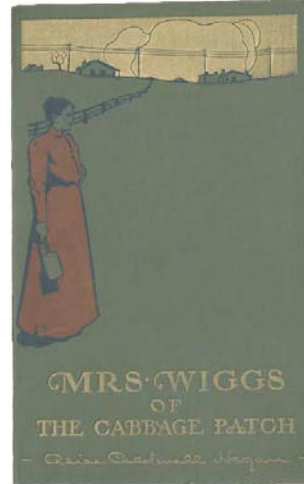
179.



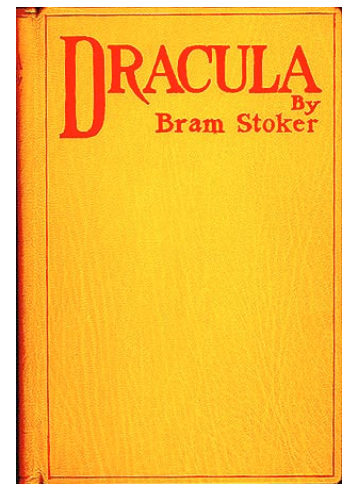
180.



181.



182.



183.

deverá ser inerente à forma e não uma mera aplicação posterior de elementos decorativos que lhe são alheios. Os seus artistas assumem influências visuais japonesas muito perceptíveis nas grandes áreas de cor plana, e no desenho muito bidimensional de contornos negros bem delineados, nas formas e nas letras fluidas que integram estruturalmente os ornamentos e as representações em composições assimétricas. As influências japonesas não eram apenas formais e técnicas mas também temáticas. As originais pinturas japonesas retratavam jovens mulheres e um certo ambiente de erotismo e prazer que muitos cartazes e embalagens da Arte Nova vieram a tratar. Mulheres, dança, espectáculos, bebidas alcoólicas foram por isso temas muito abordados (Eskilon, 2012: 62). É neste contexto urbano de forte densidade populacional, com enorme demanda por materiais impressos através dos quais tudo se anuncia e comunica, que surgem as sobrecapas dos livros e se começa a definir a figura do designer gráfico cada vez mais aproximada daquela que conhecemos hoje. As sobrecapas que, como vimos, surgem com a facilidade de acesso ao papel impresso e o propósito de proteger as capas duras do pó (daí o seu nome original em inglês, *dustcover*) rapidamente reclamam o seu papel promocional no negócio do livro, chamando a atenção do leitor e criando interesse e curiosidade.

Esse aspecto comercial é rapidamente percebido pelos editores como «parte essencial» para a venda dos livros e pelos ‘artistas gráficos’, como criador de oportunidades de intervenção. Esta simbiose sobrevive até hoje em torno das sobrecapas e das capas dos livros tornando-se um suporte pleno de possibilidades, como refere Michael Harvey (2014: 27): «Os editores precisam de sobrecapas atractivas para vender bem os seus livros, dando assim ao designer uma ocasião única de combinar letras e linguagem. As possibilidades criativas são infinitas mesmo quando as solicitações são geralmente limitadas a três cores, formato vertical e imperativos editoriais rígidos. E a lombada da sobrecapa, esse rectângulo, direito, estreito, sobrecarregado de informação oferece um desafio suplementar».

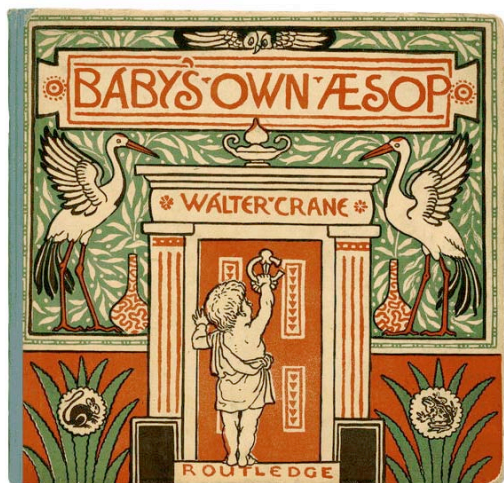
180. Capa de *Our native trees*, de Harriett Keeler. Nova Iorque, Charles Scribner's Sons, 1900.

181. Capa de *The Mistress of the Ranch* de Frederick Thickstun Clark. Nova Iorque, Harper & Brothers, 1897.

182. Capa de Clarence F. Underwood para *Mrs. Wiggs of the Cabbage Patch*. Nova Iorque, The Century Co., 1901.

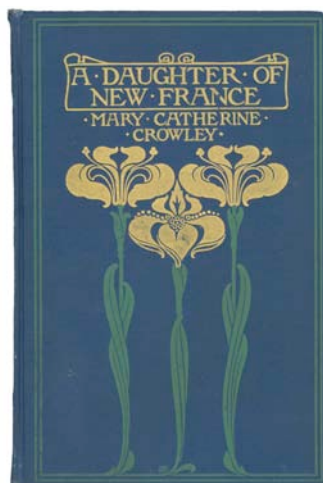
183. Capa de Thomas Watson Ball, para *Dracula*, de Bram Stoker. Londres, Archibald Constable and Company, 1897.





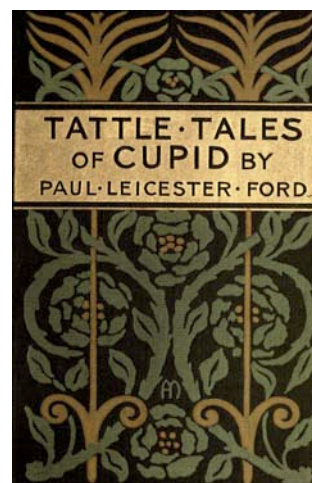
184.

184. Capa de Edmund Evans para *The Baby's Own Æsop* de Walter Crane. Londres e Nova Iorque, G. Routledge & Sons, 1887.



185.

185. Capa de Amy M. Sacker para *A Daughter of New France*, de Mary Catherine Crowley. Boston, Little, Brown, & Co., 1901.



186.

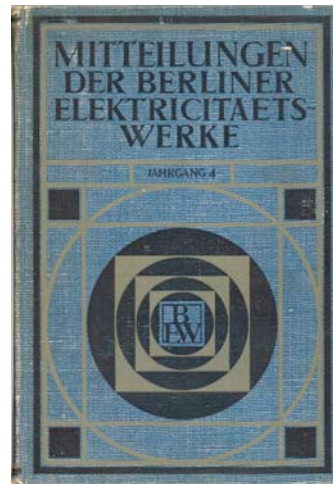
186. Capa de Alice Cordelia para *Tattle-tales of Cupid*, de Paul Leicester Ford. Nova Iorque, Dodd, Mead & Company, 1896.

Mas, para além dos livros e das suas sobrecapas, das revistas e dos jornais é necessário desenhar papéis impressos de toda a ordem como também já referimos. Torna-se prático e necessário separar a fase de projecto da de produção, deixando a impressão para os impressores e o desenho para os designers, que começam a ser reconhecidos profissionalmente. Dominam competências gráficas e tornam-se valiosos na capacidade de captar a atenção e a preferência dos consumidores por determinada marca de artigo, que reconhecem através do grafismo da embalagem, e passam a acondicionar produtos que deixam de ser comercializados só localmente e a granel (Drucker, 2013: 129; 145). Ao desvincularem-se da parte mais braçal do trabalho, na prensa, para se dedicarem à parte mais artística do projecto, os designers vão-se afastando do estatuto de trabalhadores de oficina para se aproximarem dos de ateliê passando a ser vistos como algo a meio caminho. Mas se os designers se aproximaram dos artistas, também os artistas se aproximam dos designers e o cartaz Arte Nova foi um forte veículo dessa aproximação.

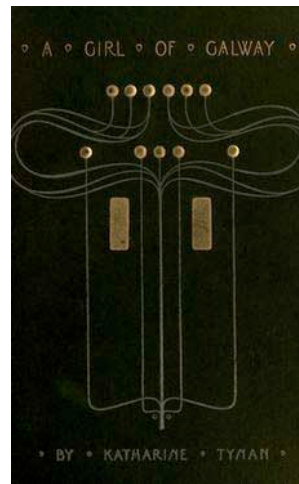
Possibilitados pela litografia colorida em grandes formatos e pela influência de artistas japoneses, pintores como Alphonse Mucha ou Henri Toulouse-Lautrec, entre outros, desenham cartazes comerciais nos quais se expressam artisticamente, e tratam cores e temas de forma, e com resultados, semelhantes aos da sua pintura. A fronteira baseada na ideia da obra de arte ser necessariamente também uma peça única começa a esbater-se. Alguns cartazes são exibidos em exposições, adquiridos e coleccionados pelo seu valor enquanto peça visual (Drucker: 145-146); nos EUA chegam a desaparecer imediatamente das ruas assim que são aplicados, e na Alemanha é criada a Associação de Amigos do Cartaz, com direito ao periódico *das Plakat* (1910–1921) a eles dedicado (Eskilon, 2012: 71; 115). Contudo, a maioria destes cartazes e suportes visuais, apesar de não terem pretensões elitistas, cultivavam uma visão do mundo de conforto e consumo que divulgava essencialmente mensagens ligadas à beleza e ao lazer, e que não reflectiam de forma alguma o dia-a-dia difícil de vários grupos de cidadãos, em particular as muitas mulheres trabalhadoras que nem



187.



188.



189.

sempre se reviam nas figuras lânguidas em que representavam o seu género. Cada vez mais instruídas e independentes, por via do trabalho remunerado nas fábricas e no comércio, reclamam agora igualdade de direitos, nomeadamente o de voto e o da posse de bens. Surgem as sufragistas (Eskilon, 2012: 29).

Acusada sobretudo de ‘decorativa’ a Arte Nova, com todas as suas variantes geográficas, talvez devido a esse cariz decorativo que, conforme afirmou Drucker (2013: 157), mostrava «uma preferência por linhas limpas e uma organização clara que banuiu os excessos da domesticidade vitoriana», tenha sido uma ponte de passagem dessa era para a moderna. Ao recusar representações à moda do passado e representar aquilo que não via é considerada, por certos autores, um importante passo no caminho da geometrização e abstracção das formas tanto figurativas como tipográficas — numa primeira fase mais orgânicas, e posteriormente mais geométricas. Essas geometrização e abstracção foram as sementes das vanguardas do início do sec xx, e, conseqüentemente, do movimento moderno (Meggs, 2009: 249) e importantes para «a conquista de uma pintura privada de relações com a realidade exterior dos objectos, e portanto liberta da experiência visual» (...) (Spocratti, 1994: 179).

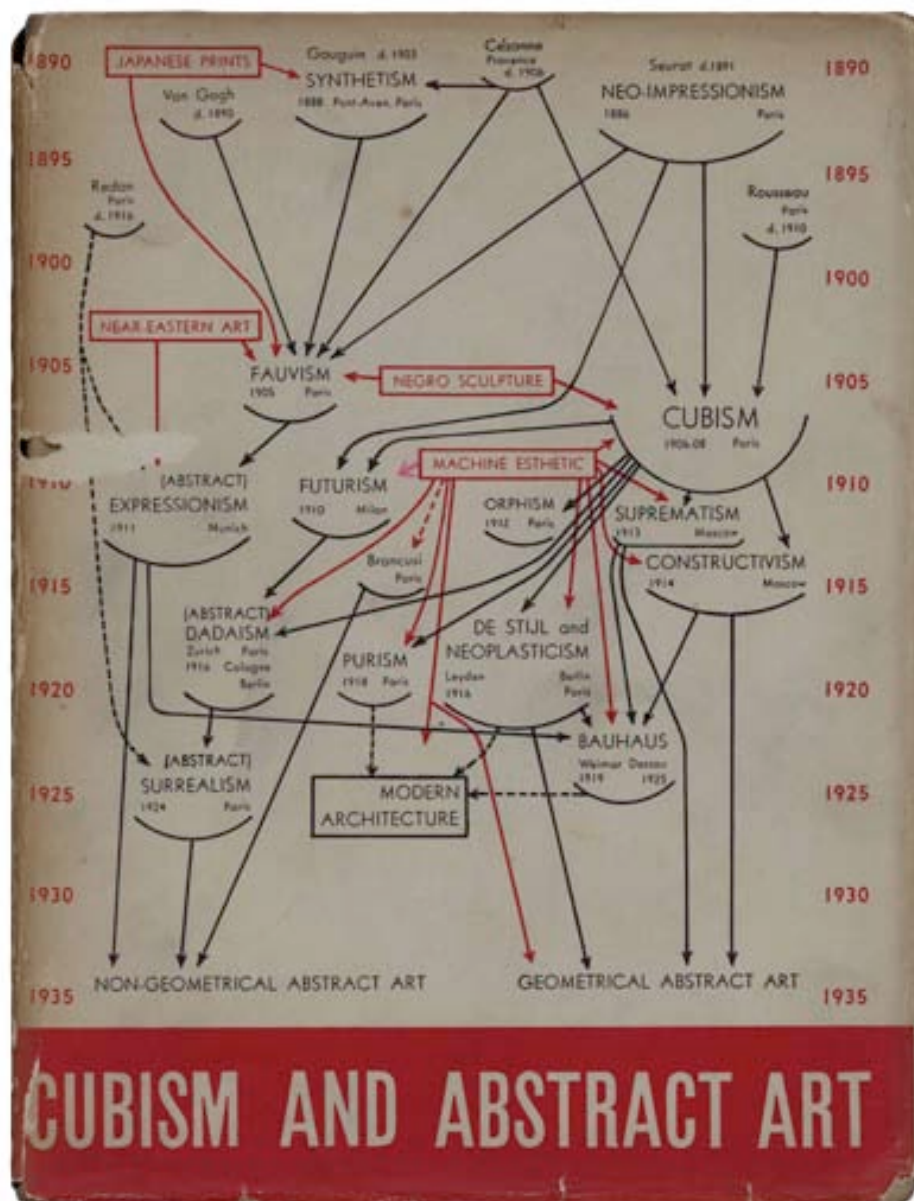
187. Capa dura de Peter Behrens, para *Dokumente des Modernen Kunstgewerbes*, de H. Pudor. Berlim, 1901.

188. Capa de Peter Behrens para *Bulletin of the Berlin Electric Works*. Berlim, BEW, 1908.

189. Capa de *A Girl of Galway*, de Katharine Tyman, Londres, Blackie and Son Ltd., 1902.

190. Sobrecapa de catálogo da exposição *Cubism and Abstract Art* de Alfred H. Barr, Jr., Museum of Modern Art, Nova Iorque, 1936.

\* Malraux, *La tête d'obsidienne*



LA JOCONDE SOURIT PARCE QUE TOUS  
CEUX QUI LUI ONT DESSINÉ DES  
MOUSTACHES SONT MORTS.

— *André Malraux\**

## 2.4. VANGUARDAS

O INÍCIO DO SÉCULO XX faz-se acompanhar de novidades de ordem tecnológica e política que agitarão profundamente a sociedade. Inventos como o automóvel, o avião, o cinema e a transmissão sem fios tornam-se determinantes alterando a comunicação e a percepção social do mundo, dos seus sons, imagens e velocidade. Também politicamente, em particular na Europa, várias revoluções sociais substituem parcialmente, ou mesmo totalmente, a monarquia pela democracia, pelo socialismo ou pelo comunismo. A arte e o design acompanham esse processo espelhando uma visão do mundo que cada vez menos representa e cada vez mais questiona (Meggs, 2009: 314–316). Kerckhove faz um resumo bastante visual explicando que a «arte académica e as mobílias burguesa foram feitas em pedaços nas mentes dos artistas e escritores que inspiraram o futurismo em Itália e, mais tarde, Dada e o Surrealismo em França. Dada anunciou a explosão denegrindo as convenções e o Surrealismo apanhou os bocados e pô-los numa nova, e divertidamente irracional, ordem» (Kerckhove, 1997: 217).

Os designers encaixam nessa nova realidade que, «para poder abraçar uma nova ordem de valores e pensamento, requer um rompimento com o passado» (Drucker, 2013: 175). É o início da vanguarda, uma época de fracturas e agregações criativas que se multiplicam e dividem em colectivos, se regem por manifestos<sup>89</sup> e vêm convergir no movimento moderno.

### 2.4.1. CUBISMO

O Cubismo foi uma dessas revoluções, anunciada com a pintura *Les Femmes d'Alger*, de Picasso (1881–1973) de 1907, «um quadro que não se parece com

89 «Entre 1909 e 1916, são publicados mais de 50 manifestos: da pintura, do teatro, da literatura, da dança, da cozinha, etc., o que realça, entre outras coisas, a grande importância que se atribui a esse meio de comunicação, considerado como veículo privilegiado para a divulgação de novos valores estéticos e comportamentais. Da mesma forma o café-teatro é o lugar ideal para a experimentação linguística e o encontro com o público, que participa num verdadeiro espectáculo teatral durante os numerosos e provocadores 'serões futuristas'» (Spoccrati, 1994: 163).



191.



192.

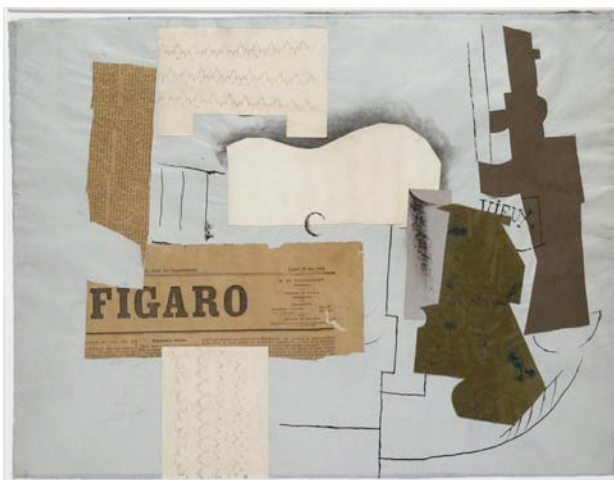
191. Capa de Sonia Delaunay para *La Prose du Transsibérien et de la Petite Jehanne de France*, de Blaise Cendrars e Sonia Delaunay. Paris, 1913.

192. Capa de *Bifszf+18 Simultaneité Chimismi lirici*, de Ardengo Soffici. Itália, 1915.

193. Pintura e colagem sobre papel *Guitare, journal, verre et bouteille* de Picasso. França, 1913.

194. e 195. Páginas de *Un coup de dés Jamais n'Abolira le Hasard de Stéphane Mallarmé*, e de *Calligrammes de Guillaume Apollinaire* (Paris, 1914 e 1918).

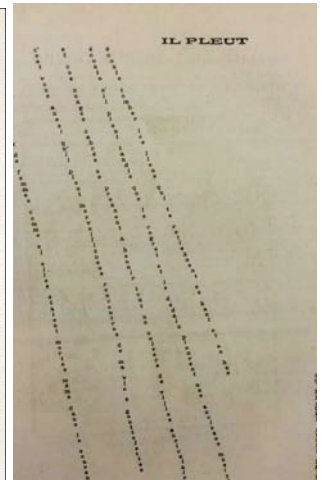
nenhum outro» e que, «em última análise (...) é um dos casos raros de obra de arte individual que mudou o curso da história visual» (Golding, 1988). Esta maneira de pintar trouxe alterações profundas na forma de ver, de interpretar e de representar, cortando o fio que vinha do passado e libertando os artistas de enraizadas noções de representação como profundidade, plano, perspectiva ou anatomia. O próprio artista não se limita agora a estar quieto enquanto trabalha, tal como não o está na vida e na realidade. Ele move-se enquanto vive e observa e, portando, deve mover-se também enquanto trabalha, obtendo assim resultados que trazem para a superfície bidimensional da tela características tridimensionais e volumétricas resultantes da geometria que passa de figura a sólido. O que antes era observado e representado a partir de um ângulo só, é-o agora através de diferentes perspectivas simultâneas numa espécie de visão *stereo* que tira o tapete debaixo dos pés ao espectador, levando com ele, para interpretar visualmente, as referências seguras e as pistas a que estava habituado desde o Renascimento (Spocratti, 1994: 155).



193.



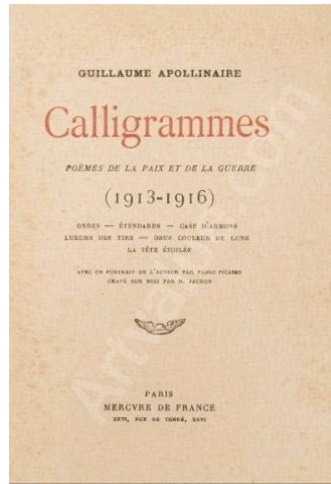
194.



195.



196.



197.



198.



199.

Aquilo que era agora representado não era necessariamente o observável mas antes as formas com que ele era percebido<sup>90</sup>, e fossem geométricas ou ambíguas elas abriam as portas para a abstracção visual (Meggs, 2009: 316). Apesar de ter absorvido elementos gráficos como letras, números e textos, pintados ou mesmo impressos em papéis colados sobre a tela, o cubismo não deixou legado directo no design gráfico, segundo Eskilon (2012: 144), em boa parte por defender ideais não comerciais e, por isso, distantes do design. Contudo teve uma influência definitiva nos movimentos graficamente importantes, como o Futurismo ou o

90 Spoccrati (1994: 173) acentua ainda que «(...) até o Fauvismo, que aparentemente exalta a ligeireza de um mundo feliz e despreocupado mergulhando o olhar do observador numa espécie de grande euforia cromática, tende a evidenciar a possibilidade de existir, para a arte, uma linguagem autónoma e auto-suficiente». E dá como exemplo bem ilustrativo esta troca de palavras no *Salon d'Automne* de 1905 entre Matisse e um crítico «que o acusa de ter utilizado demasiadas cores no rosto de uma mulher (no quadro *A Mulher do Chapéu*), e troça do aspecto pouco digno que esse excesso lhe confere», ao que o artista responde: «Monsieur, je ne crée pas une femme, je fais un tableau (Eu não criei uma mulher, eu pinto um quadro».

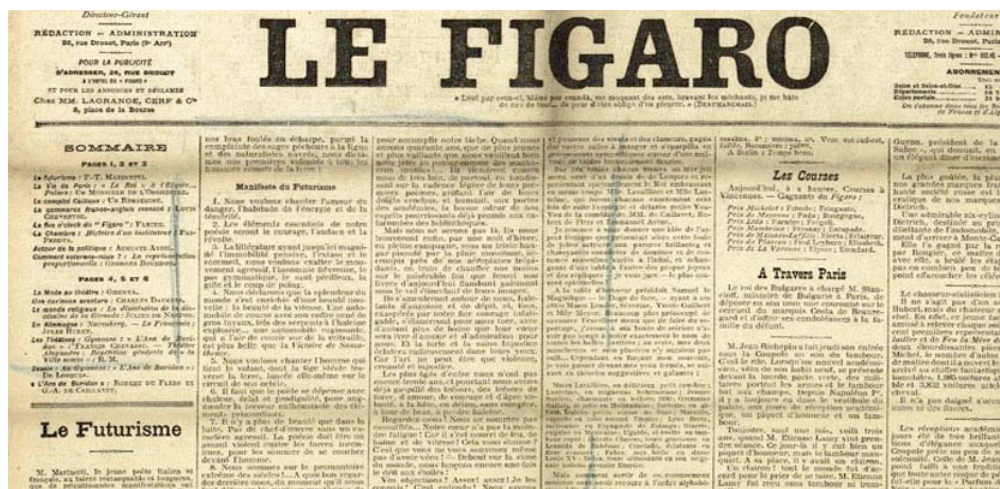
196. Capa de *Un coup de dés jamais n'abolira le hasard* de Stéphane Mallarmé. Paris, Nouvelle Revue Française, 1914.

197. Capa de *Calligrammes* de Guillaume Apollinaire. Paris, Mercure de France, 1918.

198. Capa de Filippo Tommaso Marinetti para *Zang Tumb Tumb*, de Filippo Tommaso Marinetti. Milão, 1914.

199. Capa de Francesco Cangiullo para *Piedigrotta*, de Francesco Cangiullo. Milão, 1916.

200. Primeira página de exemplar de 20 de Fevereiro do *Le Figaro* com publicação do manifesto futurista. Paris, 1909.



200.



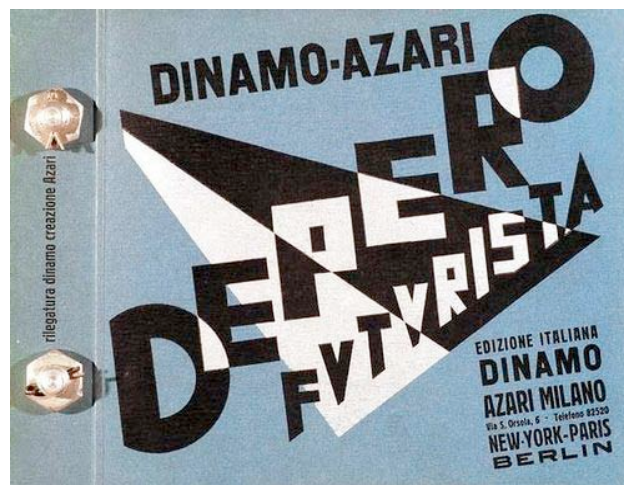
201.

201. Capa de *I Manifesti del Futurismo* de Filippo Tommaso Marinetti, 1914.



202.

202. Capa de *Portugal Futurista*, 1917.



203.

203. Capa de *Depero Futurista* de Fortunato Depero. Milão, Dinamo, 1927.

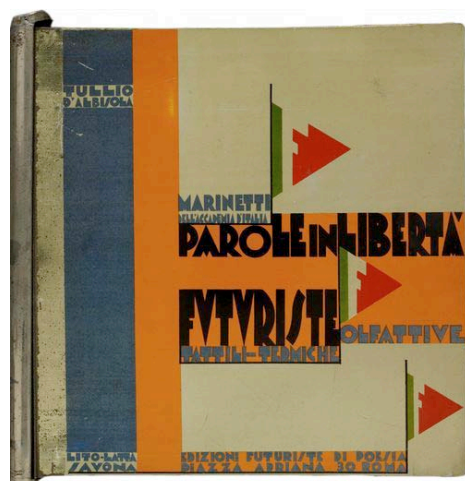
Abstracionismo. A mais aproximada expressão do Cubismo ao design gráfico faz-se pelos caligramas de Apollinaire, na corrente da *poesia concreta* que já Mallarmé (1842–1898) tinha trabalhado.<sup>91</sup> Apollinaire, poeta contemporâneo de Picasso e de Braque, através da composição expressiva da tipografia com que redigia os seus poemas, simultaneamente os ilustrava conseguindo tirar partido visual das letras que são primeiramente, um ‘utensílio’ verbal. Segundo Eskilón (2012: 144) os caligramas de Apollinaire são «claramente influenciados pelos princípios da técnica cubista. Eles favorecem o sentido de estrutura fragmentada e experiência simultânea que pode ser vista numa pintura cubista».

#### 2.4.2. FUTURISMO

Se o Cubismo fez uso da visão do observador em movimento (e das letras como formas para acrescentar sentido) para uma nova forma de ver, o Futurismo foi mais adiante pondo em movimento já não o observador mas o próprio objecto observado (mesmo tratando-se de letras e textos).

Ao contrário do Cubismo que foi batizado posteriormente por outros que não os seus fundadores, o Futurismo teve o seu lançamento oficializado através da publicação do seu provocador manifesto, pelo italiano Filippo Marinetti (1876–1944) em 1909, na primeira página do francês *Le Figaro*. Nele Marinetti atacava académicos e burgueses e defendia novos valores estéticos para todas as artes através da velocidade e do dinamismo, glorificando a vida moderna, agressiva, ruidosa e motorizada: «É da Itália

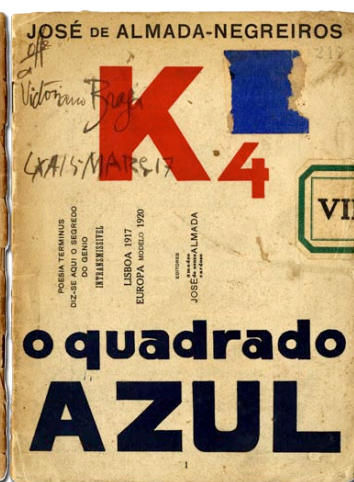
91 «Em 1897 o poeta francês Mallarmé produziu um poema de vinte páginas intitulado *Un coup de dés* (Um lance de dados) que não só cortou as convenções tipográficas mas também mostrou razões para o fazer. Mallarmé viu a página dupla aberta como um só espaço. As diferenças tipográficas usadas nos motivos mais importantes e nos secundários ditavam a sua importância na leitura. O espaço branco era ‘como silêncio’ no qual ele colocava palavras, às vezes uma em cada linha sucessivamente como os degraus de uma escada. A vantagem desta »distância, onde grupos de palavras, ou palavras individuais, estão mentalmente separadas, é que parecem assim acelerar ou abrandar o movimento! Mallarmé admitiu que o poema «não quebra toda a tradição; ele é suficientemente avançado para chocar e suficientemente avançado para abrir os olhos às pessoas» (Hollis, 1994: 37).



204.



205.



206.

que lançamos ao mundo este nosso manifesto de uma violência subversiva e incendiária, com o qual fundamos hoje o futurismo, porque queremos libertar este país da sua fétida gangrena de professores, arqueólogos, cicerones e antiquários».

Se os cubistas trouxeram recortes de jornais para a arte, os futuristas trouxeram a arte para os jornais. Ao contrário dos cubistas, que não fizeram uso das artes gráficas como meio, mas apenas como efeito, os futuristas<sup>92</sup> cedo as abraçaram, como expressão da vida moderna e meio de chegar ao grande público, em deliberado sentido oposto ao da academia e dos museus que tanto criticavam (Hollis, 1994: 39). A sua aposta deu resultados. Segundo Drucker (2013: 178; 179) nunca os artistas tinham usado a imprensa de forma tão eficaz, e verificando-se também ser aquele o momento certo, a mensagem futurista espalhou-se «de forma explosiva» tendo sido traduzido e publicado em diversos jornais europeus e originando manifestações futuristas na poesia, na arte e no design pela Europa, Rússia e América.

Mas não foi apenas da imprensa periódica que o futurismo soube tirar proveitos. Dos jornais, Marinetti passou aos livros, e em 1914 publica o seu primeiro livro futurista com o onomatopaico título *Zang Tumb Tumb*<sup>93</sup> cujo texto se baseia na experiência que teve enquanto voluntário «soldado-Futurista» na guerra dos Balcãs, entre 1912 e 1913. Este livro é um exemplar expressivo das revolucionárias intenções que Marinetti assumiu relativamente ao design de livros e à tipografia até então praticados, e que considerava estarem acabados por serem estáticos e incapazes de exprimir devidamente o dinamismo do mundo moderno. «Dou início a uma revolu-

92 Talvez pelo facto de Marinetti, em Roma, ter vivido por cima de uma gráfica que ele próprio terá montado, rapidamente perceberam o potencial da impressão e da publicidade.

93 «O rugido da artilharia de Adrianópolis. Marinetti idealizou a guerra como a força que poderia limpar a Itália da sua obsessão com o passado, orientando-a para um futuro moderno e industrial» (Eskilon, 2012: 153–154).

204. Capa de Marinetti para *Parole in Libertà*, de Marinetti. Roma, 1932.

205. Capa de *Direcção Única*, de Almeida Negreiros — conferência proferida em Lisboa e Coimbra em 1932.

206. Capa de *K4 quadrado azul*, de José de Almada-Negreiros. Porto, 1917.





207.

207. Capa de Hannah Hoch para programa de *Schall und Rauch*. Berlim, 1920.



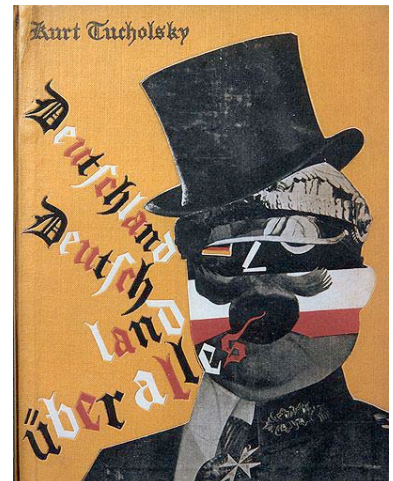
208.

208. Colagem de criança de 5 anos em capa de *Deutsche Kinderfibel*, de Ruth Fischer & Dr. Franz Heimann. Berlim, Rowohlt Verlag, 1933.



209.

209. Capa com fotomontagem de John Heartfield par *Das Deutsche Wirtschafts Wunder*, de G. Reimann. Berlim, Vereinigung Internationaler Verlagsanstalten, 1927.



210.

210. Capa por John Heartfield para *Deutschland über Alles*, de Kurt Tucholsky. Berlim, Neuer Deutscher Verlag, 1927.

ção tipográfica apontada à repugnante ideia de livro... A minha revolução dirige-se à denominada harmonia tipográfica da página, e que é contrária ao fluxo e refluxo, aos saltos e às explosões, que surgem pela página» (Eskilon, 2012: 154).

Assim, tal como Apollinaire tinha feito nos seus caligramas, Marinetti usa as letras como veículo, não apenas de som legível mas também do som 'visível', reforçando, desse modo, o significado do texto. Na capa de *Zang Tumb Tumb* o autor ilustra tipograficamente o ruído e a confusão da guerra. Diferentes tipos de letra, compostos em tamanhos e orientações diferentes, disparam aleatoriamente pelo espaço, inclusivamente pela contracapa, como se fossem trajetórias de projéteis. Não existe eixo de simetria, nem alinhamento para qualquer outra ordenação do espaço visual, e alguma hierarquia que permite distinguir o título e o autor do livro está longe de recorrer a atributos formais.

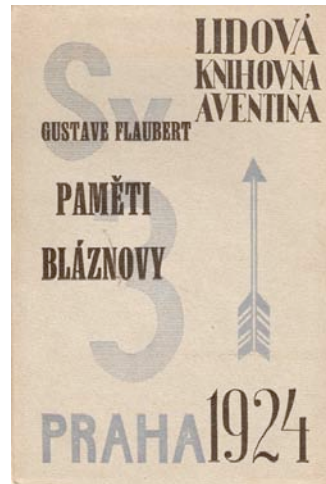
Todas as revoluções nascem em reacção a algo, abrindo o caminho para que novas ideias possam surgir. Assim aconteceu com o futurismo no design, que veio destruir o formalismo tipográfico e editorial, pela libertação das palavras e o romper da tradição clássica italiana. E, apesar dessa liberdade ser frequentemente caótica, mostrando nem sempre tirar o melhor partido das suas possibilidades, ela funcionou como um impulso determinante para expressões distintas que se seguiram, como o dadaísmo, *A Nova Tipografia*<sup>94</sup> ou o experimentalismo russo, permitindo que viessem a usar essa liberdade no tratamento de letras, palavras, linhas, textos e espaço em branco. Potenciando-a deste modo com propósitos bem definidos, já não apenas pela liberdade em si, mas carregando-a de hierarquia, de lógica, de intencionalidade, de racionalidade e de funcionalidade.



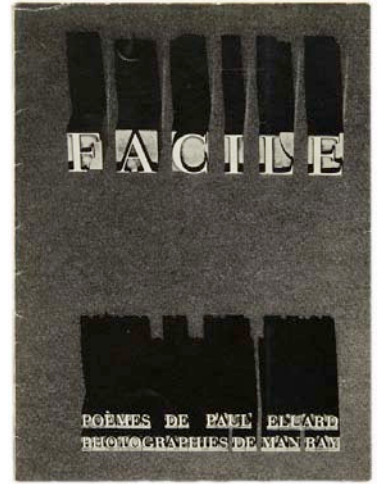
211.



212.



213.



214.

### 2.4.3. DADAÍSMO

O termo Dada terá sido retirado aleatoriamente de um dicionário pelos próprios dadaístas, mas a natureza dos seus seguidores era de tal forma *anti-establishment* que mesmo sobre os próprios fundamentos do movimento Dada, e o seu nome, não chegaram a completo acordo. «— Dada é anti Dada», diziam.

Se os futuristas estavam contra os valores do passado, os dadaístas estavam contra os do passado, os do presente e até os do futuro. Iconoclastas de variada origem, os dadaístas opunham-se à guerra, contrariavam a seriedade na arte e criticavam os confortáveis valores burgueses. «— Dada é a vida sem pantufas e sem paralelas», apresentava o escritor Tristan Tzara.

Se os futuristas defendiam o dinamismo, a velocidade, as máquinas e o seu ruído — baseando-se, ainda que de modo livre e revolucionário, nalgum sentido narrativo ou figurativo — os dadaístas defendiam o caos, o absurdo, o humor satírico, a desordem, o improvisado e, com a provocação, o acto de fazer mais do que o objecto final daí resultante. «— A arte não é séria», continuava Tzara. Estas características eram resultado também das suas próprias origens

211. Capa de Raoul Hausmann, para *Hurrah! Hurrah! Hurrah!*. Berlim, Malik Verlag, 1921

212. para o número 1 da revista *Merz*. Hannover, 1923.

213. Capa de Karel Teige e Otakar Mrkvička para *Paměti Bláznovy*, de Gustav Flaubert. Praga, Aventinum, 1924.

214. Capa de Man Ray para *Facile*, de Paul Eluard. Paris, GLM, 1935

215. Manifesto dada. Tristan Tzara, 1918.

216. Cartaz de Theo van Doesburg para *dada matinee*, Haya, 1923.

215.



216.





217.

217. Capa de Aleksandr Rodchenko para *Rechevik. Stikhi*, de Sergei Tret'iakov. Moscovo/Leningrado, Gosudarstvennoe izdatel'stvo, 1929.

218. Capa de Paul Leni para *Film*, de Hans Richter (ed.) Berlim, Verlag Der Lichtbildbunhe, 1926.



218.

performativas, no *Cabaret Voltaire*<sup>95</sup>, criado em plena 1ª Guerra Mundial na neutra cidade de Zurique, como ponto de encontro para artistas, pacifistas e activistas. Lá proliferaram *soirés*, *matinés*, cafés-concerto, sessões de poesia, música, dança, entre outras manifestações artísticas alternativas (Eskilon, 2012: 129).

O Dada recolheu os destroços e os projecteis futuristas e usou-os como matéria prima, em substituição da tinta sobre a tela, trabalhando mais com tesoura e cola do que com o pincel. Fê-lo de forma acidental e aleatória, aproveitando e juntando achados avulsos e restos de objectos, de textos, de palavras, de imagens, de gestos e de sons, que vieram a dar origem a expressões como «objects trouvés» e «ready-made», contagiando os construtivistas e surrealistas.

<sup>95</sup> O nome *Cabaret Voltaire* foi escolhido em homenagem ao satírico escritor francês que no seu livro *Cândido* expunha ao ridículo as idiotices da sua sociedade. Hugo Ball, um dos fundadores do movimento Dada de Zurique afirmava que «este é o nosso Cândido contra estes tempos» (<http://www.theartstory.org/movement-dada.htm>), consultado a 6/1/2016.



219.



220.



221.



222.



223.



224.

219. Capa de Grigory Bershadsky para *The Flying Proletariat* de Vladimir Mayakovsky. Moscovo Avioizdatel'stvoi Aviokim, 1925.

220. Capa de El Lissitzky para *The 'isms' of Art 1914-1924*, Hans Arp. Eugen Rentsch, Zurique, 1925.

221. Capa de Rodchenko para *Pro eto* de Vladimir Mayakovsky. Moscovo, 1923.

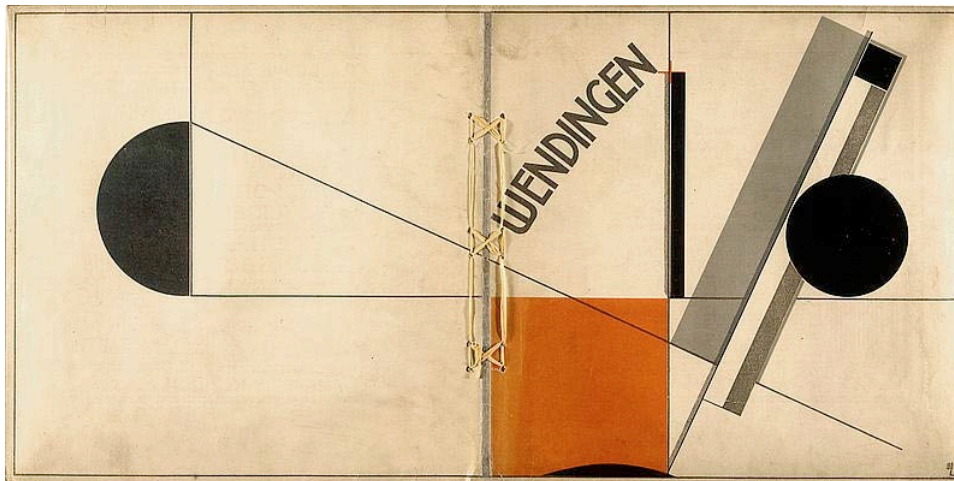
222. Capa de *Conversation with the Finance Inspector about Poetry*. Vladimir Mayakovsky, 1926.

223. Capa de revista *Novyi Lef*. Alexander Rodchenko, 1928.

224. Capa de Varvara Stepanova, para revista *Soviet Cinema*. 1927.

#### 2.4.4. ABSTRACIONISMO E CONSTRUTIVISMO

Os construtivistas seguiram a revolução gráfica e tipográfica dos futuristas e dos dadaístas, mas disciplinaram-na potenciando-a e orientando-a ao serviço das ideias sociais da revolução soviética. Aos vertiginosos recortes e colagens fotográficas dadaístas, os russos, em particular Rodchenko, retirou para o seu trabalho os ângulos acentuados e contrastantes, que tendiam a enfatizar perspectivas e vistas pouco habituais nas suas fotografias. Recorria frequentemente a linhas oblíquas e/ou a planos diagonais que suportam formas geométricas que convivem com as imagens ou suportam textos. Essas diagonais, muitas vezes ampliadas por áreas geométricas de cores planas e fortes, ampliam as palavras dando-lhes uma perspectiva de crescimento, como se projetassem as palavras no espaço visual ou sonoro, dando a ideia de um som que se propaga, de uma palavra a passar. Têm já uma hierarquia bem estipulada, não transmitem por isso a ideia do caos visual dadaísta, mas, pelo contrário, demonstram intenções graficamente ordenadas, que ajudam a transmissão clara



225.

225. Capa de El Lissitzki para *Wendingen 4*. 1921.

226 Malevich para *Pervyi tsikl leksii chitannykh na kratkosrochnnykh kursakh dlia uchitelei risovaniia* de Nikolai Punin. Petrograd, Izo NKP, 1920.

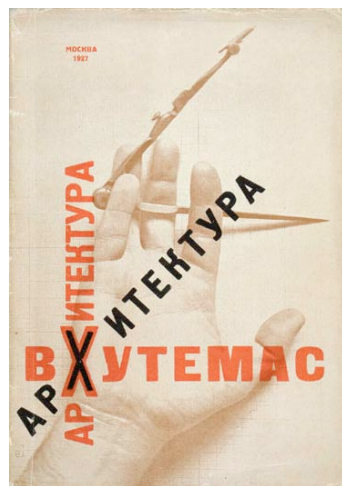
227. Capa de El Lissitzky para *Arkhitektura* de N. Dokuchaev, Pavel Novitskii. Moscovo, Vkhutemas, 1927.

228. Capa de El Lissitzky para *Foto-Auge* Franz Roh e Jan Tschichold (eds.) 1929.

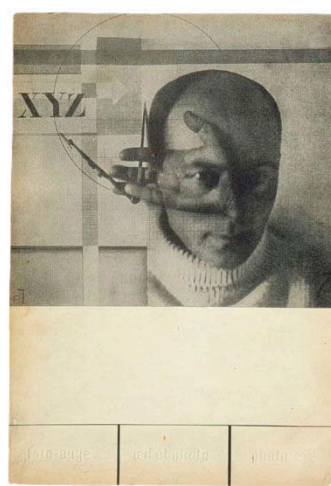
229. Capa de N. para *Gluhende Welt* de Gedichte Von, Julius Zerfass. Berlim, Arbeiterjugend-Verlag, 1928.



226.



227.



228.



229.

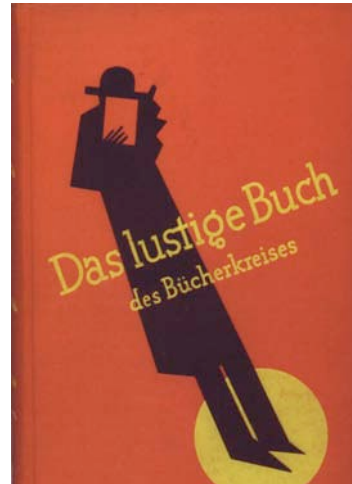
e persuasiva das ideias. Rodchenko encara-se a si próprio, e aos outros artistas e designers, não como artista livre, mas aplicado, uma espécie de agente visual, com uma missão clara de colocar o seu trabalho, com a ajuda das ferramentas industriais, ao serviço da nação e do povo. E não só a si mesmos se vêem como trabalhadores da arte, mas o próprio resultado final da arte é agora encarado de forma diferente. Artistas como «Rodchenko, Stepanova e Tatlin substituem o termo vulgarmente utilizado de 'obra' pelo de 'coisa', ou seja, *versc* (objecto) (...) e Lazar El Lissitzky (...) utiliza o termo *Proun*, projectos concretos, sínteses de forma e de matéria», para se referir ao trabalho em geral, tanto nos seus trabalhos abstractos de pintura como na sua «obra mais conhecida (...) no domínio do grafismo publicitário, da edição, da arquitectura e do design» (Spocratti, 1994: 192). É devido a essa nova forma de encarar a arte que o Rodchenko criticará o seu compatriota Malevitch por continuar a produzir trabalhos de índole mais intelectual e conceptual do que social. Tal como os dadaístas, desprezavam a ideia de arte criada em peças únicas para



230.



231.



232.



233.



234.



235.

230. Capa de El Lissitzky para *Dlia golosa*, de Vladimir Mayakovsky. Moscow/Berlin, Gosudarstvennoe izdatel'stvo, 1923.

231. Capa de El Lisstzky para periódico *Vyeshch*. Berlim, 1922.

232. Capa de Franz Peffer para *Das lustige Buch* de Karl Ettlinger et al. Berlim, Bucherkreises, 1929.

233. Capa de El Lissitzky para *Broom* vol. 5, no. 4. Berlim/Nova Iorque, 1923

234. Capa de El Lissitzky para *Broom*, vol. 4, no. 3. Berlim/Nova Iorque, 1923.

235. Capa de El Lissitzky para catálogo de exposição de exposição *Erste russische Kunstausstellung*. Berlim, Galerie van Diemen, 1922.

posterior aquisição de privados proprietários burgueses. Defendiam uma arte praticada através do trabalho industrial massificando a nova estética geométrica e abstracta (Hollis, 1994: 46).

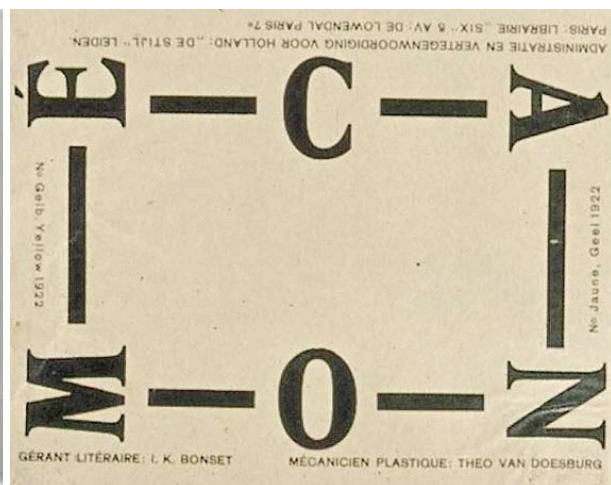
Em termos tipográficos os elementos trabalhados pelos futuristas são seguidos mas, também uma vez mais, eles são domesticados. As letras e os caracteres não explodem já em múltiplas e livres direcções. Elas são orientados pela geometria composta em construções que buscam um equilíbrio visual. El Lissítzki fará uso recorrente não apenas de letras e outros caracteres mas também de barras e de régua de tipografia, a que recorre para organizar os conteúdos e projectar o espaço da página em diferentes áreas e conferindo, em simultâneo, um cariz assumidamente mecânico aos trabalhos, no caso da prensa tipográfica, numa assunção estética que encara as máquinas e a indústria como nova forma estética de mudar o mundo. Tal como Rodchenko, também Lissítzki irá explorar intensamente, com grande expressão nos design de livros e de capas, imagens em fortes e angulosos contrastes, montagens



236.

236. Capa de Vilmos Huszar para *Wendingen magazine* — Diego Rivera. Amsterdão, 1929.

237. Capa de Theo van Doesburg para *In Mechanism*. Paris, 1922.



237.

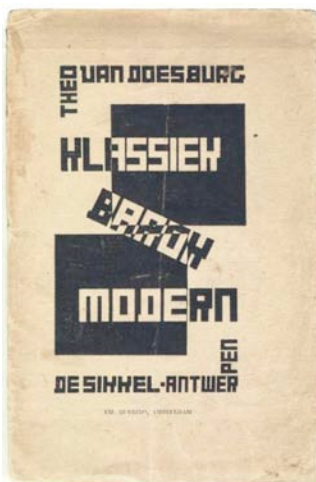
e junções fazendo uso da geometria e da abstracção com propósitos visualmente funcionalistas. Segundo ele «as palavras impressas são vistas e não ouvidas» e «a sequência das páginas transforma o livro em cinema» (*apud* Hollis, 1994: 53).

Artistas e designers como Rodchenko, El Lissítzki, Lázló Moholi-Nagy, Wassili Kandinski e Theo Vandesbourg, entre outros, desfizeram boa parte da linha que separava artes puras de artes aplicadas; construíram uma prática e uma teoria para estudo e aplicação da cor, da forma e da tipografia, sedimentando novas teorias visuais que viriam dar frutos tanto a curto como a longo prazo. Para o caso particular do design gráfico foi determinante, instalando modos de pensar e de fazer que o ergueram como disciplina e escola baseadas em princípios. E que provocando o surgimento de um novo estatuto para o designer como profissional habilitado — tanto formalmente como pela técnica e pela arte — o transformou num agente com forte impacto social (Drucker, 2013: 194).

Contudo, o regime de Estaline impôs, como única, uma estética de realismo heróico mais óbvia e, por isso, mais «compreensível pelas massas», como referiu Fragoso (2009: 60) e facilmente adoptada noutros «países aspirantes ao comunismo». O realismo soviético foi considerado «a única estética oficial» levando a que artistas como El Lissítzki, entre outros, viessem a deixar o país levando o legado construtivista consigo e disseminado-o pela Europa da década de 1920, em particular na Alemanha, na Suíça e na Holanda (Hollis, 1994: 51).

#### 2.4.5. DE STIJL

O movimento De Stijl surge na Holanda em 1917 com Theo van Doesburg. Segundo Meggs (2009: 389) os seus seguidores tentavam alcançar, pela geometria abstracta, «leis universais de equilíbrio e harmonia para a arte, que poderia então tonar-se um protótipo para uma nova ordem social», descobrindo a matemática mais profunda que estipulava a ordem para todas as coisas e que



238.



239.



240.

era necessário revelar retirando o véu figurativo que tudo escondia e distraía do essencial, que era o belo absoluto. «A teoria científica, a produção mecânica e os ritmos da cidade moderna ter-se-iam formado a partir dessas leis universais» (Meggs, 2009: 390).

Exploravam conceitos puros de orientação vertical e horizontal, que não trabalhavam, como se não fossem sujeitos a um fim, com os limites do suporte, e das tensões que poderiam criar nas áreas circundantes através do equilíbrio de não simetrias. A paleta de cores frequentemente reduzida às três primárias, complementadas pelas neutras branco, preto e cinza era considerada um elemento estrutural e não de acabamento. Para o De Stijl a arte pura deveria ser seguida pelas artes aplicadas como a arquitetura, o design gráfico e de equipamento, para que a ordem chegasse através delas a toda a sociedade, que assim beneficiaria também das suas conquistas.

A geometrização invade capas de livros, e por vezes mesmo o formato do próprio livro em quadrado, por exemplo, bem como letras projectadas que tentam buscar, no quadrado, o princípio e o fim das formas das letras. As linhas curvas são abandonadas e é feito uso de barras e régua tipográficas, tal como os construtivistas, para ordenar o suporte. Lupton (2006: 121.) diz dos seguidores do De Stijl que eles «passaram a letra pela peneira do diagrama»

Curiosamente, e apesar de algum antagonismo, seguidores do Dada e do De Stijl partilharam trabalhos, pois os segundos consideravam necessários os primeiros para desordenarem a ordem mal estabelecida, para que depois eles a pudessem reconstruir de melhor forma.

238. Capa de Theo van Doesburg, para *Klassiek-Barok-Modern*. Antuérpia, De Sikkel, 1920.

239. Capa de Vilmos Huszár para *De Stijl Vol. 1*. Delft, 1917.

240. Capa de Theo van Doesburg para *De Stijl Vol. 6 no. 8*. Leiden, 1924.



241. Capa de  
Herbert Bayer  
para *Staatliches  
Bauhaus in  
Weimar 1919-  
1923*. Weimar,  
1923.

—  
Glaser, 2008: 11



241.

WHEN I LOOK AT SOMETHING, I DO NOT SEE  
IT UNLESS I MAKE AN INTERNAL DECISION TO  
DRAW IT. DRAWING IT IN A STATE OF HUMILITY  
PROVIDES A WAY FOR TRUTH TO EMERGE.

— *Milton Glaser*\*

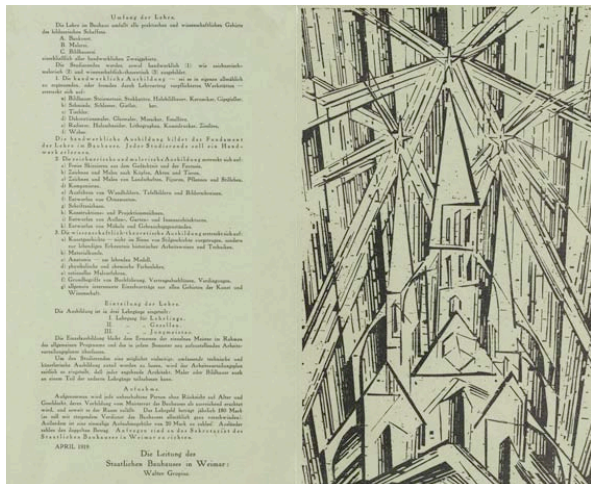
## 2.5. ESCOLA. GUERRA. GLOBALIZAÇÃO.

### 2.5.1. BAUHAUS

*Staatliches Bauhaus* significa *casa da construção* e é considerada a primeira escola de design. Foi criada em 1919 pelo arquitecto Walter Gropius em Weimar, na Alemanha, embora mais tarde tenha mudado as suas instalações, primeiro para Dessau, e finalmente para Berlin onde, mais tarde, em 1933, foi fechada pelo regime nazi. Apesar de ter durado apenas 14 anos tornou-se um importante e influente marco na arte e no design europeus, e posteriormente também americanos, depois da segunda Guerra Mundial.

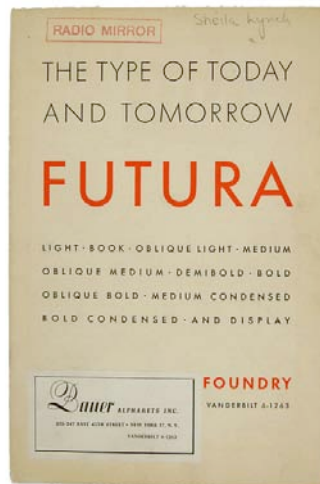
No seu manifesto, o movimento Bauhaus defendia a destruição da barreira que separava artes puras e artistas de artes aplicadas e artesãos. Assumiam a intenção de erguer uma escola orientada para o futuro, unindo disciplinas como arquitectura, pintura e escultura que, juntas, formariam uma nova maneira de pensar e produzir, que iria alterar e beneficiar a vida de todos. Arte e indústria trabalhariam de mãos dadas para assim trazer criações de qualidade, pensadas e construídas à escala do homem, com recurso à lógica, baseada na pureza da geometria e da simplicidade funcional. Ao longo dos três anos e meio que duravam os estudos os alunos aprendiam teorias e práticas tanto visuais e criativas como construtivas. Realizavam projetos em oficinas próprias onde lidavam com as características e comportamentos dos materiais tanto como com questões de composição e de representação visual.

A Bauhaus partilhou referências de várias teorias trabalhadas pelos construtivistas. «Não é por acaso», refere Spocratti (1994: 188), «que em 1927 a colecção dos *Bauhaus Bucher*, organizada por Moholy-Nagy, publica o tratado de Kasimir Malevitch o *Mundo da Não-Objectividade*, e que o texto Neoplasticismo de Mondrian, já publicado em Paris em 1920, é reeditado na mesma colecção com o título de *Die Neue Gestaltung*, referindo-se explicitamente à passagem da forma (*Gestalt*) para a ‘formação’ (*Gestaltung*)». Ainda segundo Spocratti, esta ideia é muito próxima da de ‘construção’ — uma ideia fundadora da Bauhaus — que considera essencial a abordagem racional aos



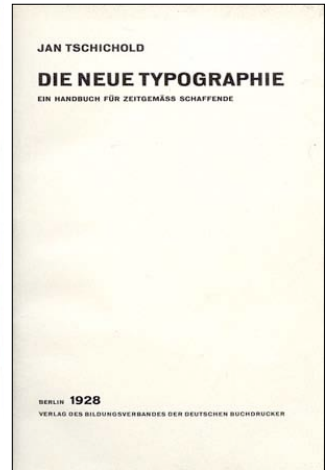
242.

242. Ilustração de Lyonel Feininger para folha de rosto do **manifesto Bauhaus**, de Walter Gropius, Weimar, 1919.



243.

243. Capa do folheto de apresentação do tipo Futura, de Paul Rener. Nova Irque, c. 1930.



244.

244. folha de rosto de **Die Neue Typographie**, Jan Tschichold, 1928.

245. Tipo de letra **universal** de Herbert Bayer 1925



245.



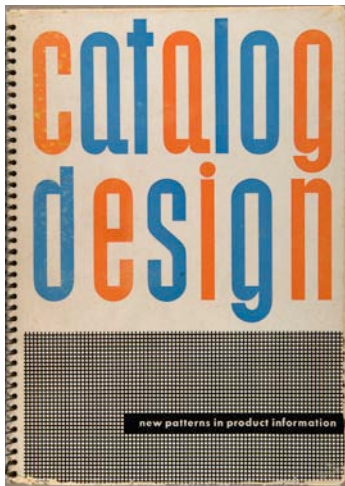
246.

246. **Typophoto** de Moholy-Nagy para cartaz publicitário de pneus. 1923

objectos quotidianos, que está na génese do design enquanto disciplina e modo de pensar e fazer.

À semelhança do movimento Arts and Crafts, a Bauhaus pretendia transformar a vida da sociedade através dos objectos pensados e fabricados inteligente, e esteticamente, para uma funcionalidade ajustada a todas as pessoas. As suas ligações à indústria tornariam possível a produção em grande número, viabilizando essa disseminação generalizada que faltou ao movimento de William Morris, na Inglaterra, sessenta anos antes.

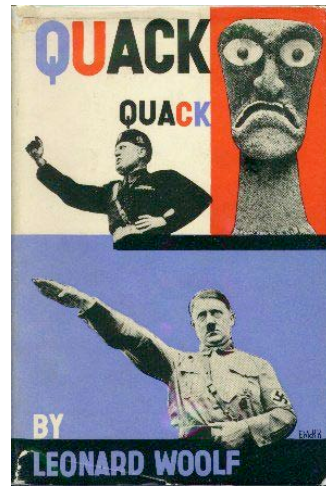
Outra influência importante foi a do pintor Paul Cézanne (1839–1906), que defendia que o pintor devia «tratar a natureza sob as formas do cilindro, da esfera e do cone» (Spocrati, 1994: 156) sendo mais tarde esta simplificação geométrica de todas as formas abraçada pela Bauhaus. Essa redução e depuração das formas à sua geometria mais simples era aplicada não apenas a elementos figurativos e de organização espacial mas também ao desenho de letras. Surgem novos alfabetos reduzidos à sua estrutura mais simples e geométrica



247.



248.



249.

como módulos. Os tipos não serifados à semelhança do Dada, Futurismo, Construtivismo e De Stijl, continuam a ser os escolhidos para trabalhar, por serem considerados descomplicados e puros. As formas do triângulo, do quadrado e do círculo tornam-se o alfabeto construtivo visual e as cores mantêm-se as primárias, com particular ênfase no preto e no vermelho.

A fotografia é considerada uma ferramenta importante para o design. No seu livro, intitulado *Pintura, fotografia, filme*, publicado com o nº8 na colecção da Bauhaus, László Moholy-Nagy apresenta um novo meio de comunicação a que dá o nome de *typophoto* (resultante da fusão de tipografia com fotografia) e que considera ser a «mais exacta prestação visual de comunicação (in Hollis, 1994: 60).

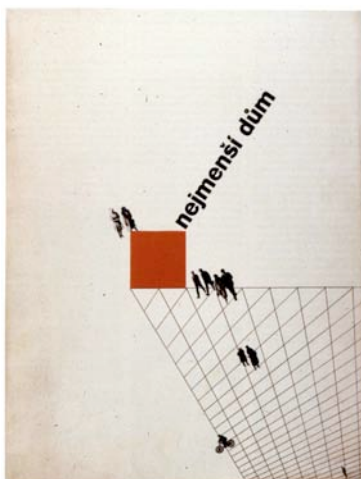
No campo particular da tipografia surgem também abordagens mais radicais e de extrema simplificação, defendidas para uma maior funcionalidade. Herbert Bayer desenha o seu tipo de letra *sturm blond* que se propõe ser verdadeiramente universal, por ter todo o seu desenho reduzido a linhas rectas e curvas baseadas no círculo, no triângulo e no quadrado. É constituído apenas por minúsculas que, segundo ele, seriam suficientes para que a comunicação se processasse sem problemas. «Se falamos sem maiúsculas para quê escrevê-las?» — perguntava Bayer. Uma nota de rodapé explicava no papel de carta da escola: «... ao restringirmo-nos às letras minúsculas a nossa tipografia não perde nada, torna-se mais fácil de ler, mais económica; um som, um sinal» (Hollis, 1994: 54).

Ainda no campo da tipografia seria publicado em 1928 por Jan Tschichold, o revolucionário livro *Die neue Typographie — A Nova Tipografia*. Nele eram descritos vários princípios e abordagens no tratamento a dar aos tipos, aos textos, às páginas, ao formato do papel, etc. Nesta nova maneira de trabalhar nada deveria ser deixado ao acaso. Segundo Tschichold (1998: 64) «o homem moderno tem que absorver diariamente uma quantidade imensa de material impresso quer queira, quer não queira, que lhe é depositada na caixa do correio ou com a qual se tem de confrontar quando sai à rua». E, conclui ele, «embora a grande diferença até aqui entre a impressão praticada actualmente e no passado resida na quantidade mais do que na forma». Mas precisamente devido ao

247. Capa de Ladislav Sutnar para *Catalog Design*. Nova Iorque, 1944.

248. Capa de E. McKnight Kauffer para *Point Counter Point*. Londres, 1951.

249. Capa de E. McKnight Kauffer para *Quack* de Leonard Woolf. Londres, 1936.



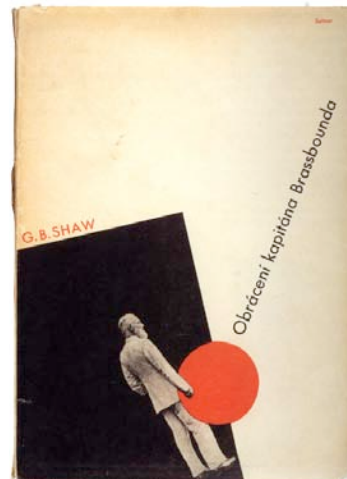
250.

250. Capa de Ladislav Sutnar para *Nejmensi dum*, 1933.



251.

251. Capa de Ladislav Sutnar para *Zenění a vdavani*, de Bernard Shaw, 1929.



252.

252. Capa de Ladislav Sutnar para *You never can tell*, de Bernard Shaw, 1932.

aumento da quantidade a forma era também forçada a mudar, adaptando-se às condições da vida moderna onde, regra geral, «já ninguém lê sossegadamente linha a linha, mas sim deita os olhos rapidamente sobre um todo, dando apenas a nossa atenção áquilo que estudamos com atenção» (Tschichold, 1998: 64).

Torna-se por isso necessário organizar e normalizar todas as variantes que participam no universo visual dos livros e dos trabalhos editoriais. Sistemas de organizar o espaço visual através de grelha, módulos, hierarquia, sentido de leitura e orientações baseadas em linhas horizontais, verticais e diagonais eram ferramentas com que a tipografia deveria ser trabalhada (Lupton, 2006: 123).

Usavam régua e barras tipográficas para assinalar e inflectir importâncias no texto. A antes valorizada beleza deveria ser substituída pela clareza.

«Qualquer obra de tipografia que seja originada de forma preconcebida, está errada. A nova tipografia distingue-se da antiga por o seu objectivo primeiro ser desenvolver a sua forma visível derivada da sua função no texto. É essencial dar expressão directa aos conteúdos impressos, tal como a natureza e a tecnologia da forma deve ser criada pela função. (...) Todas as partes de um texto se relacionam com as outras por uma relação de lógica definida de ênfase e valor, predeterminadas pelo conteúdo» (Tschichold, 1998: 77).

Os tipos de letra clássicos, apesar de legíveis, deveriam ser trocados por não serifados, a composição simétrica deveria ser abolida uma vez que os tipos centralizados num eixo resultavam numa extrema inflexibilidade para a tipografia contemporânea» (Tschichold, 1998: 66). A fotografia assegurava o seu estatuto privilegiado de forma de representação. Segundo Hollis (1994: 55), a nova tipografia de Tschichold é o mais importante e único documento do movimento moderno. Mais tarde, já refugiado na Suíça<sup>96</sup> e depois trabalhando

96 Tschichold entendeu que algumas das regras da nova tipografia eram demasiado absolutistas e próximas do espírito do movimento fascista, e começou nesta altura a trabalhar os seus arranjos tipográficos de modo mais tradicional. Desenhou livros para inúmeras editoras alemãs e suíças, foi consultor



253.



254.



255.

em Inglaterra, desenharia tipos serifados e faria extenso trabalho editorial recorrendo à simetria e à composição humanista, abandonaria a nova tipografia que viria a considerar absolutista e fascista. A Bauhaus foi definitivamente encerrada pelo regime nazi, que acusou os seus professores, alunos e seguidores de serem comunistas e degenerados, prevertidos e decadentes. Hitler perseguiu todos aqueles que contrariassem a visualidade que ele decidiu abraçar como única, a propaganda estética baseada no realismo heróico, «compreensível pelas massas» que tinha já sido adoptada por Estaline como única estética soviética em detrimento do construtivismo (Fragoso, 2009: 60).

Com a Bauhaus o design é teorizado apresentando e sistematizando os seus princípios em publicações especializadas. Desenvolve-se e independen-tiza-se no meio de artistas, arquitectos e artesãos, fruto da união da arte e da indústria, em pleno ambiente de vanguarda europeia e tendo-se tornado uma área de ensino e de trabalho específica, com campos de acção diversos como o cultural, o social e o económico (Drucker, 2013: 195–196). E os seus agentes, os designers, já não se encaravam a si próprios como artistas, conforme confessa Paul Schuitema (*apud* Potter, 2002: 43) acerca dos anos de trabalho na década de 1920 e 30, na Holanda e na Alemanha: «nós não víamos o nosso trabalho como arte; não víamos o nosso trabalho como fazer coisas belas; descobrimos que o romântico eram mentiras; que o mundo inteiro sofria de “fraseologia”; que era necessário começar do princípio». Algo tinha chegado ao fim e algo estava a ter início. Já não fazia sentido continuar o que vinha de trás, era preciso arrumar a realidade através de um outro sistema, de uma nova perspectiva, através de outros valores estéticos, não baseados na ideia de forma a que se acrescenta a beleza, mas da forma que surge da função original do objecto. Dá-se uma

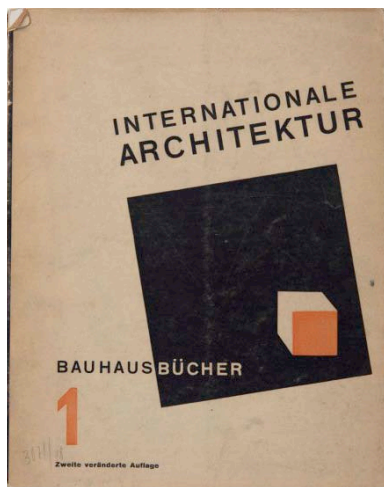
253. Sobrecapa de Jan Tschichold para *Drittel der Menschheit* de Otto Mänchen-Helfen. Berlin, 1932.

254. Capa de A. K. Hemberger para *Ein nichts erobert die welt*, de Helmut Wickel. Berlin, Adalbert Schultz Verlag, 1930.

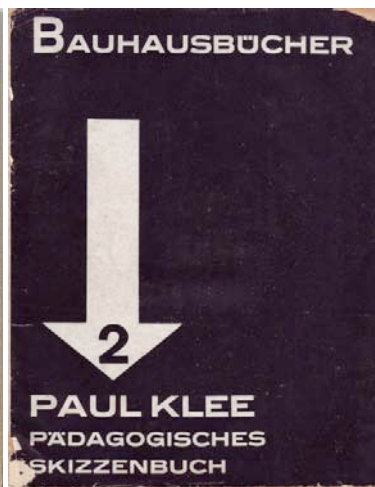
255. Capa de Joost Schmidt para *Bauhaus wallpaper catalogue*, 1931.

de design em empresas e criou o tipo de letra Sabon. Na editora londrina Penguin, desenhou mais de 500 páginas de rosto e especificou, nas famosas *Penguin Composition Rules*, as boas práticas tipográficas que, daí em diante, deveriam ser consideradas em todos os livros daquela editora (<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/607663/Jan-Tschichold>), consultado a 22/05/2016.

256. Bauhaus Bücher 1, *Internationale Architektur* de Walter Gropius, 1925.



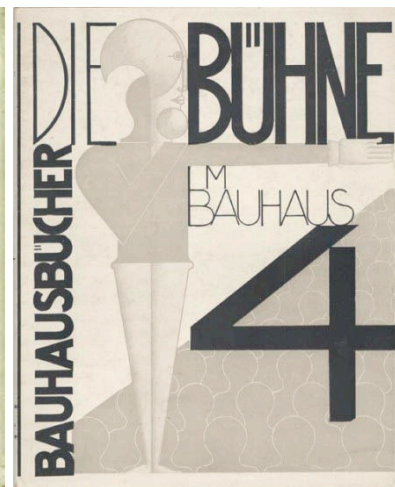
257. Bauhaus Bücher 2, *Pädagogisches Skizzenbuch* de Paul Klee, 1925.



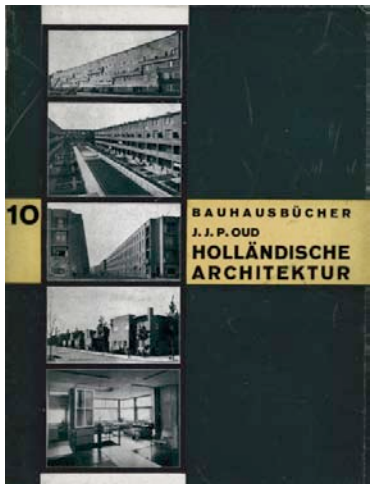
258. Bauhaus Bücher 3, *Ein Versuchshaus des Bauhauses*, de Adolf Meyer, 1925.



259. Bauhaus Bücher 4, *Die Bühne im Bauhaus* de Oskar Schlemmer, 1925.



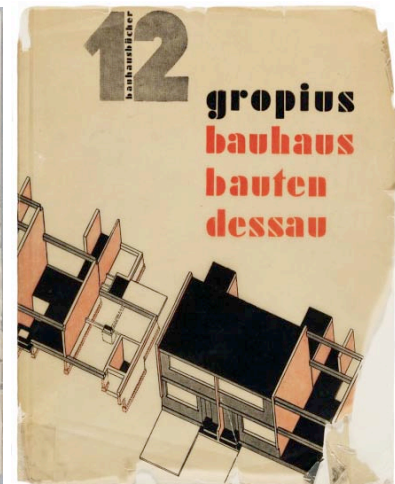
260. Bauhaus Bücher 9, *Punkt und Linie zur Fläche* de Wassily Kandinsky, 1926.



261. Bauhaus Bücher 10, *Holländische Architektur* de Jan Peter Oud, 1926.



262. Bauhaus Bücher 11, *Die gegenstandslose Welt* de Kasimir Malewitsch, 1927.



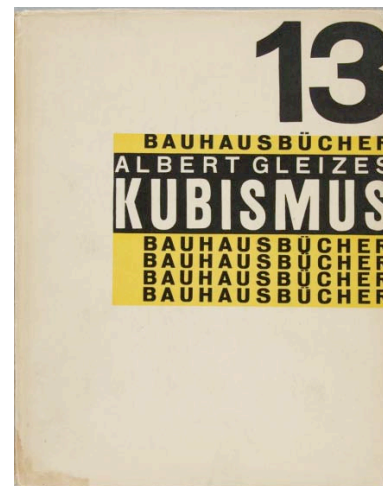
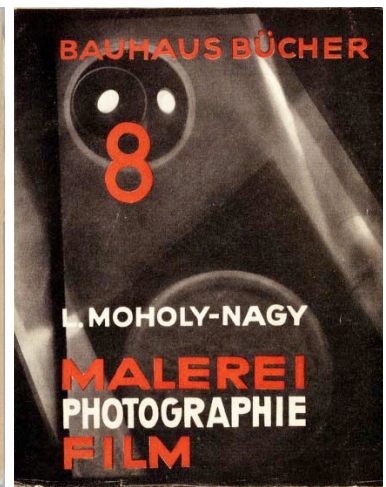
263. Bauhaus Bücher 12, *Bauhausbauten Dessau* de Walter Gropius, 1928.

264. Bauhaus Bücher 5. *Neue Gestaltung* de Piet Mondrian, 1925.

265. Bauhaus Bücher 6, *Grundbegriffe der neuen gestaltenden kunst* de Theo van Doesburg, 1925.

266. Bauhaus Bücher 7, *Neue Arbeiten der Bauhauswerkstätten*, de Walter Gropius, 1925.

267. Bauhaus Bücher 8, *Malerei Fotografie, Film.* de Lazlo Moholy-Nagy, 1925.



268. Bauhaus Bücher 13, *Kubismus* de Albert Gleizes, 1928.

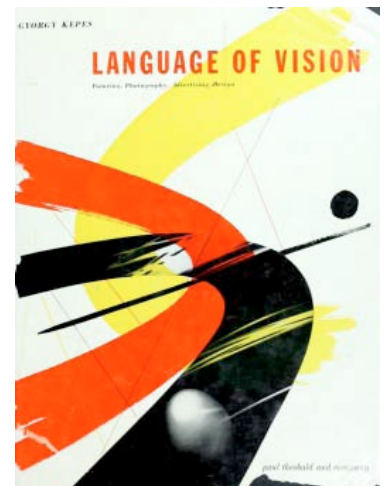
269. Bauhaus Bücher 14, *Von Material zu Architektur* de Laszlo Moholy-Nagy, 1929.

270. Capa de László Moholy-Nagy para folheto para a colecção *Bauhaus Bücher*, 1929.





271.



272.

271. e 272.  
Maquete e versão  
final de capa  
de *Language of  
Vision* de Gyorgy  
Kepes. Chicago,  
Theobald, 1944.

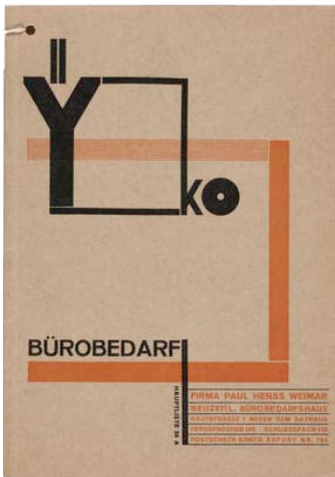
mudança profunda, o design, como dizia Munari, é uma nova forma estética, é a estética da lógica. E continua Schuitema:

«A nossa investigação foi direccionada para encontrar novas maneiras, para estabelecer novas perspectivas — para descobrir as reais características dos meios e das ferramentas criativas. Os seus pontos fortes são a comunicação — o seu valor real. Sem pretextos, sem exibicionismo (...). Reduzir o caos à ordem, dar ordem às coisas. Tornar os assuntos mais claros, para entender as razões. Foi o resultado do movimento social. Não era uma moda ou uma visão em especial da arte. Tentámos no trabalho estabelecer a nossa ligação com a situação social... A resposta para os nossos problemas devem ser as perguntas: por quê? Para quê? Como? E com o quê?» (*apud* Potter, 2002: 43).

Contudo, esta e outras modernas formas de fazer e pensar foram consideradas perigosas pelo regime nazi<sup>97</sup>, que tratou de as perseguir e ridicularizar<sup>98</sup>

97 «A partir das imagens enviadas para a exposição, torna-se claro que o olho de alguns homens mostra-lhes algo que não é o que as coisas são — que realmente existem homens que por regra sentem que os prados são azuis, o céu verde, as nuvens amarelo enxofre... Ou esses “artistas” vêm de facto as coisas desta maneira e acreditam no que elas representam - e então temos de nos questionar como é que o Ministro do Interior terá de lidar com esta questão para que este defeito tão medonho não se perpetue — ou, se eles não acreditam na autenticidade de tais impressões, mas procuraram impo-las sobre a nação, então é uma questão para o tribunal criminal.» Adolf Hitler (extracto de um discurso proferido na inauguração da Casa da Arte Alemã. Munique, 1937 (Fletcher, 2006: 158).

98 «Em 1933, os nazis já se tinham apropriado do termo científico “degenerado”, com a interpretação de “ter declinado para um estado subnormal”, como parte de seu ataque à arte moderna. O uso mais visível do termo ocorreu em 1937, quando o governo organizou uma enorme exposição sobre a chamada Entartete Kunst (“arte degenerada”). Esta exposição foi concebida como uma ampla acusação de todas as formas de arte e design moderno, incluindo (...) Expressionismo, Cubismo, Futurismo, dada, Purism, De Stijl, Art Deco, e Construtivismo. Organizada por Adolf Ziegler e Schweitzer, a exposição ‘Entartete Kunst (...)’ consistiu numa montagem apressada de obras de arte moderna incluídas em colecções públicas alemãs. As obras de arte foram expostas num espaço cavernoso com partições amovíveis. Foram deliberadamente expostas de uma forma desleixada, misturando movimentos díspares na arte e os artistas que os protagonizaram. Por exemplo, um conjunto de obras de Kandinsky foram justapostas com as palavras ‘louco a qualquer custo, a par de um texto complementar que destacava que o artista tinha sido professor na Bauhaus comunista em Dessau até 1933’» (Eskilon, 2012: 271).



273.



274.

depois do partido de Hitler alcançar o poder em 1933. Eram distribuídas listas negras com títulos de livros e promovidas acções públicas para os queimar (Lyons, 2011: 176). Progressistas de todas as áreas, editores, escritores, pensadores, poetas, músicos, designers, pintores, escultores, arquitectos, entre muitos outros, fugiam para países onde pudessem viver e trabalhar. Reino Unido, Estados Unidos da América e Suíça foram os destinos mais procurados e que, no caso particular do design gráfico, vieram a testemunhar interessantes desenvolvimentos para o movimento moderno.

### 2.5.2. BOLSO, CAPA MOLE E MERCADO MASSIFICADO

Jan Tschichold foi, entre muitos outros, mais um desses emigrantes forçados a abandonar a Alemanha nazi, primeiro rumo à Suíça, mais tarde à Inglaterra, onde veio a realizar trabalho significativo para a história do design dos livros do século xx. É na década de 1930 que, justamente primeiro, na Alemanha e depois em Inglaterra surgem duas icónicas editoras de livros de capa mole e que mais irão revolucionar a forma de desenhar, produzir e pensar os livros e as suas capas.

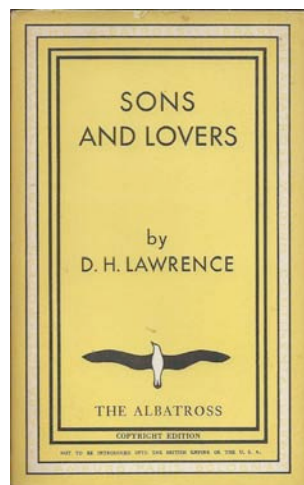
Pela Europa o aumento de população instruída e leitora pertencente a uma classe média, cada vez mais numerosa, criam uma procura para a oferta de livros de bolso<sup>99</sup> que tanto a alemã Albatross como a inglesa Penguin irão proporcionar, esta última de tal forma massificada que, segundo Baines (2005: 13) «o nome Penguin e a palavra *paperback* eram virtualmente sinónimos».

O sucesso destes livros deve-se, em boa parte, ao equilíbrio entre os elementos essenciais requeridos pelas edições de bolso: o preço, a conveniência do formato e a excelência dos conhecimentos transmitidos» (Baines, 2005: 13), mas não só. Para além do seu prático formato, do seu baixo preço e da qualidade literária, os livros eram, em termos visuais, tão fortes e apelativos que havia quem se referisse a eles, em visita a Berlim, como «as edições Albatross que

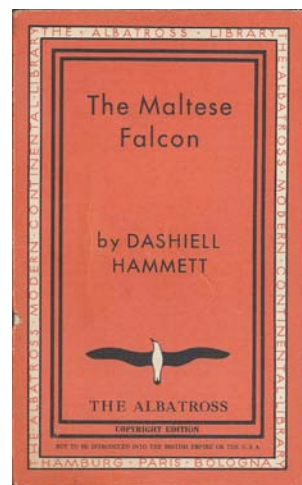
273. Capa de Joost Schmidt para *Yko Bürobedarf*. Weimar, 1926.

274. Sobrecapa de *Mein Kampf* de Adolph Hitler. Munique, Eher Verlag, 1926.

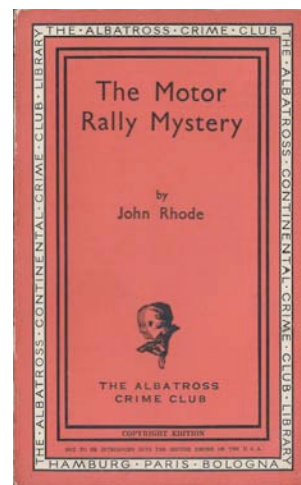
99 E de certa maneira, se recuarmos ainda mais, na Veneza renascentista de Aldus Manutius, ao criar o formato 'de bolso' (octavo = designação de octavo).



275.



276.



277.

275. Albatross vol. 292, *Sons and lovers*, de D. H. Lawrence. Hamburgo, 1936.

276. Albatross vol. 20, *The Maltese Falcon*, de Dashiell Hammett. Hamburgo, 1934.

277. Albatross vol. 105, *The Motor Rally Mystery*, de John Rhode. Hamburgo, 1935.

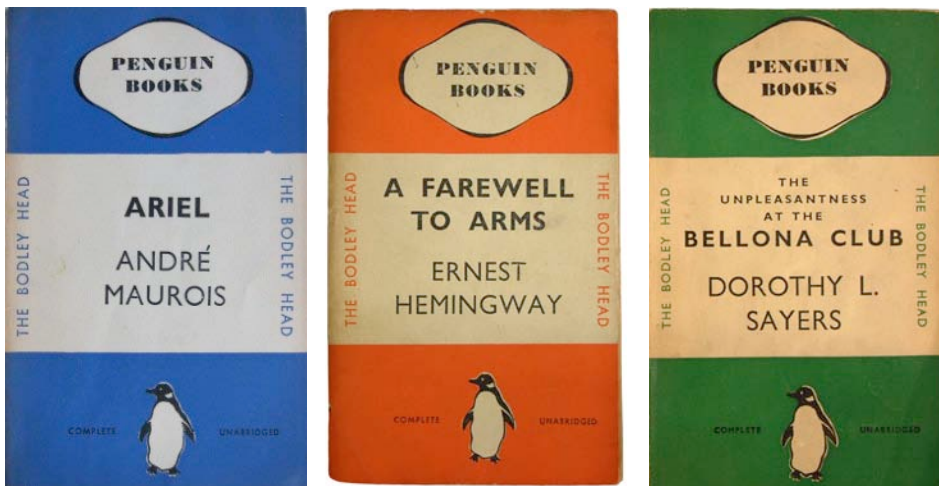
eu vejo por todo o lado»<sup>100</sup>. De facto, segundo Alistair McCleery, «o sucesso comercial dos livros Albatross a partir de 1932 deveu-se, em grande parte, ao frescor e modernidade da sua aparência», que se caracterizava por uma grande

«contenção visual que revelava a seriedade e a qualidade do conteúdo. A capa, tamanho e tipografia foram a conquista de Hans Mardersteig que esteve decisivamente envolvido na definição do formato elegante das edições Albatross [...]. Ele desenhou o modelo de capa, com um sistema eficaz de diferentes cores para diferentes temas. [...] A capa era predominantemente tipográfica, adornada apenas pela marca a preto da Albatross, com suas longas asas estendidas numa personificação da elegância de todo o design» (McCleery, 2015: 302).

Os *paperbacks* são livros com baixo custo de produção porque impressos em papel de inferior qualidade, com capa mole e colados em vez de agrafados ou cosidos. Mas, segundo Baines (2005: 76), nem por isso capas visualmente fracas, pelo contrário, eram representativas de uma «sensibilidade à matéria reproduzida no interior, que era cuidadosamente reflectida por tipografia apropriada, ilustração ou fotografia». E, segundo Guedes (2001: 38), «publicados em quantidades espantosas para a época», possibilitando edições muito baratas que podendo ser comprados por qualquer um e lidos em qualquer lado, dão início a uma revolução social literária. Os *paperbacks* eram livros de custo controlado que ambicionavam levar a um público alargado<sup>101</sup> muita da leitura qualificada, que era consumida vulgarmente ape-

<sup>100</sup> (Alistair McCleery, «Tauchnitz and Albatross: A 'Community of Interests' in English-Language Paperback Publishing, 1934-51» 2015, <http://library.oxfordjournals.org/> at Ryerson University).

<sup>101</sup> «Os primeiros livros *Penguin* apresentavam outros títulos disponíveis na parte de trás das capas ou em algum página branca no fim do miolo e ocasionalmente alguns títulos específicos eram promovidos em anúncio desenhado para esse efeito» (Baines, 2005: 32).



278.

279.

280.

nas pelos mais endinheirados, incluindo, segundo Owens (2003: 70), «obras importantes de filosofia, psicologia, ciência e crítica cultural a milhares de bibliotecas domésticas».

É precisamente por este aspecto da sua distribuição e acesso generalizado que lhes é reconhecido um importante papel: estes livros são para ler, pois quem os compra não o faz para os exibir pelas lombadas organizadas na estante da sua biblioteca. Um *paperback* comprado significa um livro lido. Conforme defende Mclean «uma obra de arte não é apenas uma peça de tela, mármore ou qualquer outro objeto tangível; é algo que acontece na mente das pessoas». O mesmo autor defende, no caso dos livros, «um livro não é um livro, a menos que esteja a ser lido ou usado, e a tendência de edições limitadas é todo um conjunto de outras coisas, mas não de livros, porque não são adequados à leitura» (Mc Lean, 1951: 35).

Estes livros, com capas num papel mais ou menos encorpado e resistente, vulgarizaram e deram poder às capas como suporte visual, valioso para tornar o livro num objecto mais apetecível. «O seu sucesso foi imediato e desse momento podemos datar o aparecimento, no mercado, do livro de massas», continua Guedes (2001: 38). Publicados em tamanho de bolso, os livros de capa mole (*soft cover*) tornam-se um importante veículo da formação literária, fomentando e democratizando o seu acesso por consecutivas gerações, chegando o design das suas capas a ser considerado o exemplo de como «a arte das capas de livros de capa mole pode ser vista como um guia para os modos pelos quais a literatura e várias tradições artísticas podem circular entre as correntes da cultura pop durante os anos 60» (Carlin e Jones, 2007: 101).

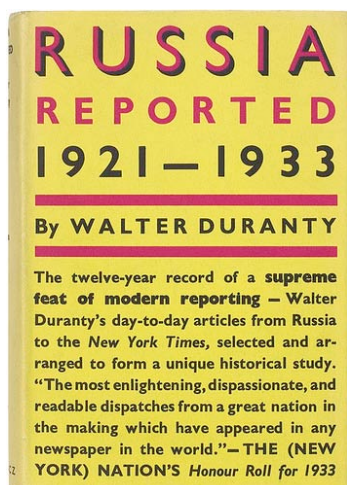
Uma significativa parte da importância histórica das capas graficamente valiosas dá aqui um grande passo. A capa em papel, como suporte de ideias escritas ou desenhadas que ajudassem à venda e/ou descodificação do interior do seu livro, desde o momento da sua aquisição, começou com as sobrecapas e foi, mais tarde, adoptada com o aparecimentos dos livros de edições económicas em capa mole, *paperbacks*.

Capas de Edward Young para a colecção principal da Penguin. Londres, 1935.

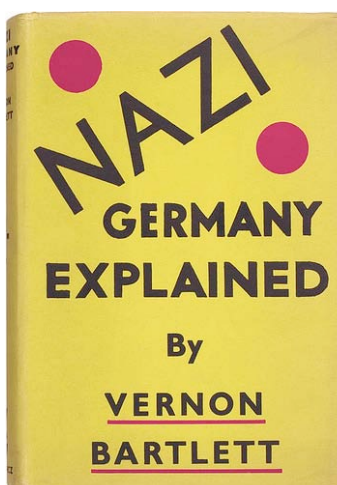
—  
278. vol. 1, *Ariel* de André Maurois,

279. vol. 2, *A Farewell to Arms*, de Ernest Hemingway

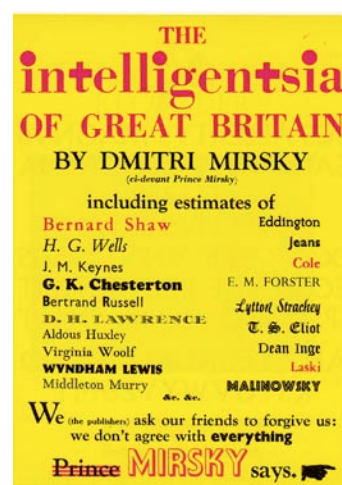
280. vol. 5, *The Unpleasantness at the Bellona Club* de Dorothy L. Sayers.



281.



282.



283.

«De todos os editores que antecederam a Penguin, no Reino Unido entenda-se, foi Victor Gollancz quem realizou os ensaios mais interessantes e bem-sucedidos em combinar bom design com produção em massa, porque envolveu a ajuda de Stanley Morisson. As capas tipográficas revolucionárias de Morisson, impressas em papel amarelo [...] tornou os livros de Gollancz reconhecíveis em todos o lado. Um romance de produção massificada de Gollancz dos anos 30 do sec XX, continua a comparar-se muito favoravelmente com a maioria dos romances impressos na Inglaterra de hoje” (McLean, 1951: 37).

281. a 283. Capas editadas em Londres, por Victor Gollancz, nas décadas de 1920 e 1930.

*Russia Reported 1921-1933*, de walter Duranty.

*Nazi Germany Explained*, de Vernon Bartlett.

*The Intelligentsia of Great Britain*, de Dmitri Mirsky.

Curiosamente os livros de capa mole precisaram de algum tempo para conquistarem o respeito que sempre fora devotado aos livros de capa dura (*hard cover*). Descendentes das sobrecapas, descartáveis, as capas moles e os livros foram desconsiderados durante os primeiros tempos, apesar do seu retumbante sucesso comercial e social. Ainda na década de 30 Richard De La Mare, editor da também inglesa *Faber & Faber*, se referia a elas nestes termos na *Sixth Dent Memorial Lecture*, em 1936, e que publicou no seu livro *A Publisher on Book Production*:

«A história da sobrecapa do livro é uma história estranha. (...) Começou como um miserável pedaço de papel ordinário, envolvido em torno do livro para protegê-lo durante a sua estada na loja; mas tornou-se este importante, elaborado, para não dizer mesmo caro, e embaraçoso assunto que conhecemos hoje, e do qual chegamos mesmo a lamentar a própria existência. Quão melhor poderia ser aplicado este dinheiro, que é esvaziado sobre estes invólucros efêmeros — ainda que pequenas obras de arte algumas possam ser — se utilizado para melhorar os materiais em que são feitos os livros propriamente ditos (De La Mare, 1939: 48).

Trinta anos depois, em 1966, também em Inglaterra, os Beatles cantavam o seu famoso tema *Paperback Writer* — com letra de Paul McCartney escrita com os populares livros de bolso da Penguin em mente.

Paperback writer

Dear Sir or Madam, will you read my book?

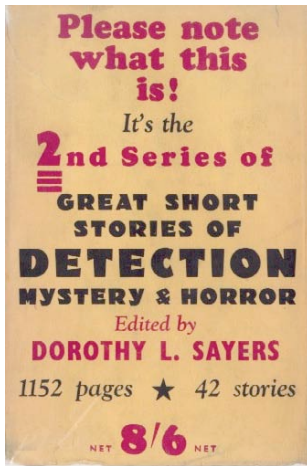
It took me years to write, will you take a look? It's based on a novel by a man named Lear

And I need a job, so I want to be a paperback writer

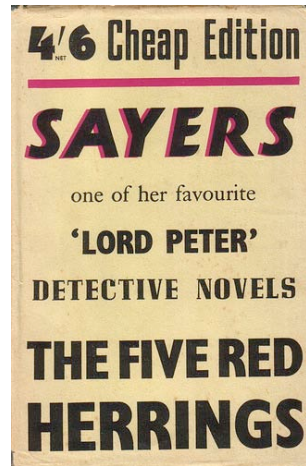
Paperback writer

It's the dirty story of a dirty man

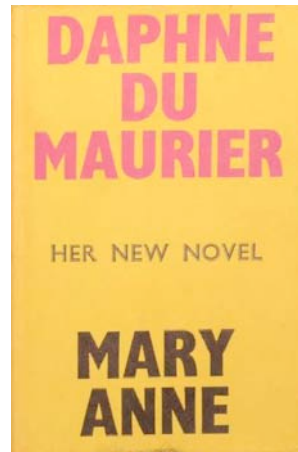
And his clinging wife doesn't understand



284.



285.



286.

His son is working for the Daily Mail  
 It's a steady job but he wants to be a paperback writer  
 Paperback writer  
 It's a thousand pages, give or take a few  
 I'll be writing more in a week or two  
 I can make it longer if you like the style  
 I can change it round and I want to be a paperback writer  
 Paperback writer  
 If you really like it you can have the rights  
 It could make a million for you overnight  
 If you must return it, you can send it here  
 But I need a break and I want to be a paperback writer  
 Paperback writer  
 (the Beatles)

A canção, em forma de uma carta dirigida a um editor por um aspirante a escritor de sucesso, passa a ideia de que os livros de capa mole eram escritos ao metro por criadores pouco preocupados com a qualidade da sua obra, que poderia ser aumentada, diminuída ou virada do avesso, se assim fosse o desejo do editor. Paralelamente, essa aparente falta de rigor literário não era impedimento para que da «noite para o dia» o livro em questão se tornasse um enorme sucesso de vendas, dando a ganhar «um milhão» a quem comprasse os direitos de publicação. Apesar desse sucesso, ainda na década de 1960 os livros de bolso com capa mole sofriam do estigma de literatura destinada à menor exigência das massas. Curiosamente, o público que comprava *paperbacks* deveria em simultâneo apreciar os Beatles uma vez que este tema, em 1966, alcançou por duas vezes o primeiro lugar do top norte americano.

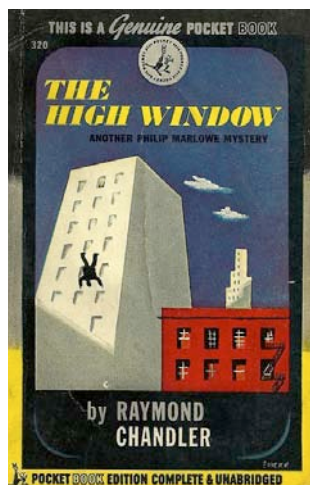
Nos EUA, à semelhança de Allan Lane com a Penguin, em Inglaterra, Robert de Graff criava, em 1938, a Pocket Books, que viria a ter um sucesso também massificado. Eram livros de bolso, em capa mole, «publicações muito

Sobrecapas de edições Gollancz. Londres, décadas de 1920 e 1930.

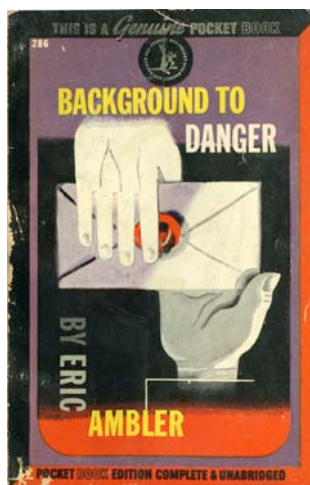
—  
 284. *Great Short Stories of Detection Mystery e Horror*, de Dorothy Sayers.

285. *The Five Red Herrings*, de Dorothy Sayers.

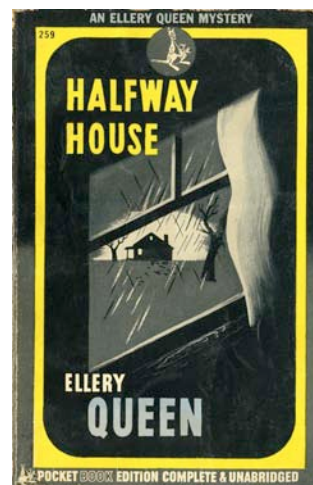
286. *Mary Anne*, de Daphne du Maurier.



287.



288.



289.

287 Capa de Edward Mcknight Kauffer para *The High Window*, de Raymon Chandler. Nova Iorque, Pocket Books, 1945.

288. *to Danger*, de Eric Ambler. Nova Iorque, Pocket Books, 1945.

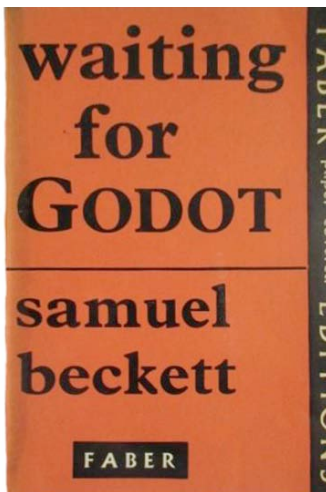
289. Capa de *Halfway House* de Ellery Queen. Nova Iorque, Pocket Books, 1945.

conotadas como baratas<sup>102</sup> mas respeitáveis», defendem Drew e Sternberg (2005: 38), que estabeleceram a referência que seria seguida nas décadas seguintes por outras editoras que viriam a publicar no mesmo formato.

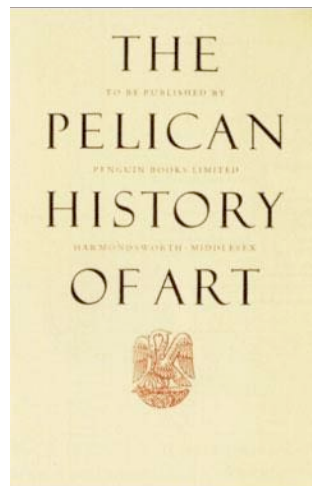
Segundo Heller (2003: 12) o design gráfico, ainda que de forma não imediata, teve um papel decisivo na conquista da respeitabilidade pelos livros de capa mole, ajudando a combater o estigma que sofreram inicialmente. A ideia de que eram livros descartáveis foi contrariada pelo investimento que exibiam na qualidade gráfica das suas capas, sugerindo que o conteúdo também era mais duradouro. Se os livros de capa dura eram mais respeitáveis e as suas capas mais sérias, os de capa mole eram «uma fonte de design moderno e inovador que ultrapassava o design dos de capa dura em liberdade e ingenuidade. Em última análise», conclui Heller, «os livros de capa mole ganharam o respeito que os designers lhes trouxeram, influenciando, por seu turno, o estado actual do design de capas e sobrecapas de hoje».

Mas, se os designers foram importantes para os livros de capa mole, o inverso é também verdade. Os livros de capa mole, pela sua grande quantidade, regularidade e distribuição, tornaram-se num importante veículo de expressão individual do designer, que através das suas capas conseguia alcançar um público muitíssimo alargado. Este público tornou-se valioso não apenas pelo seu grande número mas também porque, conforme referem Drew e Sternberg (2005: 39), «não era um público apenas consumidor mas consumidor de literatura». As capas de livros, mesmo no caso dos de capa mole para um mercado massivo, embora sendo um produto comercial para as massas, eram também um produto literário. Não era o mesmo desenhar uma capa ou uma outra embalagem de qualquer outro produto de consumo. Esta nuance tornou-se importante. A literatura enquanto produto de venda permitia ao designer exprimir-se com muito maior liberdade e riqueza artísticas, podendo

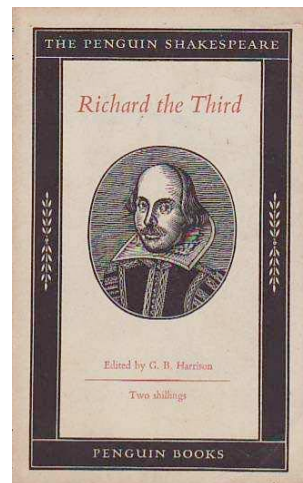
102 Vendidos cada um a 25 cêntimos (de dólar americano), estes livros custavam uma fracção do preço dos de capa dura desse tempo e podiam competir com os preços das requisições nas bibliotecas comerciais.



290.



291.



292.

recorrer à ambiguidade mais do que à literalidade, à abstracção mais do que à representação, às modernas abordagens, à geometria, cor e tipografia da estética modernista e assim passá-la a um público que, através delas, acabou por receber uma ‘educação visual’ em pequenas doses mas de forma contínua.

De certo modo, esta nova forma de publicitar o livro, que os *paperback* originaram, levantou uma nova questão e traçou uma linha que separava duas vertentes do mundo dos livros: por um lado, o livro como objecto cultural, e, por outro, o livro que apelava ao consumo, isto é, como objecto para ser comprado.

Pela Europa as editoras competem pelo reconhecimento público dos seus livros, pelo design das suas capas e esperam que seja diferenciador, apesar de se manter frequentemente racionalista e sóbria<sup>103</sup>, recorrendo sobretudo à construção de «um estilo particular alcançado quase sempre por standardizar os formatos, a composição e os tipos de letra de capas (Hollis, 2012: 71). Desta abordagem o caso mais ilustrativo é seguramente o da editora francesa Gallimard, onde a abordagem racionalista é, à semelhança de Inglaterra, com a Penguin, muito vincada. Sendo a Gallimard uma editora há muito estabelecida no mercado, Massin opta por uma abordagem cautelosa ao design das célebres capas brancas tipográficas e minimalistas do extenso catálogo composto por 10.000 títulos. Tarefa que, segundo Hollis (2012: 71), Massin terá resumida «em três palavras: manter, restaurar, renovar» numa perspectiva de capitalizar o reconhecimento público já existente, mas afinando-o quando houvesse necessidade.

Esta abordagem quase austera ao design de capas de livros fez escola e ainda hoje é visível em alguns países europeus, como salienta o celebre designer inglês David Pearson, denotando alguma aparente inveja, dizendo que «nos quiosques das estações de caminho de ferro, em Itália, capas de aspecto austero repousam alegremente ao lado de pacotes de rebuçados, ao passo que os romances franceses mais comerciais não precisam de conter mais do que

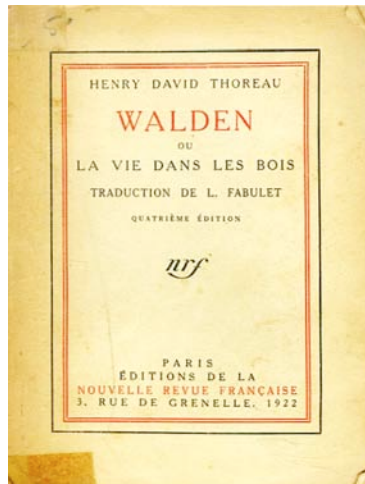
290. Capa de Berthold Wolpe para *Waiting for Godot* de Samuel Beckett. Londres, Faber and Faber, 1959.

291. Capa de Jan Tschichold, para *The Pelican History of Art*. Londres, Pelican, 1947.

292. Capa de Jan Tschichold, para *The Tragedy of Richard The Third*. Londres, Penguin Books, 1953.

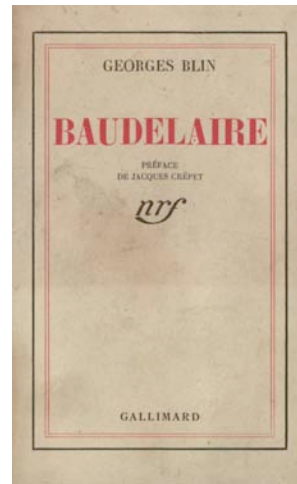
103 Nos EUA é nesta diferença entre abordagem racionalista e mais tarde arrojada que terá surgido um certo confronto de opiniões entre designers como Dwiggin, da escola Arts & Crafts e outros desta nova geração, como Lustig e Rand.





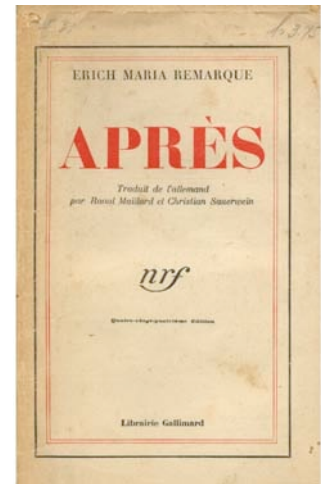
293.

293. Capa de *Walden* de Henry David Thoreau. , Paris, Nouvelle Revue Française, 1922



294.

294. de Georges Blin. Paris, Gallimard, 1939.



295.

295. Capa de *Après*, de Erich Maria Remarque. Paris, Gallimard, 1931.

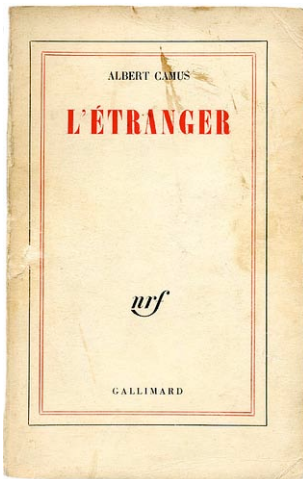
um pequeno título e o nome do autor sobre um fundo branco liso» (*apud* Howard, 2008: 426). O que claramente entra em choque com a abordagem mais comercial dos ingleses, e, sobretudo, a norte-americana, onde a cultura dos *paperbacks* estava sujeita, segundo Baines (2005: 82), a «pressões comerciais afirmando que o cinema e a televisão estavam em vantagem relativamente aos livros», o que queria dizer «que deveria ser usada fotografia nas capas<sup>104</sup>».

Os EUA incorporaram no quadro de professores e profissionais das suas escolas, universidades e empresas muitos desses artistas e designers oriundos da Europa. Nomes como Herbert Bayer, Mehemed Feheny-Agaha e Alexey Brodovitch, refere Drucker (2013: 208) «são contratados por editoras e executivos ansiosos por captar a sofisticação do estilo europeu», adoptando para fins comerciais as teorias e práticas dos movimentos de vanguarda. A América recebe, desta forma, todo um novo vocabulário visual que aprende a integrar aliviando-o, contudo, de alguma da sua carga europeia original mais austera, mas absorvendo os seus fundamentos. Aprende a funcionar com estas novas raízes estilísticas e teóricas que encaram a tipografia como elemento activo e já não apenas passivo, depuram as formas à mais crua geometria ou à abstracção gráfica, bem como associam a arte ao mundo real do dia a dia influenciando fortemente «a prática da primeira geração de designers de capas americanos verdadeiramente modernistas, em particular Alvin Lustig e Paul Rand», e dando início ao modernismo americano, como referem Drew e Steinberg (2005: 21) .

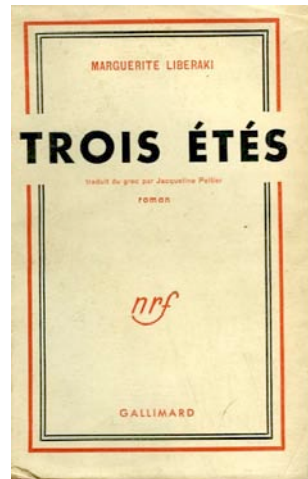
### 2.5.3. MODERNISMO EUROPEU VS. AMERICANO

SEGUNDO JOHANNA DRUCKER eram imensas as diferenças entre o design gráfico praticado na Europa e nos Estados Unidos durante a décadas de 1910. Mas, pouco depois, em virtude do legado construtivista trazido para a Europa e América pelos designers emigrados russos, nas décadas de 1920 e 1930, as diferenças eram já bem menores. Na Europa, movimentos como o Futurismo,

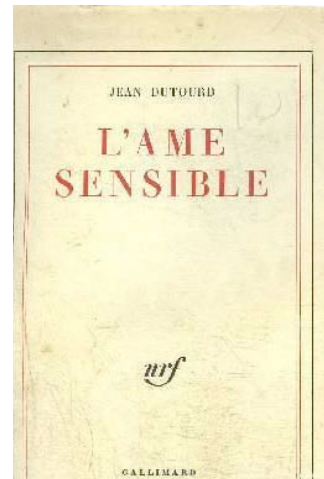
104 «as pressões comerciais ditavam que o cinema e a televisão eram aproveitados sempre que possível. Frequentemente isso significava o uso de fotografia».



296.



297.



298.

Dadaísmo, Construtivismo e DeStijl vulgarizaram o uso de formas abstractas, linhas grossas, tinta preta e vermelha, formas fortes, disposições marcantes. Tal como a tipografia assimétrica, composições dinâmicas, tipos não serifados e geométricos, a *nova tipografia*, uso de fotografia numa abordagem objectiva que ajudava ao estilo minimalista de revistas, livros e trabalhos comerciais (Drucker, 2013: 204).

Se o regime de Estaline provocou a deslocação de artistas da Rússia para o centro da Europa, mais tarde o de Hitler deu-lhe continuidade, levando um grande número a mudar da Europa para a América do Norte. A tantas outras áreas de actividade, juntavam-se pessoas ligadas à prática e ao ensino das artes visuais. Pintores, escultores, fotógrafos, arquitectos e designers vieram alterar profundamente o panorama das artes visuais norte-americanas.

Para Eskilon (2012: 283), a Segunda Grande Guerra «marcou o fim de uma era do design americano ao banir do panorama gráfico o recurso à ilustração realista, que durante décadas dominou os meios de comunicação», substituindo-a pelo modernismo abstracto. Segundo o mesmo autor, dois dos agentes americanos mais responsáveis por esse processo gradual, iniciado ainda no final da década de 1920, terão sido o Museu de Arte Moderna (MoMA), e o grupo de publicações Condé Nast<sup>105</sup>, ambos em Nova Iorque, mais tarde ajudados pela «ideia generalizada que associava o naturalismo idealizado à propaganda manipuladora da Alemanha nazi» (Eskilon, 2012: 283).

Pela parte do MoMA, quase dez anos depois de ser criado, em 1929, deu início a uma série de exposições denominadas *Usefull Objects*, e mais tarde uma outra série chamada *Good Design*, com as quais o museu pretendia difundir uma nova noção de design de qualidade, embora a escolha dos objectos fosse, por vezes, mais devida à sua afinidade visual com a arte moderna do que às suas qualidades no que toca a função, durabilidade ou segurança. Em 1949 o intuito da exposição *Modern Art In Your Life* já ultrapassava a apresentação

296. Capa de *L'Étranger*, de Albert Camus. Paris, Gallimard, 1942.

297. Capa de *Trois étés*, de Marguerite Liberaki. Paris, Gallimard, 1949.

298. Capa de *L'Âme Sensible*, de Jean Dutourd. Paris, Gallimard, 1959.

<sup>105</sup> O grupo norte americano Condé Nast criado em 1909 foi, e ainda é, responsável por um enorme variedade de revistas.



299.



300.

299.. Capa de catálogo de série de exposições no MoMa, *Good Design*. Nova Iorque, 1944-56.

300. Capa de Alexey Brodovitch para *Portfolio*, 1950.

do design industrial e gráfico à sociedade, tentando agora a sua equiparação às belas artes, «exibindo peças de arte juntamente a anúncios, capas de livros e bens de consumo» conforme notaram Lupton e Miller (1999: 93):

«Quando o designer de capas usa grandes áreas imaculadas, quando o designer da embalagem confina o seu apelo às letras de corte quadrado e a um mínimo de retângulos, estão a partilhar do prazer de Mondrian pela subtil e ousada simplicidade». Ao mesmo tempo, as belas artes são democratizadas porque se exhibe a sua influência na vida quotidiana. «Modern Art in Your Life» expôs as obras de arte a par de anúncios, capas de livros e bens de consumo. (...) A capa de 1948 de Alvin Lustig para «A Season in Hell» (Fig 527, p.368), que tem antecedentes de alta cultura nas pinturas de Miró e Arp».

Por seu lado, o grupo editorial de revistas Condé Nast partilhava a generalizada admiração dos americanos pela «modernidade e a sofisticação» europeias e, segundo Hollis, encontrou-as na figura do turco <sup>106</sup> convencendo-o a trocar a *Vogue* alemã, em Berlim, pela americana, em Nova Iorque, onde passou a ser director de arte, a par de mais duas revistas do grupo — a *House and Garden* e a *Vanity Fair* — e onde permaneceu até 1943 e nas quais, como refere Hollis (1994: 97–98), «introduziu o chique parisiense e a experiência alemã (...) tendo sido o primeiro a ver uma revista como uma série de duplas páginas em vez de uma sequência de páginas individuais».

É interessante assinalar que a direcção de arte da revista rival *Harper's Bazar* passou, desde 1934, a estar a cargo de outro europeu, o russo Alexey Brodovitch, vindo de Paris para dar aulas em Filadélfia (Hollis, 1994: 99). Ambos traziam referências artísticas e fotográficas semelhantes e trouxeram para as

<sup>106</sup> Mehemed Fehmy Agha (1896– 978) designer turco nascido na Rússia, foi um dos pioneiros no design de publicações nos Estados Unidos da América tendo tido um papel fundamental na divulgação dos princípios de vanguarda europeia em particular na direcção de arte das revistas *Vogue*, *Vanity Fair*, e *House & Garden* do grupo Condé Nast.



301.



302.

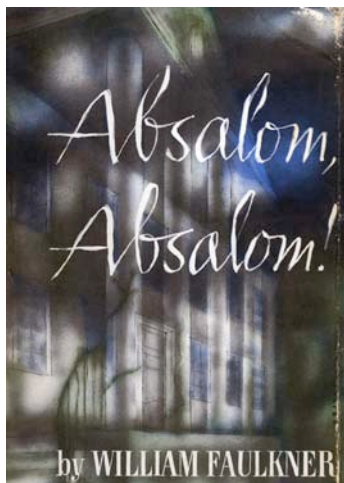
revistas americanas artistas e fotógrafos europeus como Cassandre, Man Ray, Cartier-Bresson, Salvador Dalí, Lisette Model, Brassai e Jean Cocteau, e americanos como Isamu Noguchi, Irving Penn e Richard Avedon (Hollis, 1994: 99; Lupton, Miller, 1999: 189). Tanto Agha como Brodovitch foram, em boa medida, agentes responsáveis pela assimilação do modernismo pela sociedade norte-americana. Através de revistas de moda e de decoração, ilustradas e paginadas sob a sua direcção, o público americano foi-se habituando a que as imagens cruzassem a costura/vinco e extravasassem o limite da página, dando à fotografia uma centralidade e força sem precedentes no design de publicações (Lupton, Miller, 1999: 189). E «tendo em atenção a coerência de cada dupla página e o ritmo sequencial de toda a revista». E «deixar as imagens atravessar a encadernação e saírem da página, trazendo uma centralidade e força sem precedentes para a fotografia no design de publicações (Lupton, Miller, 1999: 189). E «ter em consideração a coerência de cada dupla página e o ritmo sequencial de toda a revista», em vez das velhas formas de desenhar revistas que recorriam a «arranjos tradicionais e técnicas de enquadramento convencionais — inserções circulares, cantos sobrepostos — que tratavam as fotografias e ilustrações como unidades de composição distintas» (Lupton, Miller, 1999: 189). Não apenas na moda e na decoração, mas até nas capas da revista *Fortune*, da década de 1930, cujo director de arte era mais um europeu, — o designer alemão Will Burtin — apresentavam «ilustrações sofisticadas e pinturas, por vezes de artistas politivamente identificados com a esquerda, como Lèger, Diego Rivera e Ben Shahn» (Hollis, 1994: 100–101).

Se a generalidade da população americana acedia ao modernismo através de revistas de moda e de decoração desenhadas por europeus na América, os designers americanos faziam-no através de publicações<sup>107</sup> como *Die Neue*

107 «Desencorajado pela escassez de informações práticas sobre design e pelo exagero do que ele chamou de “desinformação”, Rand consolou-se atrás das grandes portas de carvalho da sala 313 na ala principal da Biblioteca Pública de Nova York. Nesta bela sala de leitura antiga, consumiu a rica coleção da biblioteca de livros de arte, anuários de design europeus e de revistas sobre impressão e tipografia. Foi aqui que ele aprendeu sobre o trabalho de artistas franceses e ingleses de publicidade, de inspiração

301. Capa de Mehemed Fehmy-Agha para *Vogue*, Julho, 1940.

302. sobre fotografia de Richard Avedon para *Harper's Bazaar*. Nova York, Julho, 1948.



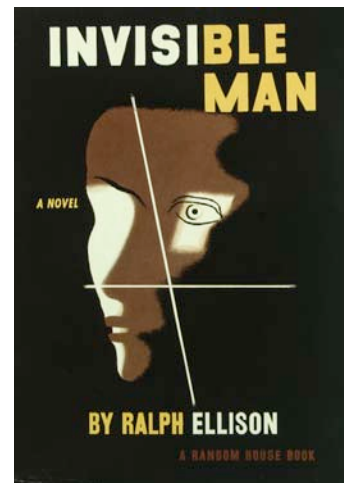
303.

303. Capa de George Salter para *Absalom, Absalom!* de William Faulkner. Nova Iorque, Random House, 1936.



304.

304. Capa de George Salter para *Tower of Babel* de Elias Canetti. Nova Iorque, Knopf, 1947.



305.

305. Capa de E. Kauffer para *Invisible Man*, Ralph Ellison. Nova Iorque, Random House, 1952.

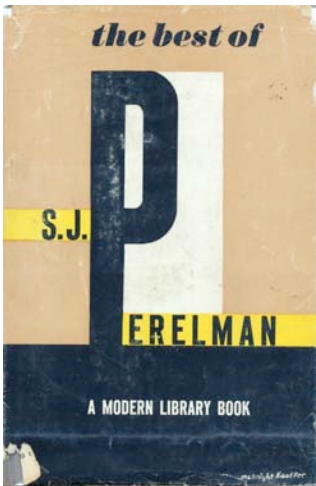
*Typographie*, de Jan Tschichold, e de revistas<sup>108</sup> sobre design publicadas por europeus, na Europa, como a *Gebrauchsgraphik*<sup>109</sup> e a *Graphis* publicadas, respectivamente, desde 1925 e 1944 (Lupton, Miller, 1999: 82). Admiravam, em particular, refere Hollis (1994:78), «os cartazes turísticos desenhados por Herbert Matter» tendo, numa visita que este fez a Nova Iorque ainda antes da Segunda Grande Guerra, tentado convencê-lo a lá ficar.

No contacto norte americano do modernismo inicial com o design das capas dos livros, os nomes George Salter e Edward Kawfer surgem como dois dos mais unanimemente reconhecidos designers. George Salter, alemão, chegou aos EUA em 1934, na «primeira onda de refugiados artistas e intelectuais» a abandonar a Alemanha nazi, onde vinham também «nomes ilustres do design de livros ilustradores e tipógrafos»; entre outros, «Jan Tschichold, Joseph Albers, John Heartfield, Herbert Byer, Jan van Krimpen, e Berthold Wolpe» (Hansen, 2005: 26). Apesar de reconhecer a grande competição pela atenção do público por parte da «gigante indústria das revistas», Salter rapidamente identificou, na sociedade americana da época, características e circunstâncias muito favoráveis ao desenvolvimento do design de capas de livros (Drew, Sterneberg, 2005: 37), e praticando um design que ele defendia como uma profissão que poderia ser mais nobre do que apenas comercial (Drew, Sternberg, 2005: 28). Desenvolveu um corpo notável de trabalho, em inúmeras capas de livros onde

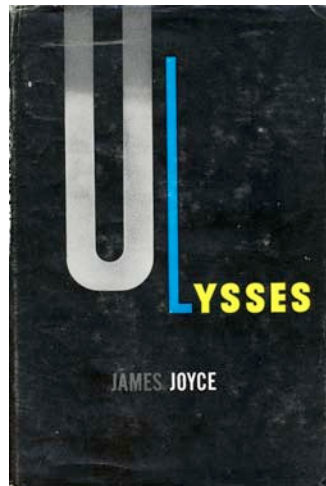
cubista, A.M. Cassandre e E. McKnight Kauffer. Através das suas composições abstratas e simbólicas para lojas comerciais, empresas de transportes e companhias ferroviárias, ele podia constatar a interseção de funcionalidade e imaginação. Apercebeu-se de que na Europa a arte não estava escondida, enterrada em instituições inflamadas, mas que fazia parte da vida comum. A arte comercial era um meio de disseminar arte pelas massas. E essa experiência total, aprendeu ele, foi a missão dos movimentos e das escolas de arte moderna da Europa "(Heller, 1999: 16).

108 «Um dia (...) [Paul Rand] encontrou um artigo (...) que o apresentou à pedagogia progressiva do design da Bauhaus. (...) Ao voltar para casa naquela noite, o animado jovem Rand perguntou à mãe se poderia ir estudar para a Alemanha. «O olhar 'deves-estar-a-brincar-comigo' da minha mãe, foi o suficiente para eu perceber que não deveria tentar retomar este assunto», recordou ele. Apesar disso, tornou-se, a partir desse momento, num fervoroso partidário da Bauhaus"(Heller, 1999: 17).

109 Que incluía tradução em inglês (Drew, Sternberg, 2005: 22).



306.



307.

texto e imagem se tornam frequentemente difíceis de separar, e onde «são evidentes as influências e as ideias formais do design gráfico alemão», entretanto «suavizadas pelos seus interesses literários<sup>110</sup> e a sua habilidade para contar histórias» (Hansen, 2005: 7).

Edward Kawfer, embora tenha nascido na América, viveu uma parte considerável da sua vida em Londres, da qual regressou durante a Segunda Guerra Mundial, tendo desenhado muitas capas de livros nas quais, segundo Drew e Sternberg (2005: 35–36), usou a «sua formação em belas artes e exposição às vanguardas europeias», adaptando «uma série de estilos e técnicas associadas à arte moderna. Estas incluíam simplificações da ilustração tradicional e composições que revelavam influência do cubismo e das fotomontagens fotográficas do Leste Europeu, e que resultaram em algumas das capas com design mais conceptual e rigoroso da sua geração».

Mas não só no universo da edição os designers vindos da Europa deixaram a sua influência nas futuras gerações de designers norte-americanos. Segundo Hollis (1994: 128) «quase todos os designers mais importantes estavam ligados ao ensino», e os que não estavam faziam trabalho revolucionário e visível. Joseph Albers fundou os programas de design no *Black Mountain College*; Alexey Brodovitch, para além da já referida direcção de arte da *Harper's Bazaar*, ensinava na *New School for Social Research*, em Nova Iorque; László Moholy-Nagy e Gregory Kepes fundaram a *The New Bauhaus*, em Chicago; Herbert Bayer foi consultor de design para um «dos maiores patronos do design progressivo nos EUA», a *Container Corporation of America*; Leo Lionni sucedeu a Will Burtin na direcção artística da *Fortune*; Ladislav Sutnar tornava acessível informação complexa através dos seus trabalhos esquemáticos visuais, em catálogos para grandes empresas de equipamentos e serviços; Herbert Matter,

306. Capa de E. Kauffer, para *The Best of S. J. Perelman*. Nova Iorque, Modern Library, 1963.

307. Capa de E. Kauffer, para *Ulysses*, de James Joyce. Nova Iorque, Random House, 1946.

110 «As capas desenhadas até 1950 geralmente divergiam estilisticamente dos conteúdos dos livros. Salters, no entanto, raramente cometeu esse erro, em parte porque aplicava com frequência o princípio de design que ele descreveu na sua categoria seis, e que defendia técnicas alusivas de imagens simbólicas para sugerir conteúdo» (Hansen, 2005: 38).

cujas fotografias eram usadas por Brodovitch na *Harpers Bazaar*, trabalhou como designer para a CCA e, mais tarde, torna-se crítico e professor na *Yale University School of Art and Architecture* em New Haven (Drew, Sternberg, 2005: 22). Todos estes, e outros designers, arquitectos e fotógrafos deixaram uma marca profunda em toda uma importante geração de designers americanos, hoje considerada pioneira como, por exemplo, Paul Rand<sup>111</sup>, Saul Bass ou Alvin Lustig, alguns dos quais vieram a ser também professores de design. Paul Rand foi um deles e deixou escrita neste pequeno poema a sua admiração por Herbert Matter, em 1977 (Bierut, 2007: 121).

«Herbert Matter is a magician.  
To satisfy the needs of industry, that's what you have to be  
Industry is a tough taskmaster  
Art is tougher  
Industry plus art, almost impossible.»

Robert Kinross (2004:133) refere um aspecto que nos parece ser significativo para justificar esta ‘magia’, como lhe chama Rand. O autor refere que para além de serem geralmente designers «com educação de alto nível que ia

111 «Em 1933, no mesmo ano em que os nazis encerraram a Bauhaus, ele matriculou-se em aulas na Art Student's League (...) uma distinta instituição de ensino de arte clássica conhecida pelas suas aulas abertas de desenho e pintura. Foi também em 1933 que o alemão George Grosz, mordaz satirista político e fundador do grupo Dada de Berlim, escapou dos nazis e instalou-se na cidade de Nova York onde dava aulas de desenho, frequentadas por Rand. Grosz mal falava inglês, e, no entanto, Rand disse que o simples facto de estar perto do homem tinha um efeito catártico tanto no seu espírito quanto na sua técnica (...) Embora Grosz nunca tenha articulado completamente sua lógica, Rand referiu-se a este momento como sendo aquele em que percebeu que possuir uma boa proficiência a desenhar era a chave até para a arte mais abstracta “(Heller, 1999: 17).

«[Rand] Recusava impor a sua vontade quando não era apropriado, aproveitava todas as oportunidades para reformular o programa e os termos da encomenda, de modo a que a solução pudesse ser resolvida de acordo com sua visão. Quando uma vez foi questionado porque se mantinha tão irredutível nas suas próprias ideias iconoclastas, Rand deu a entender que os designers americanos gostavam muito de clichés, e continuou referindo que a diferença entre ele e a maioria dos outros designers da época era: «Eu não estava sincronizado com o convencional porque estava ciente do que se estava a fazer na Europa na época. Eu conhecia os alemães e o tipo de trabalho que eles estavam a fazer - e era o melhor trabalho alguma vez feito “(Heller, 1999: 25).

Saul Bass (1920-1996) foi outro designer influente que estabeleceu a sua prática em Los Angeles numa época em que os estilos modernos abstratos estavam a entrar no *mainstream* americano (Eskilon, 2012: 305).

«Foi durante o período em que trabalhou na Blaine Thompson que Saul conheceu Gyorgy Kepes, o artista, designer e professor húngaro, que viria a ter uma enorme influência sobre ele. Saul contava frequentemente a história de como, por acaso, folheando livros numa livraria, descobriu *Language and Vision* de Kepes (1944), uma publicação seminal que apresentava publicidade e exercícios estudantis americanos contemporâneos — todos fortemente influenciados pela Bauhaus e outros movimentos europeus modernos. Para seu espanto, Saul leu no texto de contracapa do livro, que Kepes, tendo trabalhado na Alemanha com seu compatriota e ex-professor, László Moholy-nagy, e que tinha sido director do departamento de Luz e Cor da nova Bauhaus em Chicago, tinha ensinado design publicitário, estava agora a dar aulas no Brooklyn College. Saul matriculou-se de imediato“ (Bass J., Kirkham, 2011: 6).

«Kepes ajudou Saul a transformar a sua forma de pensar sobre o design, ajudando-o a fazer a transição de designer talentoso com um crescente interesse pelos grafismos modernistas para um personagem central e importante. (...) Muitos designers gráficos, a par de Saul, testemunharam a emoção de estudar com este professor extraordinariamente dotado e missionário. Revisitando a rápida curva de aprendizagem pela qual passou, Saul disse que se sentia como se tivesse descoberto “o mundo” e descreveu Kepes como sendo alguém que lhe abriu um novo mundo. (...) Embora a essência da sua formação com Kepes tenha sido grafismo do estilo Bauhaus e da “New Typography”, Saul também alargou a sua familiaridade com outros aspectos do modernismo europeu, desde o Cubismo e do Construtivismo ao De Stijl e ao Surrealismo. O fascínio de Saul com a psicologia assegurava também que ele absorvia os pontos de vista de Kepes sobre a importância das reacções psicológicas ao design “(Bass J., Kirkham, 2011: 9).

bem para além do simples treino em escolas de artes”, estes designers, como imigrantes que eram, estavam ainda habituados aos «desafios da sobrevivência numa cultura estrangeira”. Portanto, mais do que talento para o desenho eles tinham fortes competências em «analisar sistemas complexos e interacção humana”. Assim, dominavam ambos os mundos; por um lado, tinham uma visão estrangeira que lhes dava acesso a perspectiva do público que queriam alcançar, por outro, traziam uma forte cultura e educação visual aliados ao pensamento treinado de projecto — um somatório duplamente valioso e difícil de bater.

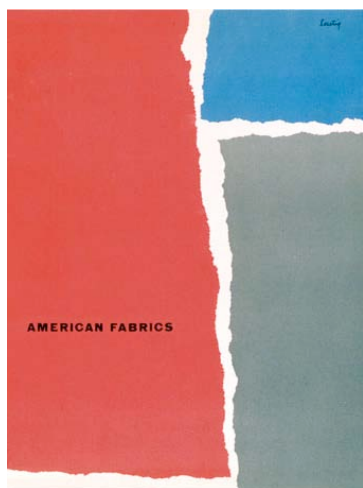
Um aspecto interessante do processo de disseminação do modernismo na América foi a sua despolitização. Enquanto que na Europa o modernismo estava fortemente ligado à Bauhaus, a pensamentos teóricos e a práticas ‘mais sérias’, associados a ideias de revolução social, na geração americana de pioneiros do design, educados por estes imigrantes europeus, toda a carga ideológica e política parece ter-se desvanecido<sup>112</sup>. Num artigo escrito em 1993 Catherine McCoy (1997: 89) justifica este fenómeno com uma «conspiração da agenda modernista para promover uma atitude apolítica entre os designers americanos, educadores e estudantes, assente na pragmática tendência americana para evitar dialéticas políticas”.

Assim, os designers americanos abraçaram as teorias do modernismo mas despirm-nas do seu carácter «socialmente preocupado ou politicamente revolucionário”. Eskilon (2012:82) parece concordar afirmando que «os designers americanos tendiam a ser menos doutrinários no seu trabalho, por vezes criando inventivas e híbridas soluções que integravam elementos de múltiplos estilos». E também Lupton e Miller (1999: 82) referem que depois do cubismo e do purismo foi a vez do «expressionismo e do surrealismo saltarem para primeiro plano substituindo uma estética mecânica e geométrica por estilos orgânicos, gestuais, ‘naives’ e lúdicos”. Os mesmos autores referem «colagens bem humoradas e tipografia personificada» criadas por Paul Rand<sup>113</sup> nos seus anúncios às lojas *Ohrbach’s*, na década de 1940, e a «incorporação de formas biomórficas inspiradas em [Paul] Klee, [Hans] Arp e [Alexander] Calder”, nas capas que Alvin Lustig desenhou para os livros da editora *New Directions*.

112 «... na apresentação no Art Directors Club, László Moholy-Nagy, que tinha deixado a Alemanha nazi para fundar a nova Bauhaus em Chicago, elogiou o design gráfico de Rand como a essência do modernismo da para a primeira fase de sua carreira: (...) Quando cheguei a este país, fiquei muito admirado ao descobrir que os europeus eram, até certo ponto, mais americanos do que os americanos. Descobri que a nossa imaginação ia muito mais além. É verdade que todo esse progresso tecnológico tinha sido desenvolvido neste país ao mais alto nível, mas os americanos não lhe davam muita importância. Criaram a sua alta civilização por instinto, introduzindo invenção atrás de invenção na sua rotina diária. Mas não lhe associavam qualquer filosofia como fazíamos na Europa. (...) Demorei muito tempo para entender as construções vitorianas, as imitações da arquitetura colonial ou a publicidade antiquada. Felizmente verifiquei que uma nova geração estava a emergir com o potencial e a disciplina da América imaginada por nós na Europa. Entre esses jovens americanos, Paul Rand parece-me um dos melhores e mais capazes ... (Heller, 1999: 31).

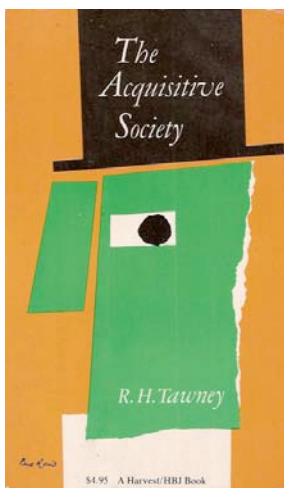
113 «Segundo Rand, para que seja possível inovar - construir algo que seja único - o designer deve montar um ambiente de jogo. Aparentemente, essa atividade permite que um designer explore livremente uma infinidade de possibilidades. No entanto, todos os jogos tem as suas regras e, como diz o ditado, as regras são feitas para serem quebradas. O jogo cria limites, que, por sua vez, são quebrados - isto é inovação“(Golec, 1998: 105).





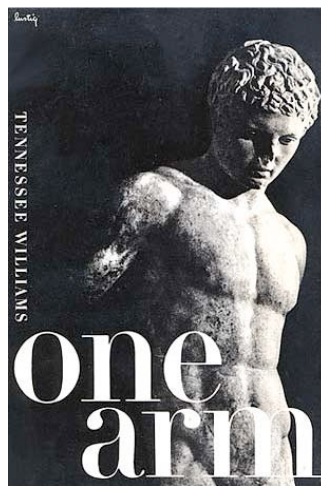
308.

308. Capa de Alvin Lustig para revista *American Fabrics*, 1951.



309.

309. Capa de Paul Rand para *The Acquisitive Society*, de R. H. Tawney. Nova Iorque, Harvest Books, 1955.



310.

310. Capa de Alvin Lustig para *One Arm*, de Tennessee Williams. Nova Iorque, New Directions, 1954.



311.

311. Capa de Paul Rand para *Leave Cancelled*, de Nicholas Monsarrat. Nova Iorque, Knopf, 1945.

Mas a verdade é que apesar desse maior descomprometimento e doutrina, o trabalho desenvolvido pelos designers modernistas nos EUA teve impacto social e cultural. E os autores Drew e Sternberg (2005: 41) indicam as capas de livros como um campo específico do design em que os ideais do modernismo europeu permaneceram tentando levar a cultura, o gosto e educação literária a toda a população através de publicações acessíveis a todos, dos estudantes às donas de casa, tirando partido da produção em massa e da conseqüente redução de custos, tudo isto sem esquecer a realização artística do designer:

«Embora alguns historiadores do design tenham afirmado que a visão americana do modernismo era pragmática e visual em oposição à natureza utópica, teórica e funcional do modernismo na Europa, alguns designers americanos, a maioria pertencente à primeira geração a absorver a linguagem modernista, viam o design tanto como um meio de expressão pessoal como de maior impacto social. Na América, o modernismo oferecia uma nova linguagem gráfica para o design das capas de livros, uma linguagem de composições depuradas em que formas planas podiam interagir com a tipografia enquanto elementos iguais, sem recorrer a estratégias ilustrativas tradicionais. Embora o modernismo europeu, tanto na arte quanto no design, tenha causado um tremendo impacto nos designers americanos receptivos, eles não adotaram apenas os traços formais do modernismo. Os designers de capa de livros americanos que desejavam comprometer-se conscientemente com o modernismo, pegaram no vocabulário visual introduzido pelos designers e artistas europeus e transformaram-no numa linguagem especificamente adaptada para atender às necessidades tanto da edição comercial na América quanto das aspirações criativas individualizadas do designer» (Drew e Sternberg, 2005: 41)



312.

313.

314.

E mais adiante, os mesmo autores concluem:  
 «por altura de 1960, designers como Lustig, Rand e Kuhlman já tinham provado que o modernismo poderia ser efetivamente adaptado e verdadeiramente integrado no campo de design de capas de livros americanos. Demonstraram que podia fornecer uma linguagem que falasse não apenas para o editor e o autor, mas também para o designer. A geração seguinte de designers continuaria a inspirar-se nas formas parcas e depuradas do modernismo e no seu potencial para declinações lúdicas. Esta inspiração tomaria formas que foram desde a depuração adicional do casamento redutor de tipografia e imagem a rejeições apaixonadas da sua austeridade e reivindicação da universalidade» (Drew e Sternberg, 2005: 70).

Desta forma as capas de livros e o modernismo tornam-se um feliz casamento que vem «assegurar uma linguagem que fala não apenas pelo editor e pelo autor mas também pelo designer». Através das capas é possível ganhar nas várias frentes: na comercial, por vender um artigo satisfazendo o editor, na cultural, por levar as ideias do autor ao público e na artística, por permitir ao designer não ter de trabalhar apenas com o apelo ao consumo cego, mas antes fazê-lo expressando-se artisticamente, recorrendo à criatividade, apelando ao gosto e à inteligência do consumidor e, desta forma, realizando-se profissional e artisticamente.

#### 2.5.4. PROFISSÃO: DESIGNER GRÁFICO

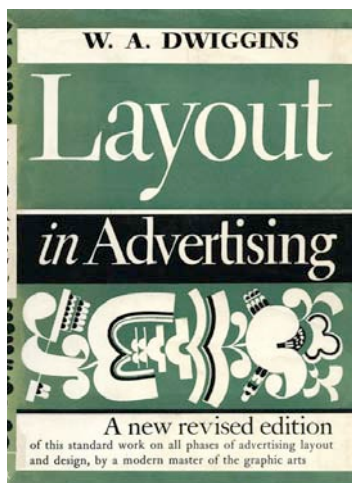
Em termos disciplinares é, pois, ao modernismo que o design deve grande parte da sua institucionalização enquanto área de estudo, ensino e prática profissional.<sup>114</sup> Se dele bebeu as suas linhas de orientação, não o foi em todas as artes, uma vez que vinham já, como defende Meggs, de trás, do *Arts and Crafts*, da

312. Capa de Roy Kuhlman para *The Brute and other Farces*, de Anton Chekhov. Nova Iorque, Grove Press, 1958.

313. Capa de Paul Rand para *The Captive Mind*, de Czeslaw Milosz. Nova Iorque, Vintage Book, 1953.

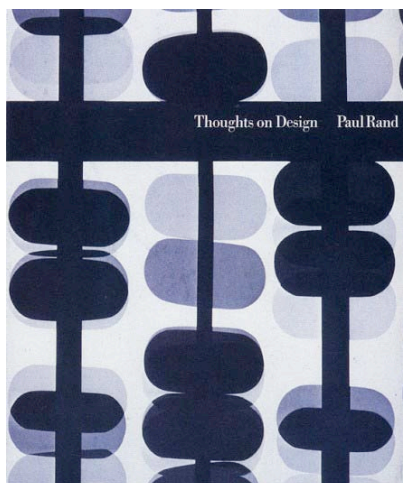
314. Capa de Alvin Lustig para Stephen Crane: *Stories and Tales* de Robert Stallman (ed.) Nova Iorque, Vintage books, 1954.

<sup>114</sup> «Durante as décadas que decorreram entre as duas guerras mundiais, o design gráfico conquistou novas formas institucionais e profissionais. O Art Directors Club de Nova Iorque foi fundado em



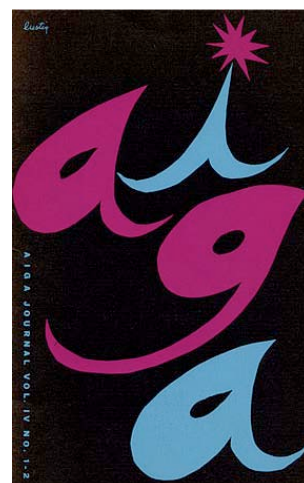
315.

315. Sobrecapa de W. A. Dwiggins para *Layout in Advertising*. Nova Iorque, Harper, 1948.



316.

316. Sobrecapa de Paul Rand para *Thoughts on Design*, também de Rand, Wittenborn and Company, 1947.



317.

317. Capa de Alvin Lustig para *AIGA Journal vol IV*. Nova Iorque, American Institute of Graphic Arts, 1951.

Arte Nova e da Escola de Glasgow, dele ganhou também essa autoridade que permitiu a sua emancipação. Tendo sido, segundo Drucker (2013: 215), entre guerras que essa emancipação se desenvolveu e consolidou, o *Art Directors Club* em Nova Iorque, em 1920, ao estabelecer «o primeiro prémio anual instituído para reconhecer trabalhos profissionais marcantes em categorias distintas», deu um sinal que dura até hoje. Outras Instituições, como o *America Institute of Graphic Arts*, surgira já em 1914, vindo a fazer um meritório trabalho no reconhecimento e valorização do ensino, da teoria da comunicação e da prática e valorização do design, não apenas nos EUA mas por todo o mundo. O design perdera a sua carga ideológica política e entrava na cultura popular.

Surgem, pois, os designers que se encaram e se apresentam, enquanto tal, com um discurso próprio. Não só estudam, lêem, ensinam e praticam, mas começam também a pensar e a conceptualizar, em artigos, como o de George Salter acerca dos 7 tipos de capas<sup>115</sup>, conferência e livros, alguns deles tornados referências até hoje, como «*Layout in Advertising*», de Dwiggins (1928). «*Thoughts on Design*», de Paul Rand (1947), onde ele define o designer como um profissional que tempera o instinto de artista com os requerimentos funcionais da publicidade», como afirmam Lupton e Miller (1999: 193), e no qual Rand defende que o papel do designer é o de reafirmar o problema em termos

1920. Em 1921, teve lugar a primeira edição dos seus prémios estabelecidos para anualmente reconhecer desempenhos profissionais de excepção em diversas categorias “(Drucker, 2013: 215).

115 Em 1939, Salter analisou os dezessete anos de experiência no campo do design de livros e usou seu próprio trabalho para deduzir uma tipologia da capa do livro. A sua fama estava assente principalmente nesta forma de arte especializada, que era também a principal ferramenta de marketing dos livros. A partir da sua experiência directa, num ensaio com o título «*Designing Book Jackets*», publicado no *The Fifth Advertising and Publishing Production Yearbook 1939*, destilou as características dos sete tipos de capas que diferenciou. No *The Reference Manual of the Graphic Arts* (N. Y.: Colton Press, 1939): O artigo apresenta não apenas uma visão geral dos princípios de design, mas também oferece conselhos úteis a estudantes e profissionais sobre os meios e as técnicas. As categorias de capas de livros de Salter, que se mantêm válidas hoje, são parafraseadas no estado da arte desta dissertação e ilustradas com seus próprios projetos.

de ideias, imagens e formas. Ele unifica, simplifica, elimina o supérfluo. Ele ... abstrai de material através da associação e analogia»

Em Portugal começa igualmente a notar-se uma noção social da profissão a par de uma auto consciência crítica por parte dos próprios designers bem perceptível na resposta de Luís Filipe de Abreu (1961: 232 – 235) em entrevista sobre desenho de capas de livros:

«O editor, procurando tornar mais atractivas as capas dos seus livros, teve em mente chamar a atenção de um público mais vasto, assim logrando o desejado incremento nas vendas. Verificada a insuficiência do paginador, chamou a colaborar no livro um novo artista, capista, e na medida em que a acção do primeiro foi sendo indevidamente descurada, foi a do segundo consolidando a sua posição preponderante. Radicada nos mais modernos conceitos publicitários, surgiu a nova forma de arte gráfica. Se até há bem pouco tempo se encontrava em estado de tenra infância, têm-la hoje em desordenada adolescência...»

Contudo, apesar do caminho percorrido profissional e teoricamente, em termos institucionais, os progressos no estabelecimento do design enquanto disciplina autónoma não foram, de modo algum, tão rápidos. Segundo Catherine McKoy (2005: 4), apontando o dedo, sobretudo à comunidade académica, a aceitação do design «enquanto disciplina distinta e separada — com distintas e significativamente diferentes intenções, história, teoria, métodos e processos — tem sido muito lenta», tal como lentas têm sido também «as escolas de arte e os departamentos de arte nas universidades a perceberem que o design não é simplesmente uma aplicação comercial de ideias e processos artísticos». E a autora (McKoy, 2005: 9) chama a atenção para um aspecto que, de facto, o demonstra:

«No final da década de 1970, pela primeira vez nos EUA, a educação começou a liderar em vez de seguir a prática profissional. Mal as regras do método suíço começaram a ser ensinadas nos programas de design dos EUA, começaram logo a ser quebradas por um movimento que foi nomeado de várias formas, mas de forma mais comum como «pós-modernismo» ou «New Wave».

Segundo Drew e Sternberg (2005: 20) nos EUA essa emancipação do design enquanto profissão é simultânea do surgir das capas de livros como suporte de design gráfico. O mesmo parece ter acontecido em Portugal e em boa parte da Europa. O modernismo chega às massas através dos *paperbacks* que tornavam acessíveis ao grande público literatura de qualidade com capas graficamente condizentes. Por seu lado, os designers encarregues de as desenhar tomavam-nas como um meio de expressarem a linguagem modernista que partilhavam, mas também uma individual forma de expressão autoral. As capas formavam um conjunto favorável de realizações «oferecendo um en-

treçado de estética formal rigorosa e potencialidade de expressão criativa com o objectivo último de utilidade social e económica”. Ainda segundo os mesmos autores, apesar dessas realizações alcançadas em várias frentes, as capas dos livros, enquanto «forma de entrosamento dos designers com o modernismo, eram uma escolha intrigante”. Isto porque elas tinham que agradar ao cliente, que era o editor, mas também ao autor do livro, que era quem ganharia todo o crédito autoral pelo objecto final; a capa era algo menor, efémero. Apesar dessas dificuldades as capas dos livros tornaram-se uma forma vital de expressão para alguns dos melhores designers modernistas norte americanos, como Alvin Lustig ou Roy Kuhlman<sup>116</sup> que, como refere Hollis (1994: 127), eram agora solicitados pelas editoras a cujas capas de livros e de discos davam uma «aparência fortemente marcada pelo uso de tipos grandes e condensados do género poster dispostos em maiúsculas”.

As capas e os designers parecem andar assim de mão dada numa equipa mútua que para ambos conquista mercado e aceitação sendo digno de nota que é em 1949 que abre ao público a *Primeira Exposição Internacional de Sobrecapas de Livros* no Victoria and Albert Museum, em Londres, de cuja colecção com cerca de 8000 sobrecapas foram escolhidas 460 de criação contemporânea, que a organização «seleccionou por considerar dignas de serem penduradas nas paredes de um museu nacional»(Rosner, 1954: v)

O mercado norte americano de livros de bolso de qualidade, iniciado em 1947 pela editora Anchor Books<sup>117</sup>, como refere Heller (2003: 5), em breve se torna «um veículo para a re-impressão de títulos clássicos, ou já esgotados, em melhor papel e com forte encadernação, apelando assim a um novo público formado por estudantes universitários e generalidade dos leitores sérios». Editores como Arthur A. Cohen, da Noonday Press e da Meridien Books fez um inovador uso do design para alcançar estes públicos «através de uma linguagem visual urbana que incluía ilustrações abstractas e tipografia modernista e invulgar. A receita teve como resultado a valorização dos livros sem, contudo, os rarefazer”. Neste caso, melhor não significou mais caro, uma vez que a produção em grandes quantidades diluía os custos e permitia o acesso massificado do público a livros de boa qualidade tanto literária como material. Cohen terá proclamado que «a publicação encapada com papel parece destinada a obliterar a feita com tela, tal como a conhecemos”. E pode, realmente, ser considerado uma pedrada no charco que alterou o curso das águas da indústria editorial, com fortes efeitos nos hábitos de leitura da população, ao possibilitar o acesso à sua própria biblioteca de clássicos por parte dos estudantes, ou a repescagem de títulos já em declínio de volta às livrarias, ou mesmo ao surgir novos títulos editados directamente em livro de capa mole, «que tornavam ainda mais

116 Roy Kuhlman, nascido no Texas, foi um designer norte americano com notável trabalho em capas de livros com particular arrojo nas composições tipográficas.

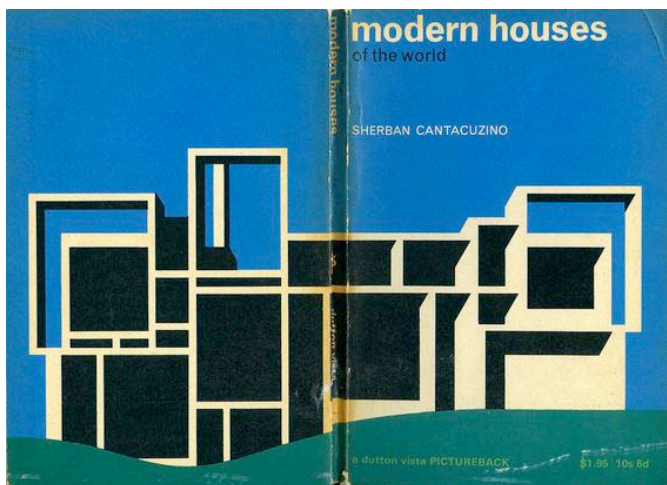
117 Fundada em 1953, a Anchor Books é a mais antiga editora comercial de livros brochados na América. O objetivo era ter uma oferta amplamente disponível de edições baratas de clássicos modernos para estudantes universitários e para um público adulto. (<http://knopfdoubleday.com/imprints/#anchor>)

essencial a inovação do design e da tipografia» (Heller, 2003: 7). Fenómenos europeus semelhantes iniciaram-se com a *Albatross*, na Alemanha, seguidos em Inglaterra pela *Penguin*, e, em Portugal, pela *Coimbra Editora*, pela *Atlântida* e pela *Ulisseia*. Na Suíça, Emile Ruder alertava para o surgimento da literatura massificada como o expoente máximo a que a tipografia podia aspirar enquanto meio de comunicação, vendido não apenas nas livrarias mas também em hipermercados e quiosques, lado a lado com jornais, papéis volantes e cartazes. O «livro meramente belo» é, concluía Ruder, «um absurdo», o livro deve ser belo e barato, e para isso são necessárias edições de grande tiragem (Ruder, 1967: 6). Os livros de capa mole chegaram para ficar, pela mão de editores visionários e de designers embuídos do espírito modernista.

Tal como os livros de capa mole, a meio da década de 1960 os designers conquistavam o seu próprio espaço e valor nos EUA, onde são publicadas mensalmente revistas profissionais como a *Print* ou a *Communication Arts* e nomeado o Director de Arte do Ano pelo AIGA (Hollis, 1994: 126).

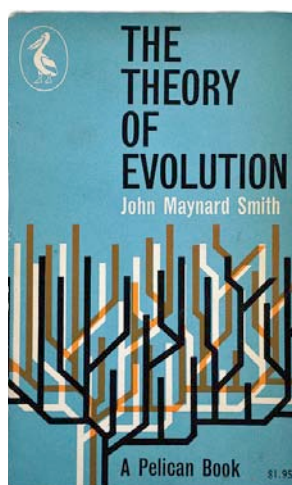
### 2.5.5. ACABOU A GUERRA!

Terminada a Segunda Guerra Mundial, os designers gráficos, em particular nos EUA e na Suíça, são rapidamente aproveitados pelos gestores dos novos mercados do comércio e das marcas cada vez mais globais. É necessário comunicar rápida e eficazmente em várias línguas e conquistar clientes um pouco por todo o mundo. O estilo suíço dá respostas concretas e práticas facilitando a solução desses problemas e os americanos admiram-no e seguem-no, embora de forma menos rígida e, segundo Eskilon (2012: 304), «excluindo algumas notáveis exceções, sempre abraçando diferentes e ecléticas influências». Sem a necessidade de reerguer cidades inteiras em ruínas, como acontecia com os seus alidados europeus, os EUA podem dar uma nova atenção à sua indústria e ao seu comércio que, a partir desta fase, começam a ter programas e sistemas de identidade visual bem definidas e alcançaram uma espécie de maioria, fazendo espaço para cunhar a célebre máxima *Good design is good business* pelo líder<sup>118</sup> da IBM. Michael Bierut (2007: 109-110) salienta a forma como empresários como este e outros, como Thomas J. Watson Jr. da IBM, ou Walter Papeke da *Container Corporation of America* (CCA) foram clientes exemplares dos designers gráficos, funcionando como patronos destes novos profissionais. Aparentemente, mais do que clientes ou patronos, estes homens de negócios consideravam-se parceiros dos designers. «Artistas e empresários, hoje como antes, têm fundamentalmente muito em comum e podem contribuir para movimentar a sociedade à medida que os seus talentos se complementam ... Deveria ser facilitado, remunerador e agradável para o artista «funcionar na sociedade não como um decorador, mas como um participante vital», escrevia Papeke em 1946, que artistas e o empresários deveriam cultivar todas as oportunidades para se ensinarem e complementarem uns aos outros, para



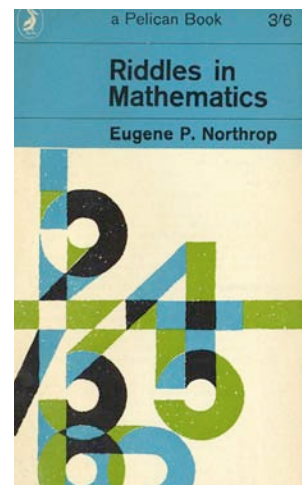
318.

318. Capa de Paul Rudolph para *Modern Houses of the world*, de Sherban Cantacuzino. Dutton Studio Vista, 1964.



319.

319. Capa de Alan 319 para *The theory of evolution*, de John Maynard Smith. Londres, Pelican Books, 1962.



320.

320. Capa *Riddles in Mathematics*, de Eugene Northrop. Londres, Pelican Books, 1963.

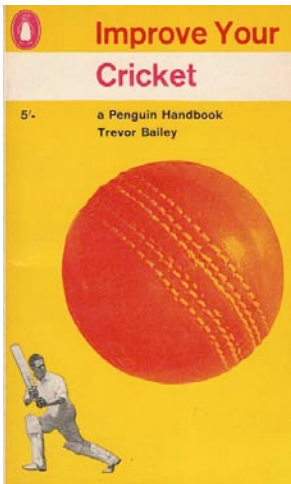
cooperarem uns os outros, tal como o devem fazer as nações do mundo (Bierut, p.109-110). Também Lupton e Miller (1999: 85) lembram Frank Stanton, outro forte empresário que recorreu ao design desde cedo para fortalecer a CBS, a que então presidia. Segundo estes autores ele terá sido um «dos primeiros defensores da identidade corporativa (...) incentivando os seus directores de arte a investirem fortemente em todos os aspectos da comunicação da empresa, desde anúncios comerciais e *kits* de imprensa a papéis de parede e caixas de fósforos» tendo ganho variados prémios de design e frequentes publicações em revistas da especialidade.

Não é por acaso que é na neutral Suíça, e nos EUA sem ruínas nem escombros da guerra para reerguer, que surgem alguns dos mais representativos exemplos de design corporativo deste período. Os americanos, inteligentemente, souberam receber, adoptar e adaptar o modernismo europeu, exportando-o de seguida.

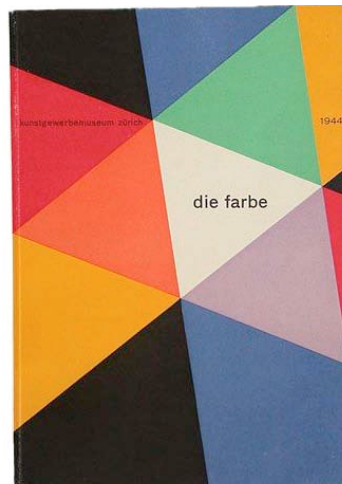
#### 2.5.6. ESTILO TIPOGRÁFICO INTERNACIONAL

OS DESIGNERS EXILADOS<sup>119</sup> levaram com eles as novas abordagens ao design: princípios de abstracção geométrica, nova tipografia, construtivismo e tratamento fotográfico. O design surge estruturado como não estava antes, apresentando as novas competências para dar voz às necessidades de comunicação surgidas durante e depois da guerra. O design gráfico tomava um importante papel em ambas as épocas, tanto nos EUA como na Europa, como factor social, tanto por caminho da instrução e coesão social como na resposta às demandas comerciais que surgiram no pós guerra. A guerra e o pós guerra tornaram o mundo mais pequeno. A movimentação de grandes multidões pôs em contacto populações de diferentes costumes e línguas, abolindo consideráveis barreiras e diferenças culturais. Paralelamente, o final da guerra trouxe a paz e a oportunidade para empresas que aproveitavam meios de transporte e de comunicação para se torna-

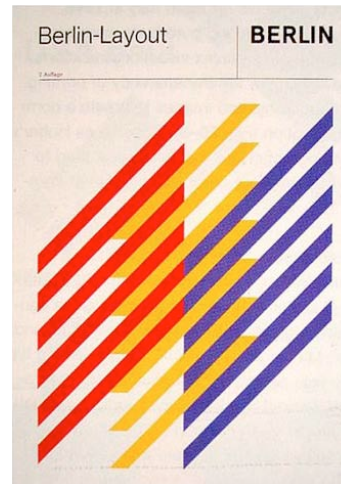
119 Alguns deles suíços que regressavam ao seu país de origem, vindos de estudos na Bauhaus, como, segundo, Eskilon (2012: 288), Max Bill e Theo Ballmer.



321.



322.



323.

rem globais. Surgem corporações com novas necessidades e estratégias comerciais de comunicação simultânea em diferentes línguas e de forma clara e eficaz. O estilo tipográfico internacional, surgido na Suíça, vem resolver plenamente essas necessidades. Absorvendo algum do pensamento de vanguarda que desenvolve posteriormente de um modo muito próprio, o estilo suíço baseava-se na pureza da geometria, na hierarquia dos textos, na não simetria das composições, no uso exclusivo de tipos não serifados e na utilização objectiva de imagens, sobretudo fotográficas. «A aparente objectividade da fotografia garantiu o seu lugar na publicidade. Ela pode mostrar produtos familiares de um modo desconhecido, tornar o banal interessante e o produto irresistível», referia Hollis (1994: 80).

Segundo Meggs (2009: 462), é na Escola de Design de Basileia que surgem alguns dos fundamentos do estilo suíço com «exercícios geométricos básicos envolvendo o cubo e a linha», em que baseava o currículo da escola. Apesar de um percurso independente ao da Bauhaus e do De Stijl, o Estilo Suíço mostra em alguns dos seus sinais mais expressivos — como a grelha — algumas influências, em particular deste último. O trabalho de Théo Ballmer, que estudou na Bauhaus, mostra que «aplicou princípios do De Stijl ao design gráfico de maneira original, usando uma grelha aritmética<sup>120</sup> de alinhamentos horizontais e verticais» e desenhando letras geométricas de modulação quadrangular, aperfeiçoando o que Van Doesburg tinha já começado (Meggs, 2009: 466). A grelha vulgariza-se como suporte da organização dos conteúdos no espaço, que de forma matemática e rigorosa facilita a composição simultânea de edições bilingues e trilingues. É um design neutro, nada dado a emoções, higienizado e genericamente desprovido de opinião

321. Capa de de Bruce Robertson para *Improve your cricket*, de Trevor Bailey. Londres, Penguin, 1963.

322. Capa de Max Bill para *Die Farbe*. Zurique, Kunstgewerbemuseum, 1944.

323. Capa de Max Bill para Manual de identidade *Berlin-Layout*, Estugarda, Stankowski Stiftung, 1970.

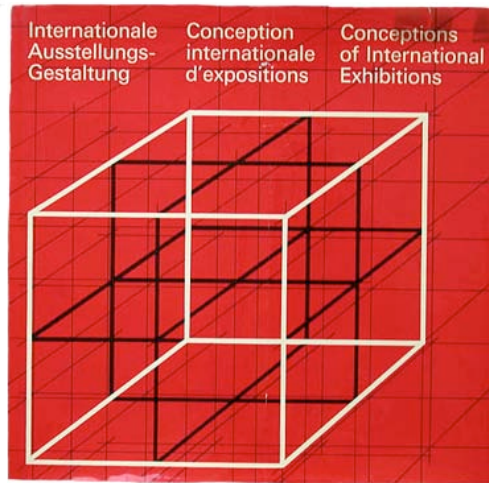
120 «A grelha serve para dividir o espaço em unidades regulares» (Lupton, 2006: 113) permitindo «o controlo», distribuição e organização dos materiais visuais com que o designer trabalha, como sejam textos, imagens ou outros elementos visuais e os espaços vazios que incluem, entre outros, as margens duma página. Elas são elementos estruturais essenciais — uma espécie de alicerces sobre os quais tudo se irá compor — e por isso têm um papel determinante na qualidade do resultado final em qualquer trabalho de tipografia.





324.

324. Capa de Carlo Vivarelli para *Neue Grafik* No.1. Zurique, 1958.



325.

325. Capa de Hans Neuburg, para *Internationale Ausstellungs-Gestaltung*. Zurique, ABC-Verlag, 1969.



326.

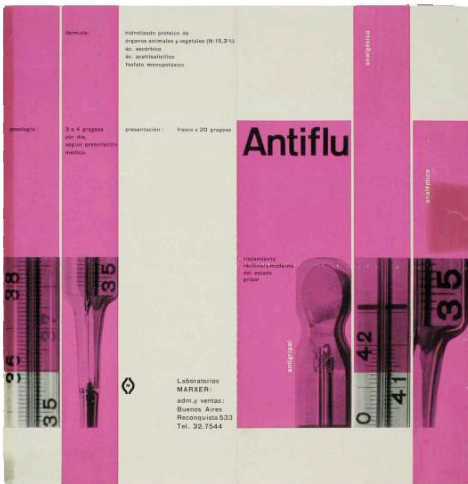
326. Capa de Hans Neuburg, para *Moderne Werbe- und Gebrauchs Grafik*, Ravensburg, Otto Maier Verlag, 1960.

subjectiva ou ambiguidade. Segundo De Harack (Bass *et all*, 1997: 27) «estes modernistas rejuvenesceram o design, retirando-lhe todos os apêndices gráficos desnecessários e deixando apenas o essencial. O seu trabalho era pensado e sistemático. Era belo, cuidadosamente construído e comunicava informação complexa de forma rápida e simples». Um veículo de clareza e de mensagem de sentido único, cuja principal preocupação é aplicar as regras para que os conteúdos se apresentem organizados e bem legíveis. As cores são planas e há uma preferência pelo formato quadrado nas publicações.

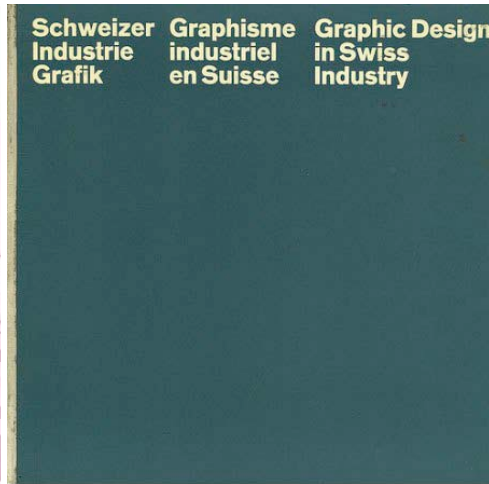
Partindo da Nova Tipografia de Tschichold, os designers suíços ambicionavam, como refere Lupton (2006: 125), «criar uma metodologia de design total». Max Bill, Karl Gerstner, Josef Müller-Brockmann, Emil Ruder, entre outros, rejeitavam abordagens aproximadas da arte por parte dos designers, contrariando as supostas necessidades de auto-expressão. Defendiam o uso da grelha como garantia de uma abordagem racional aos conteúdos, que clarificava a mensagem de forma modulada destinada a uma sociedade que se pretendia igualitária.

Em termos estruturais a grelha veio revolucionar a página. Agora já não era um suporte inteiriço e finito nos seus limites, como uma moldura, para citar Lupton (2006: 125), mas antes um suporte dividido em casulos equivalentes que se, por um lado, dividem o espaço disponível, por outro, parecem visualmente propagá-lo com um ritmo infinito. A página perde as suas fronteiras de recinto visual para passar a ser um plano passível de ser propagado até ao infinito.

Um meio que ajudou a fazer o estilo suíço verdadeiramente internacional foram as revistas dedicadas ao design gráfico, com particular ênfase na *New Graphic Design*. Criada por Muller-Brockmann, Lohse, Neuburg, e Carlo Vivarelli, esta revista trilingue editada em alemão, francês e inglês, viria a tornar-se um influente meio de divulgação do design, onde eram apresentados os principais princípios do movimento. Eskilon (2012: 294) repara em particular nas orientações de tipografia referindo que «o designer não deve nunca mistu-



327.



328.



329.

rar tipos de letra diferentes e, para além disso, deverá usar apenas um ou dois tamanhos. Com esses dois diferentes tamanhos ele deverá conseguir prover o texto de uma hierarquia funcional para o leitor, indicando através da escala quais são as mais importantes partes do texto”. Ainda no campo da tipografia, a fonte Akzidenz Grotesk foi sem dúvida a eleita por este movimento, mas outras como a Univers, de Adrian Frutiger e a Helvetica, de Max Miedinger e Eduard Hoffmann, vieram competir no campo dos tipos não serifados.

Segundo Hollis (1994: 130), «o modernismo na Suíça transformou-se numa cruzada nos anos que se seguiram à Segunda Grande Guerra e as suas premissas tornaram-se questões de fé”. Talvez seja uma forma exagerada de colocar a questão, mas a verdade é que houve discussões acaloradas em revistas da especialidade, como a célebre discórdia entre Jan Tschichold e Max Bill quando o primeiro abandonou e contrariou publicamente<sup>121</sup> as ideias da nova tipografia essencialmente criada por ele próprio.

«Eu não sou ‘um dos conhecidos teóricos da tipografia’, mas, tanto quanto sei, serei o único na Europa de língua alemã. (...) Mas eu não sou apenas um teórico, como o Bill na verdade é; eu posso olhar para trás e ver a experiência de mais de vinte anos como designer tipográfico. (...) Este extenso trabalho prático e a experiência que me trouxe, confere às minhas palavras um peso diferente daquele das teorias de um arquitecto do lado exterior da profissão e que se descreve como alguém ‘mais preocupado com as características estilísticas da época’ e que só pontualmente se tem preocupado, como amador, com a tipografia» (Tschichold, 2000: 71-72).

327. Capa de René Martinelli, para catálogo *Antiflu*. 1956-1958.

328. Capa de Hans Neuburg, para *Graphic Design in Swiss Industry*. Zurique, ABC Verlag, 1965.

329. Capa de Emil Ruder para *Typography*, de Emil Ruder. Teufen, Verlag Arthur Niggli, 1967.

121 «Tschichold alterou a sua opinião atestando que a Nova Tipografia era esteticamente inferior relativamente a alguns antigos estilos tipográficos. Em 1946, numa palestra que deu na Associação Suíça de Designers Gráficos, em Zurique, ele proclamou a sua preferência por arranjos tipográficos centrados. Na década de 1940 ele dera início a uma nova carreira como designer de tipos romanos...»(Eskilom, 2012: 288).



330.

330. Capa de brocura de *Helvetica / Neue Haas Grotesk*, de Hans Neuburg e Nelly Rudin, 1963.

Apesar de ser considerada oposta à estética nazi, acusava agora a sua escola de sofrer das mesmas tendências absolutistas que o tinha perseguido. Tschichold embarca assim em pleno sentido contrário ao dos seus seguidores. E abraça nos seus novos trabalhos editoriais, nomeadamente na inglesa Penguin, uma nova centralidade e simetria de composição, bem como ornamentos, criação e composição de tipos clássicos. Tschichold e o estilo internacional seguem assim dois caminhos bem distintos<sup>122</sup>. Sobre o primeiro falaremos com mais detalhe num capítulo específico. Quanto ao estilo internacional, considerado apolítico e neutro, serviu da melhor forma os propósitos e uma economia capitalista cada vez mais global das corporações emergentes do pós guerra.

Numa carta originalmente publicada na revista *Schweizer Graphische Mitteilungen* em Junho de 1946 Tschichold deixa bem claro o seu percurso justificando a sua mudança de pensamento e prática. Tschichold começa por explicar as razões do surgimentos d'A *Nova Tipografia*:

«A nova geração de compositores não pode imaginar facilmente o estado da tipografia alemã (e suíça) por volta de 1923, antes do advento da A Nova Tipografia. O mero anúncio publicitário ou trabalho impresso comum utilizava uma variedade de tipos de letras inconcebível para os dias de hoje e estava liberto de quaisquer inibições impostas por regras ou hierarquias. A Nova Tipografia procurou fazer uma limpeza, regressando às formas e regras mais simples. Vimos modelos estéticos nos produtos industriais, e acreditando que os tipos não serifados seriam os mais simples (erradamente, como se viu), declaramo-la como sendo o tipo moderno. Ao mesmo tempo nós, um grupo de artistas, procurámos (...) derrubar o design

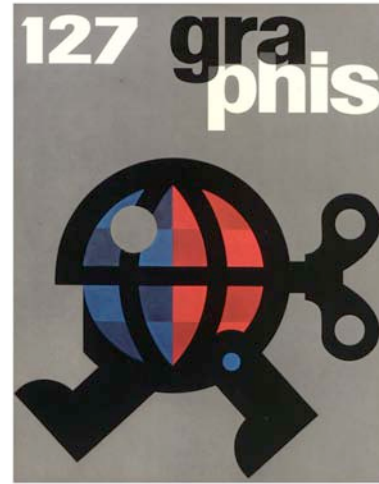
122 «Os defensores do progresso acreditam terem agora de reformar as coisas antigas com o espírito das novas. Entre essas coisas estão aquelas que podem ser mudadas porque o seu carácter técnico mudou, como a lâmpada. Fazer uma lâmpada elétrica que pareça uma antiga lâmpada a óleo é absurdo. Contudo existem coisas que sempre viveram com a forma perfeita desde que foram criadas: o selim de bicicleta, a tesoura, o botão. E também o livro, que completou o seu desenvolvimento há muito tempo atrás»(Tschichold, 2000: 76–77).



331.



332.



333.

simétrico, que raramente era empregue de forma inteligível. Tudo o que era simétrico era associado de forma automática aos métodos de propaganda do absolutismo político e declarado obsoleto».

Um pouco mais adiante, no mesmo texto, o autor explica o que correu mal com a aplicação da Nova Tipografia, fundamentando assim a sua mudança de opinião:

«A tragédia foi que essa simplicidade verdadeiramente ascética rapidamente alcançou um ponto onde nenhum desenvolvimento adicional era possível. (...) A deriva das regras tipográficas a partir dos princípios da pintura anteriormente conhecidos por «abstratos» ou «não-objectivos» e agora chamados de «concretos» (...) resultou numa transitoriamente nova e singular valiosa tipografia. Mas parece-me que não é coincidência que a prática desta tipografia teve lugar quase em exclusivo na Alemanha encontrando pouca aceitação noutros países. Porque a sua atitude intolerante conforma com a tendência alemã para o absoluto, com a sua vontade militar de regular e a sua pretensão de poder absoluto reflecte os traços assustadores do carácter alemão que deram azo ao poder de Hitler e à segunda grande guerra mundial. Só me apercebi disto mais tarde na Suíça democrática» (Tschichold, 2000: 72).

Não é de estranhar que depois de incorporar as diversas influências convergentes que deram origem à grossa torrente do modernismo, este tenha vindo desaguar na globalização. Não apenas, como vimos, por ter sido perseguido em alguns dos seus principais países de origem, mas também porque foi transversal a muitas artes e diferentes áreas de actividade. Segundo Fragoso (2009: 151) «o amplo termo Modernismo entende cubismo, expressionismo, abstracionismo (puro) na pintura, funcionalismo na arquitectura, o abandono da tonalidade na música, o rompimento com a tradição na literatura». Por aqui podemos perceber que o design, em particular o design gráfico de capas de livros, foi

331. Capa de Carlo Vivarelli, para catálogo de exposição *Forme Nuove in Italia*. Zurique, Kunstgewerbemuseum, 1954.

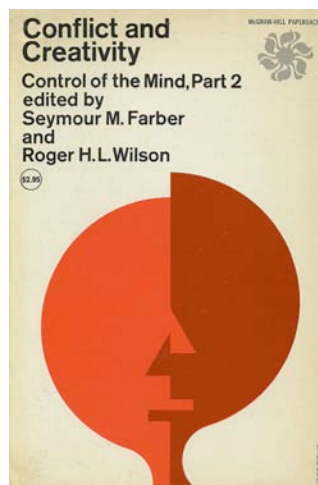
332. Capa de Hans Neuburg para *Schweizerische Werkbund*. Zurique, Kunstgewerbemuseum, 1950.

333. Capa de Hans Neuburg para revista *Graphis* nr. 127 Zurich, Walter Herdeg. 1967.

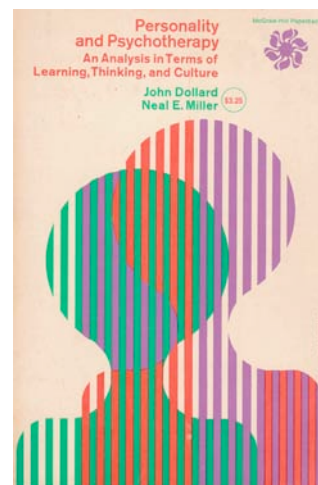
—  
A Revista *Graphis* foi referida por António Garcia como sendo "(...) talvez, a única influência nessa altura [1950–1960] que o designer recebeu do estrangeiro" (Fragoso, 2009: 621).



334.



335.



336.

Alguns exemplos das cerca de 350 capas de livros desenhadas por Rudolph de Harak durante a década de 1960 para os livros de capa mole da editora McGraw-Hill. Os temas eram variados abordando filosofia, ciência, antropologia ou psicologia.

—  
334. Capa de *T. E. Lawrence by His Friends* de A. W. Lawrence (ed.).

335. Capa de *Conflict and Creativity*, de Seymour Farber e Roger Wilson (eds.).

336. Capa de *Personality and Psychotherapy*, de John Dollard e Neal E. Miller.

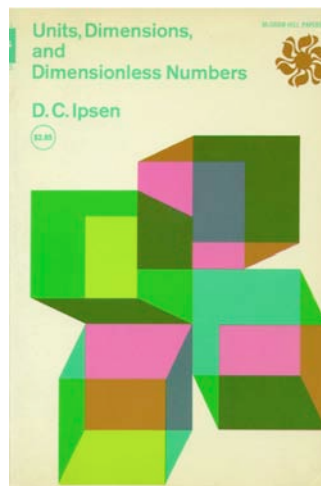
um dos muitos canais de expressão que o modernismo, neste sentido amplo, encontrou para aplicar a sua forma de pensar.

Um dos mais interessantes legados do modernismo foi o encarar de qualquer objecto, por mais banal que fosse, como um desafio, ao seu desenho, ao seu material, à sua futura produção e utilização. E também ao seu reconhecimento pelo público. Saul Bass usava a expressão ‘tornar o banal extraordinário’. Também Miller e Lupton, (1994: 23) trataram o tema referindo que foi identificado pelo crítico russo Victor Shkolovsky na primeira década do sec xx. Segundo ele dá-se uma «desfamiliarização» da escrita, no caso da tipografia, mas também nos objectos quotidianos. Estes permanecem invisíveis até que alguém os torne visíveis através desse processo de os «desfamiliarizar». Ao deixarem de ter a aparência a que estamos habituados, estes objectos ou visualidades passam a ser alvo da nossa curiosidade e atenção e, por isso mesmo, da nossa valorização. A vida, por mais doméstica que seja, pode tornar-se uma atitude rica esteticamente. A «desfamiliarização» defendia que o mundo de todos os dias é invisível até sermos forçados a vê-lo de forma diferente, e essa arte é o meio privilegiado para ‘tornar estranho’ o já visto e o já conhecido» (Miller e Lupton, 1994: 23). Isto aconteceu também a níveis puramente visuais e não apenas tridimensionais. No caso das imagens fotográficas e da tipografia, a procura de novos ângulos, perspectivas e contrastes, por vezes difíceis de identificar de modo imediato, e os textos, que para além de servirem para ler eram também para olhar e ver, são apenas dois exemplos muito presentes nas capas dos livros.

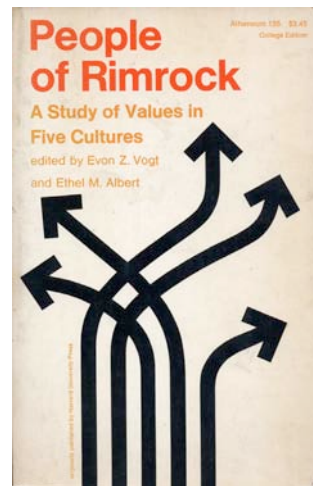
Os modernistas «inventaram novas linguagens formais que mudaram não apenas a aparência das coisas mas a forma como as pessoas viam. O modernismo foi uma tentativa genuína de usar o design para mudar o mundo. Teve sucesso. E falhou. O modernismo era optimista acerca do papel do design. Até os modernistas mais difíceis, os dadaístas e os futuristas, acreditavam neles mesmos, na sua contemporaneidade: acreditavam no presente. Claramente,



337.



338.



339.

a parte estética desta nova mensagem foi reclamada com sucesso logo de início. E essa foi a falha do modernismo. Falhou porque o seu espírito, o optimismo se perdeu»(Kalman *et al*, 1994: 29). Rudolph de Harak<sup>123</sup> parece estar de acordo, quando defende que a «criatividade, que é aquilo de que trata o modernismo, é um processo de procura constante que oferece mais hipóteses de fracasso do que de sucesso»(de Harak, 1987: 28).

Embora concordando que «muitos dos intentos progressistas desses movimentos [do modernismo] se perderam pelo caminho», Drucker conclui que «resultou na imaginação do público a associação de um certo vocabulário gráfico com a modernidade», considerando, portanto, que «através do diálogo com a arte o design ajudou a definir a modernidade como um ideal social e pessoal». Nesse sentido o modernismo parece-nos ter sido bem sucedido, mais do que falhado, principalmente se levarmos em consideração as investidas totalitárias que sofreu e que, paradoxalmente, acabaram por espalhar pelo mundo as sementes da modernidade que tentavam extinguir. Ainda que alguns considerem que o modernismo falhou, e do optimismo, como refere Kalman, se ter perdido, ou de insucesso como diz De Harak, na verdade, hoje, boa parte do que o modernismo trouxe permanece, ainda que já sem a inocência ou a presunção de ser a única via de alcançar um mundo melhor. Não é com certeza a única, mas é ainda um pensamento e uma prática que chega aos nossos dias. Já não com a adolescente alegria de quem possui e aspira à solução plena para mudar o mundo mas, ainda assim, de quem o vai tentando sempre melhorar, não de um vez só, mas pouco a pouco, tenazmente, todos os dias.

337. Capa de *An introduction to Scientific Research*, de E. Bright Wilson, Jr.

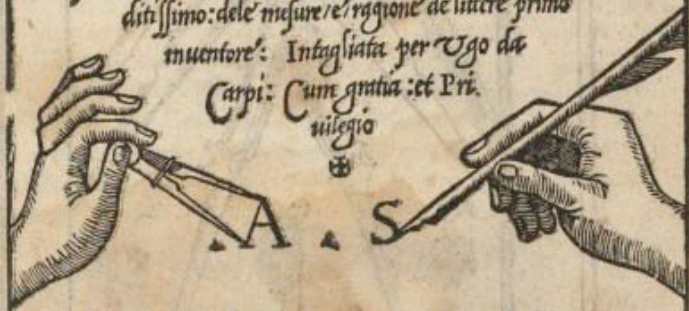
338. Capa de *Units, Dimensions and Dimensionless Numbers*, de D. C. Ipsen.

339. Capa de *People of Rimrock*, de Evon Z. Vogt e Ethel M. Albert (eds.).

123 Rudolph de Harak (1924–2002) norte-americano, designer gráfico e professor na Yale University e na Cooper Union School of Architecture, galardoado com a medalha de Ouro do AIGA e incluído na New York Art Directors Club hall of Fame.

# THESAVRO DE SCRIT TORI

**Q**uasi perit artificio sa laquale con grandissima arte si per pratica  
come per geometria insegna a Scrivere diuerse sorte littere:  
cioe Cancellarescha: merchantscha: formata: Cursiua: Antiqua: mo-  
derna: et bastarda, de piu sorte: cum uarij e' bellissimi esempi. Et  
altre sorte littere de uarie lingue: cioe Grecha: hebraica: Caldea  
Et Arabica: Tutte extratte da diuersi et probatissimi Auctori: Et  
massimamente da lo preclarissimo SIGISMUNDO  
fanto nobile ferrarese: mathematico: et Archittore eru-  
ditissimo: dele misure e' ragione de littere primo  
inuentore: Intagliata per Ugo di  
Carpi: Cum gratia: et Pri-  
uilegio



Anchora insegna de attempere le Penne secundo diuerse sorte  
littere: e' cognoscere la bontade de quelle: e' arte: e' fare inchiostro  
et: Verzino. Cenaprio: e' Vernice: cum molti altri secreti per-  
tinenti alo Polito: et Eccellente Scrittore: come per te medesi-  
mo legendo impararai. Ne launo di nostrin salute.

• M • D • XX • X • V

340. Gravura  
de Ugo di Carpi  
para página de  
rosto de *Thesavro  
de scrittori*, de  
Sigismvndo  
Fanto. Roma,  
1535.

\* Glaser, 1994: 44

YOU CAN BECOME UNDERNOURISHED  
FROM HAVING ONLY ONE ASPECT OF  
THE VISUAL WORLD AS A DIET”.

— *Milton Glaser\**

## 2.6. CONCLUSÃO: SIMBIOSE CAPAS E DESIGNERS

ESTA PARTE II, TORNADA VIAGEM através de uma história do design pensando e ilustrando, sempre que possível, para e pelas capas de livros — ou os seus substitutos mais directos — permite-nos perceber quão recente, na história do livro, e mais ainda na história da escrita, é a sua existência e permanência. Parece-nos que esta viagem de pássaro pela evolução das capas, e seus equivalentes, ajudará a perceber como o objecto e a sua evolução são antepassados importantes para uma contextualização, a longo termo, da selecção de capas recolhidas e analisadas.

Se, como diz Gerverau (2007: 61), «a principal protecção contra interpretações precipitadas é a invocação do contexto (...) [este] permite que se evitem as contradições mais rudes (...) [e] o seu estudo (...) revela-se indispensável para qualquer trabalho académico”. O contexto recente, quer temporalmente quer geograficamente, tem sido abordado em teses como as de Robin Fior<sup>124</sup>, de Víctor de Almeida<sup>125</sup>, de Margarida Fragoso<sup>126</sup> e de Luís Ferreira<sup>127</sup>, para dar apenas quatro exemplos. Uma visão histórica desde as origens pareceu-nos, por ser menos focada, ter um interesse mais abrangente e global. Se o *corpus* deve ser, como é, restrito e delimitado, a visão que antecede o seu contexto e os seus enunciados, parece-nos que deve ser alargada tanto em termos geográficos como históricos. Um longo alcance de vista permite-nos perceber melhor aquilo que temos junto a nós e entendê-lo no seu conjunto e circunstâncias. Ao vermos mais longe

124 *Sebastião Rodrigues and the Development of Modern Graphic Design in Portugal*. University of Reading, Department of Typography and Graphic Communication, 2005.

125 O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. A Institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa.

126 *Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal*. Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, 2009.

127 *Artes Gráficas en el Período de las Vanguardias Históricas (1909–1926)*. Facultad de Bellas Artes de Barcelona, 2014.



perspectivamos melhor, percebemos a escala, o recorte e a proporção daquilo que habitualmente vemos apenas ao perto.

Sendo a capa uma parte integrante do livro, fazia sentido tentar perceber melhor a sua singularidade e entender o seu papel num plano mais global. Ela responde, e corresponde, a uma evolução do livro, do estado de simples discurso escrito a algo mais, objectificado, representativo e simbólico. Um objecto carregado de solenidade, de verdade e até de eternidade. Estudar as origens do livro mostrou-se indispensável para perceber o lugar que ocupam as capas nessa história que se confunde com as origens da própria escrita, da civilização e do homem.

Se o livro surgiu e evoluiu com a civilização, as capas, como hoje as conhecemos, e o designer, ambos ligados pelo modernismo, surgem a par com a própria ideia de design e designer. As capas e o próprio design estão profundamente ligadas, pois surgem a par como cristalização de uma necessidade da profissão e do objecto proporcionando-se uma à outra por esta sinergia ou simbiose.

As capas traduzem o seu tempo, mas podem também ser traduzidas por ele. Foi através dessa visão alargada e panorâmica que concluímos que as capas, naquilo em que são mais valiosas em termos de expressão do design gráfico, nasceram de dentro do livro e não do seu exterior. O factor externo com certeza que ajudou, pedindo resposta a uma necessidade de embalagem protectora ou publicitária. Contudo, aquilo que no nosso entender significa verdadeiramente ser uma capa de livro, falar por ele e apresentá-lo, dar-lhe a face e vestes, nasce do interior do livro; como se de uma evolução genética se tratasse<sup>128</sup>. É um processo que lembra o das flores que produziram belas cores e perfumes, atraindo assim os insectos que, por sua vez, carregam as suas sementes com eles. Tal como o pólen das flores recorre às cores e aos perfumes, também as ideias dos livros recorrem à capa como agente de atracção do seu leitores, para que assim se possam difundir.

A capa surge do miolo do livro. Empurrada para fora por ele, gradualmente, ao longo do tempo. Surge como portada, e a sua letra capitular ilustrada no início do primeira linha dos manuscritos e dos incunábulo, passa a parágrafo inicial do livro, impresso a uma cor distinta, geralmente o vermelho, começando com o termo *'incipit'* («aqui começa» em latim); Passa depois a página primeira, decorada e notável, por vezes com a página do lado ornamentada com um 'tapete' (*carpet page*). Evoluiu para folha de rosto, ou frontispício, por vezes acompanhada da de anterrosto, e finalmente como capa, sobrecapa e capa mole. Como se a semente da capa sempre lá estivesse estado, dormente, aguardando o momento oportuno. O seu título, o nome do autor, o tema e outras informações verbais ou visuais, que o próprio

128 Genette referia o processo inverso: «Paradoxalmente, o efeito de todo este conjunto de elementos periféricos tem sido o de empurrar a capa, estritamente falando, de volta para o interior do livro e transformá-la numa segunda (ou melhor, primeira) página de rosto. Nos primórdios do livro impresso, a página de rosto era o elemento mais proeminente do paratexto dos editores. A capa impressa surgiu para repetir a página de rosto, ou para aliviá-la de algumas das suas funções» (Genette, 1997: 31–32).

miolo foi empurrando para fora, em resposta à necessidade sentida de melhor chegar às pessoas. O livro para ser lido, primeiro tem de ser visto.

### 2.6.1 QUESTÃO EM ABERTO

Surgindo como objecto meramente utilitário em 1820, as sobrecapas acabaram por ganhar importância em 1890 como forma de atrair a atenção do público das livrarias. A sua importância foi sempre crescendo chegando a alcançar um estatuto de meio de comunicação altamente conceptualizado, independente dos restantes componentes do livro. E evoluindo, no caso americano, «das origens e prosaicas ilustrações e *lettering* directo até alcançar, por influência do modernismo europeu, o estatuto de objecto que integra sofisticadamente imagem e tipografia», como dizem Drew e Sternberg (2005: 20). Apesar desta consistente evolução e aumento de importância ao longo dos tempos, começa a sua existência e continuidade a estar em dúvida pelo próprio futuro problemático do livro. O objecto livro e a sua história encontram-se, nesta altura, num crítico e incerto momento de viragem.

Numa visita que fez a Portugal em 2002 o histórico designer francês Massin, perante a questão<sup>129</sup> da possível «morte do livro», lembra que este não é um assunto novo, e que «com o McLuhan foi a mesma coisa, toda a gente se pôs a enterrar o livro». Quanto aos dispositivos electrónicos de leitura, como os *tablets*, lembram-lhe antigos suportes de escrita de há seis mil anos como as pequenas placas deixadas pelos Assírios: «sinto que a dupla página do livro e a página única do monitor (já imaginada por Mallarmé em *Coup de Dés*) acabarão por se unir e caminhar de mãos dadas».

Também McLean não defende nem ataca nenhuma solução por si só, seja ela do passado, do presente ou do futuro lembrando-nos que «a impressão não consiste essencialmente em impregnar tipos sobre papel. Consiste na produção em massa de cópias idênticas daquilo que foi escrito para ser lido»[...] E que por essa razão «não devemos teimar na aceitação de novos métodos e materiais se forem melhorias do antigo. Desenvolvemos o amor pelos livros como eles são, por causa da impressão a negro dos tipos e pelas qualidades táteis do papel». Segundo este autor é importante focar o essencial «mas são os conteúdos que são importantes, e não importa quais sejam os materiais e técnicas de impressão, desde que sejam gentis e humanos, e sirvam ao propósito da literatura...»(McLean, 1951: p42)

A nós, parece-nos que, previsivelmente, muitos dos livros deixarão de o ser fisicamente, passando a existir sob a forma de ficheiros digitais para leitura em dispositivos electrónicos próprios. Restam, apesar disso, muitas dúvidas de que o livro, enquanto objecto físico, deixe de existir parecendo sim mais provável que o seu número venha a diminuir drasticamente. É de esperar, portanto, uma grande redução do número de livros editados em papel e, con-

sequentemente, também do número de capas. Com a vulgarização, primeiro da leitura, e depois também dos próprios livros em dispositivos digitais, que possibilitam a formatação e adaptações a diversos tamanhos, os livros, ainda que em píxeis,<sup>130</sup> mantêm-se, mas o termo capa está novamente em questão. Os livros electrónicos precisarão certamente de algum tipo de artefacto gráfico que os represente, identifique e distinga na montra digital. Saber que características tomará de modo definitivo é, contudo, algo que ainda desconhecemos.

130 Acerca da tipografia, impressão e do livro, afirma Silva, nos anos 60, que «durante esse longo espaço, os progressos da tipografia foram lentos; o trabalho tipográfico resumia-se quase exclusivamente no livro; o jornal nos últimos anos começava a expandir-se. Mas de então para cá, com o incremento e o gosto desenvolvido pela fundição de tipos, com as impressões artísticas secundando a necessidade do reclamo industrial e comercial (...) E o caminhar vertiginoso da arte, a partir do período acima — principalmente desde o aperfeiçoamento da rotativas de grande velocidade, da rotativa de ilustrações, da fotozinco, do fotograma, da tricromia, da impressão em relevo e da máquina de compor que entrou no domínio da prática — ninguém pode prever onde chegará» (Silva, 1962: 25).

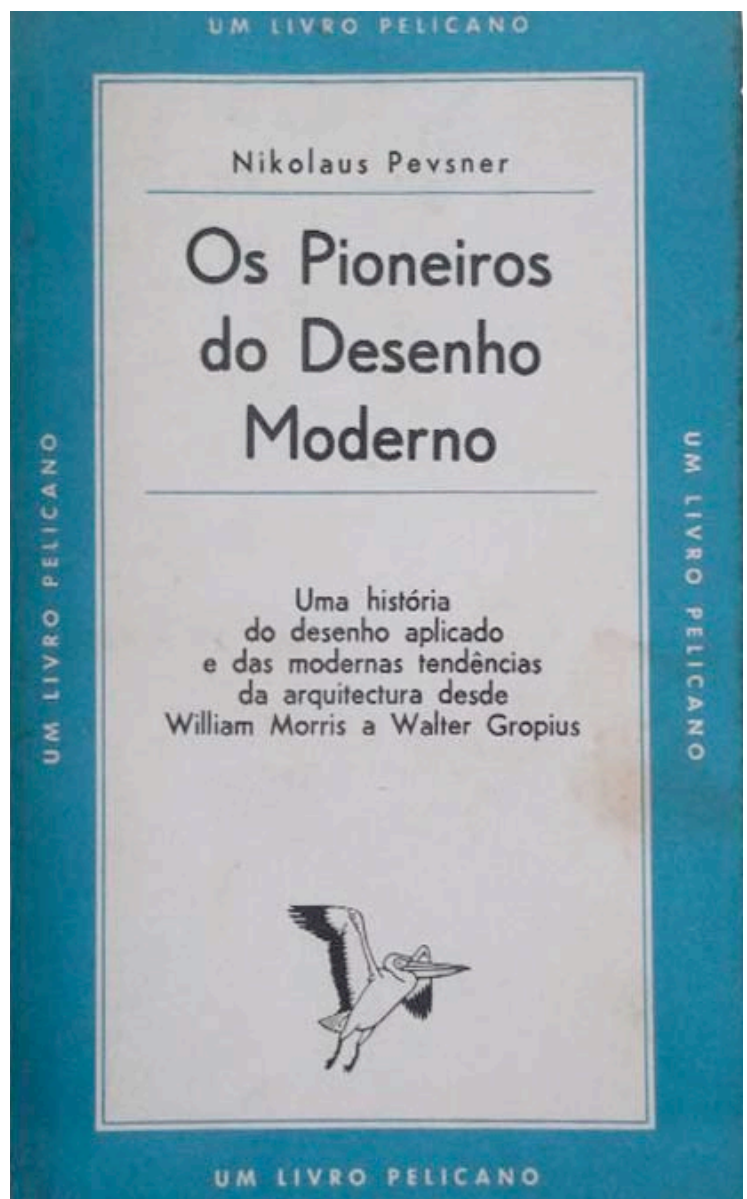


### 3. O CASO PORTUGUÊS

*Que singularidades  
e aspectos comuns?*

341. Capa de  
*Os Pioneiros  
do Desenho  
Moderno*, de  
Nikolaus Pevsner,  
Lisboa, Livros  
Pelicano./Ulisseia  
s/d.

—  
\*Lars Müller,  
2004: 15



I FOUND OUT THAT WHAT I LOVED MOST WAS BOOK DESIGN — FOR A VERY SIMPLE REASON, WHICH IS THAT THE BOOK IS ACTUALLY THE ONLY KIND OF PRINTED MATTER THAT IS MEANT TO LAST.

— *Lars Müller\**

CONSIDERADA A ÉPOCA DE OURO DAS CAPAS de livros nos EUA, o período 1940–1970 ficou nas Histórias do Design, em boa medida devido às capas, dos livros de capa mole, *paperbacks*. Michael Bierut (Bierut, 2007:17) refere, especialmente, as duas primeiras décadas desse período como detentora de trabalhos pioneiros, que ainda hoje são mais entusiasmantes do que muitos trabalhos posteriores que se tornaram, esses sim, «datados e irrelevantes». Segundo este autor, isso deve-se à necessidade dos designers de então serem intelectualmente refinados, para conseguirem responder a encomendas ainda não especializadas, com trabalhos que tão profundamente vão beber à cultura do seu tempo. Apesar disso, estes designers andam à frente dessa cultura e desse tempo. Antecipam-se criando um caminho que depois a sociedade assimila e segue, sentindo-o como natural ou mesmo atraente. É pois ao designer que cabe esse papel de mostrar uma forma nova, e fazê-lo de uma maneira diferente. Alvin Lustig, um desses designers pioneiros norte-americanos não só o fez como o disse: «Os grandes designers anteciparam as necessidades das sociedades em que viveram e expressaram-nas antes destas estarem completamente preparadas ou dispostas a aceitar o que se veio a comprovar que realmente queriam»<sup>130</sup>. E continua Lustig: «O designer não pode depender de estudos de mercado, ele tem de rasgar os seus próprios trilhos. A sua grandeza depende da capacidade de, quase inconscientemente, reconhecer, antes do seu tempo, a tendência que contribuirá de modo mais apropriado para a expressão da sociedade em que vive» (Lustig, 1954, *apud* Bierut *et al*, 1999:106,107).

À semelhança do que acontece nos EUA, também em Portugal são considerados, de forma mais ou menos genericamente aceite, como pioneiros do design português, um punhado de autores de capas de livros. Neste capítulo será feito um apanhado, não exaustivo, da situação das capas e seus agentes em Portugal, sempre que possível enquadrando-o no contexto de outros países com

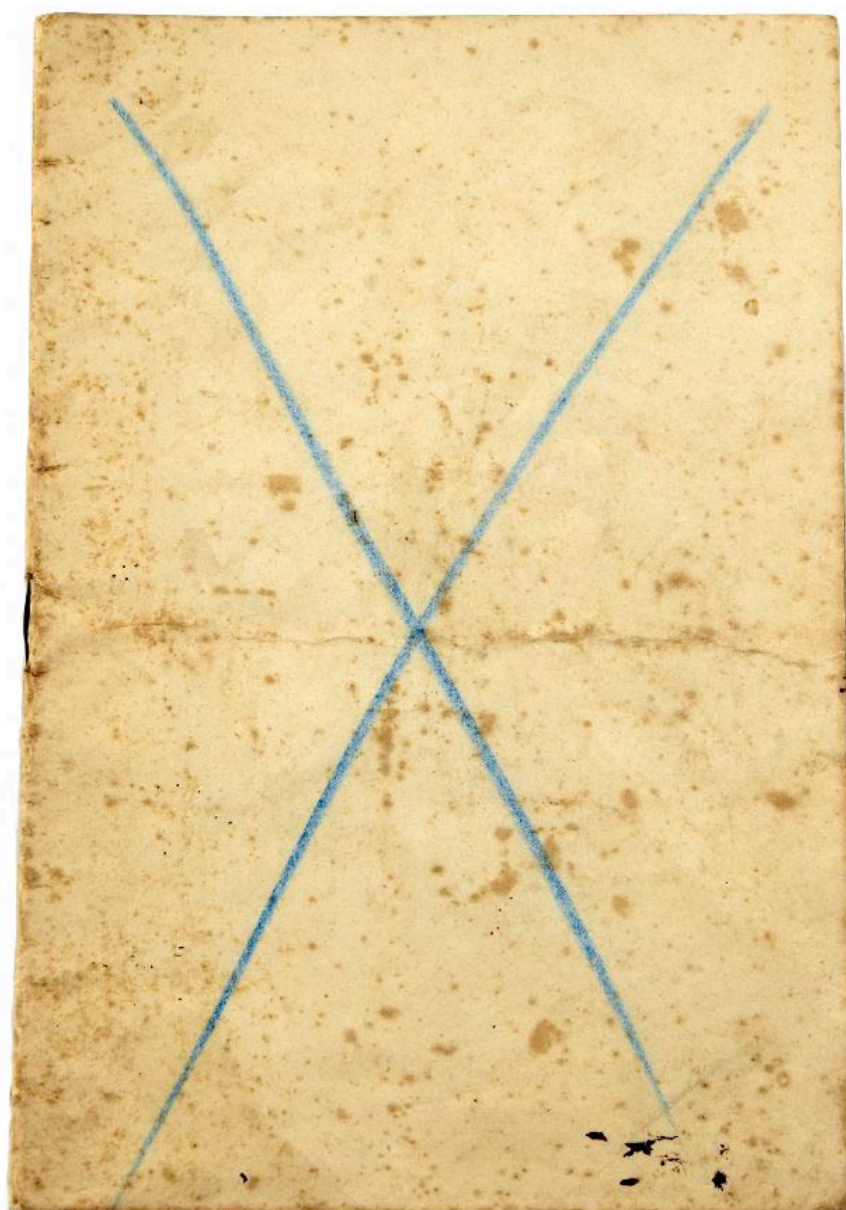
130 Um destes casos é a afirmação de Henry Ford quando diz que se tivesse feito aquilo que a sociedade do seu tempo pedia tinha apenas posto mais cavalos nas carruagens em vez de inventar o motor de explosão e o automóvel.

os quais havia contacto, preferencialmente Inglaterra, França, mas, sobretudo, Estados Unidos da América<sup>131</sup>. Contraindo alguns dos casos mais significativos de designers, editores, colecções e outros aspectos que consideremos relevantes da paisagem social e geográfica da época, tentar-se-ão aferir diferenças e semelhanças no design de capas e eventuais influências que tenham existido.

<sup>131</sup> A escolha destes 3 países explica-se por Portugal ser, à época, um país ainda essencialmente francófono mas mostrar já ter, em termos de design, contacto e contágio de Inglaterra e dos EUA.

342. Capa do catálogo da *Primeira Exposição dos Surrealistas*. Lisboa, 1949.

—  
\* Almada Negreiros, 1927. Conferência *O Desenho*, publicada no jornal *A Ideia Nacional*, 8 e 9 de Julho de 1927.



342.

SER MODERNO É COMO SER ELEGANTE:  
NÃO É UMA MANEIRA DE VESTIR,  
É UMA MANEIRA DE SER

— Almada Negreiros\*

### 3.1. CONTEXTO

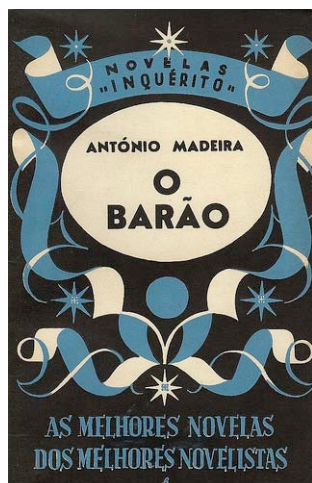
#### 3.1.1. TEMPO PRÉVIO

No domínio artístico, segundo José Augusto França, o termo *Modernismo* terá surgido pela primeira vez em Portugal em 1914, «com sentido genérico e incerto abrangendo pintores de paisagem e retrato tanto quanto caricaturistas», no Salão da Primavera da Sociedade Nacional de Belas Artes, e no ano seguinte, em 1915, já de forma mais *oficial*, no título «de uma exposição de Humoristas e Modernistas» organizado no Porto, e de novo em 1916 «num II Salão já só de *Modernistas*» (França, 1991: 10).

Já no domínio das artes gráficas, Vítor de Almeida, repara que «o tipógrafo Libânio da Silva, no *Manual do Typographo* (1908), aponta o ano de 1892 como aquele em que emerge o estilo moderno na tipografia, substituindo o gosto *Belle Époque*. A tipografia, a publicidade e autores como Almada Negreiros (1893–1970) e Diogo de Macedo (1889–1959), a par com a facilidade com que se arrebataavam as modas estrangeiras, possibilitaram que não houvesse grande disparidade entre o que se fazia em Portugal e aquilo que seria mais contemporâneo no estrangeiro» (Almeida, 2009: 63).

Com a Grande Guerra entrariam em Portugal o Cubismo e o Futurismo oriundos de Paris, trazidos por portugueses e estrangeiros que fugiam da guerra, como Guilherme Santa-Rita, Amadeo de Souza-Cardoso ou o casal Robert e Sonya Delaunay. Tal como já tinha acontecido nos EUA, com «a primeira (e escandalosa) exposição de pintura moderna nos EUA, o célebre *Armory Show* de Nova Iorque, Chicago e Boston, em 1913» (França, 1991: 50), para o qual Amadeo foi convidado a participar por um crítico norte americano, a chegada a Portugal destas novidades não aconteceu sem alguma polémica. O Futurismo, em particular na literatura, foi assunto de algumas polémicas envolvendo Fernando Pessoa e Almada Negreiros, mas também na pintura, por ocasião da exposição de Amadeo, que então se declarava «impressionista, cubista, futurista, e abstraccionista» e anunciada nos jornais como «A doença futurista ter transposto as fronteiras do nosso lindo Portugal» (França, 1991: 22-23).





343·



344·



345·

343. Capa de Fred Kradolfer, para *O Barão*, de António Madeira. Lisboa, Editorial Inquérito, 1942.

344. Capa de Fred Kradolfer, para *A Morte de Ivan Ilitch*, de Tolstói. Lisboa, Editorial Inquérito, 1940.

345. Capa de Fred Kradolfer, para *O Escaravelho de Ouro*, de Edgar Poe. Lisboa, Editorial Inquérito, 1939.

Acabada a guerra em 1918, «poucos estrangeiros procuraram a vida artística portuguesa» mas, para o design, houve uma excepção com o suíço Fred Kradolfer, que em 1927, com 21 anos, chega a Lisboa vindo a tornar-se no «mestre de decoração publicitária de todos os artistas da 'segunda geração' que, por esse caminho profissional, enveredaram» (França, 1991: 62). Kradolfer trazia com ele uma educação gráfica e tipográfica que não existia nessa época em Portugal. Tinha estudado na Escola de Artes Aplicadas de Zurique e na Academia de Belas Artes em Munique, e os anos da sua formação «caracterizavam-se por uma grande riqueza e diversidade no campo das artes gráficas, assimilando influências das culturas alemã, francesa e italiana». Tinha contactado com «a cena litográfica e tipográfica» da Suíça, em particular com Ernst Keller, que tanto contribuiu para «a renovação e racionalização da linguagem da publicidade, introduzindo uma dimensão de projecto gráfico verdadeiramente moderno — atenção à grelha, *layout*, *lettering*, uso da cor, etc.» (Bártolo, 2012: 5). Esses conhecimentos, avançados para a época e para o país, tornaram a obra gráfica de Kradolfer uma lufada de ar fresco notada em Lisboa por clientes e por pares, e exemplar para a geração seguinte de designers portugueses. Foi sobretudo na atenção e no tratamento dispensado às letras e à tipografia que se notavam as maiores diferenças. A tradição visual portuguesa vinda da pintura, da ilustração e do desenho humorístico estava habituada a considerar, como principal, a parte pictórica dos trabalhos gráficos, tratando frequentemente o texto, título, legendas e outros de forma menos cuidada. Estes elementos constituíam uma segunda linha, ou um segundo tempo, ou seja, vinham depois e raramente nasciam a par com a componente pictórica. Eram um complemento mais do que um verdadeiro participante. A litografia, ligada às imagens, estava afastada da tipografia, ligada às letras e aos textos. Raramente pois as letras faziam parte desde o início do processo de resolução, estruturando os elementos visuais ou casando verdadeiramente com eles. Surgiam mais como um complemento final, que pouco interferia na mensagem principal. Esta mesma ideia é ilustrada por José Bártolo (2015: 7)



346.



347.



348.



349.

quando lembra «os desenhos publicitários de Emmérico Nunes para a *Vacuum* ou a *Gillette* que, formalmente, recorreram à mesma estrutura dos seus desenhos humorísticos: um título, desenvolvimento da história pelo desenho, e o comentário da legenda» é muito diferente da abordagem de Kradolfer, que «associava conhecimento técnico que, sem dúvida, aprofunda durante a estada em Portugal, com uma intuição comunicativa e uma importante cultura gráfica educada (...) no modernismo tipográfico suíço».

No universo visual das capas dos livros, em termos pictóricos, Kradolfer não parece distinguir-se tanto dos seus pares portugueses, como Bernardo Marques, quanto à utilização das letras e da tipografia. É através do seu uso educado e consciente das letras que as capas de Kradolfer se destacam «(...) raramente serifadas, geométricas, podendo assumir uma expressividade que lhes dá um valor de imagem na geometrização do desenho, na eficácia se constrói uma síntese gráfica, elegante, funcional» (Bártolo, 2015: 7).

Tanto em cartazes como em boa parte das suas capas Kradolfer já trabalhava a tipografia a par com a imagem, recorrendo a tipos de letra menos usuais, não serifados e de forma mais avançada que os seus contemporâneos, como Bernardo Marques, por exemplo, que só raramente utilizava tipografia sem serifa ou com uma abordagem mais moderna. O testemunho de António Garcia faz referência, na primeira pessoa, a essa ideia de uma tipografia nova, diferente da que era o habitual. «(...) os trabalhos que eu ficava encantado de ver, eram os do Fred Kradolfer para o Instituto Pasteur. Ia de propósito à Baixa para ver as montras que ele fazia, e as montras da Kodak pelo Roberto Araújo. Eu não conhecia pessoalmente, era muito jovem na altura». E depois acrescenta «A evolução que houve foi que a situação passou a ser a menos ilustrativa, passou a ser mais gráfica» (Fragoso, 2009: 529).

O designer parece estar atento ao que se passa no Reino Unido mostrando as capas da sua colecção «Cadernos Culturais», da Inquérito, de 1940, com forte influência das capas da Penguin datadas de 1935, seguindo-lhe o código de cores, o formato, o tipo de papel e a composição tripartida na horizontal.



350.

346. Capa de Fred Kradolfer, para *Páscoa Feliz*, de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, Edições Alfa, 1932.

349. Capa de Fred Kradolfer para *Oh Chico Não Sejas Azelhudo!*, Edições O Volante, 1933.

347. Capa de Fred Kradolfer, para *Poemas de Deus e do Diabo*, 2ª ed., de José Régio. Lisboa, Portugal, 1943.

350. Cartaz de Hans Rudi para *Automóveis Opel*, 1911.

348. Capa de Fred Kradolfer, para *O Garden Party* de Katherine Mansfield Lisboa, Portugal, 1959.

As semelhanças entre capas das colecções das três editoras é notória.

351. Capa de Hans Mardersteig para *Dubliners*, de James Joyce. O primeiro livro da Albatross. Hamburgo, Albatross, 1932.

352. Capa de Hans Mardersteig para *The Chinese Orange Mystery*, de Ellery Queen. Hamburgo, Albatross, 1935.

353. Capa de Edward Young para *While Rome Burns*, de Alexander Woollcot. Londres, Penguin, 1937.

354. Capa de Edward Young para *A Farewell to Arms*, de Ernest Hemingway. Londres, Penguin, 1935.

355. Capa de Fred Kradolfer para *A Idade da Terra* Arthur Holmes. Lisboa, Editorial Inquérito, 1940.

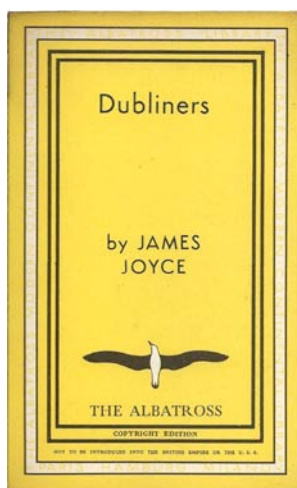
356. Capa de Fred Kradolfer para *O Método Montessori*, de Agostinho da Silva. Lisboa, Editorial Inquérito, 1939.

357. Capa de Hans Mardersteig para *The Motor Rally Mystery*, de John Rode. Hamburgo, Albatross, 1933.

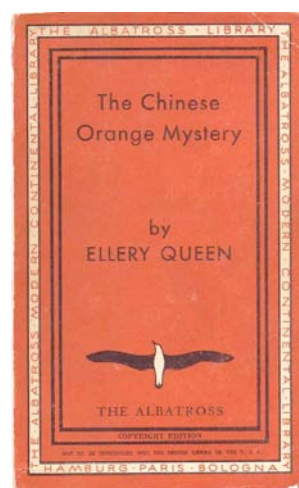
358. Capa de Hans Mardersteig para *The Trespasser*, de D. H. Lawrence. Hamburgo, Albatross, 1934.

359. Capa de Hans Mardersteig para *A Passage to India*, de E. M. Forster. Hamburgo, Albatross, 1934.

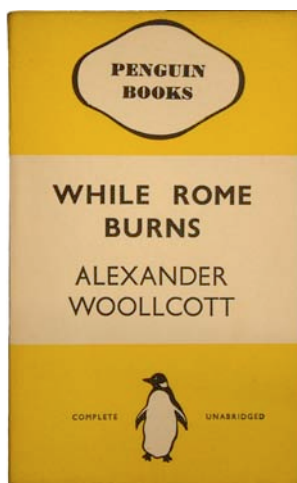
360. Capa de Edward Young para *The Dark Invader*, de Capton von Rintelen. Londres, Penguin, 1936.



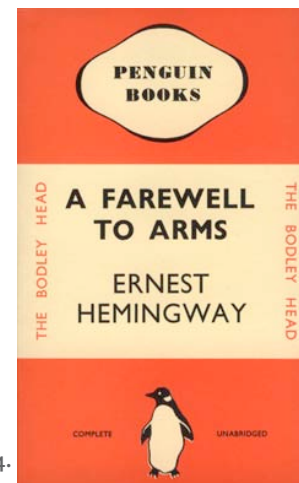
351.



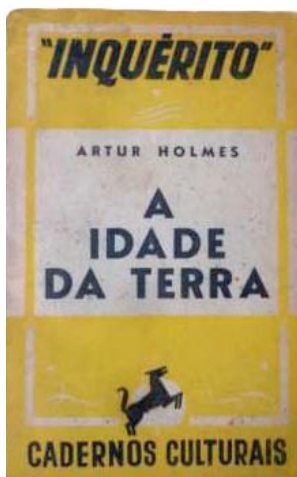
352.



353.



354.

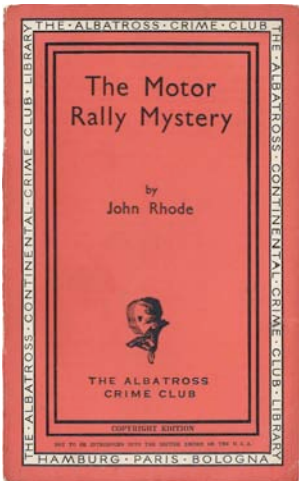


355.

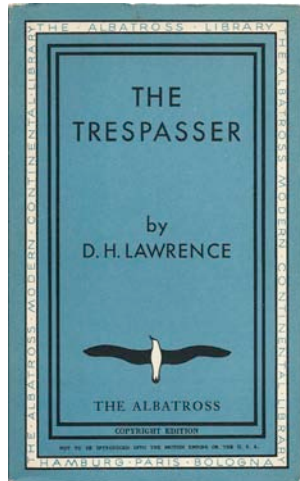


356.

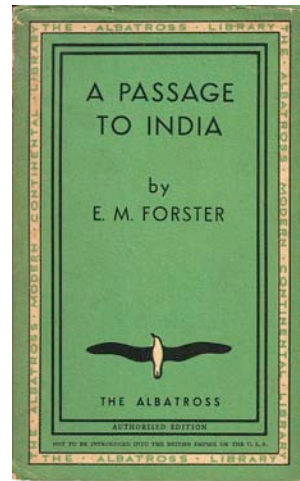
Fica contudo a dúvida relativa ao caxilho ser de inspiração nos originais livros da *Albatross*. Contudo, e apesar dos conhecimentos que Kradolfer mostra ter em termos tipográficos, nas capas da colecção Inquérito há significativas disparidades nos tamanhos, no espaçamento e na composição dados aos textos dos títulos e ao nome dos autores, resultando numa fragilidade tipográfica e incoerência visual. Isto leva-nos a reparar, por contraste, no trabalho desen-



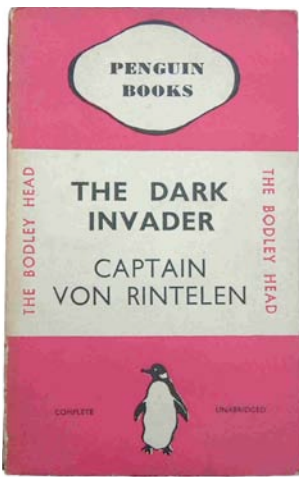
357.



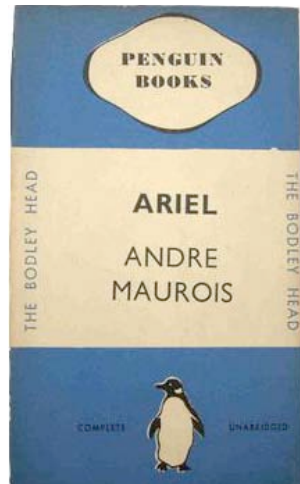
358.



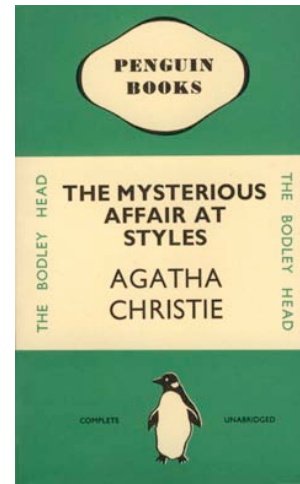
359.



360.



361.



362.



363.



364.



365.

361. Capa de Edward Young para *Ariel*, de Andre Maurois, o primeiro livro Penguin. Londres, Penguin, 1935.

362. Capa de Edward Young para *The Mysterious Affair at Styles*, de Agatha Christie. Londres, Penguin, 1935.

363. Capa de Fred Kradolfer para *Em Torno da Expressão Artística*, de José Régio. Lisboa, Editorial Inquérito, 1940.

364. Capa de Fred Kradolfer para *A Literatura Portuguesa no Século XIX*, de Moniz Barreto. Lisboa, Editorial Inquérito, 1940.

365. Capa de Fred Kradolfer para *Pequena História do Japão*, de Ingham Bryan. Lisboa, Editorial Inquérito, 1942.

volvido por Tschichold na Penguin. Segundo Doubleday (2006: 15), quando lá chegou, a sua primeira missão foi «refinar as capas das colecções», originalmente criadas por Edward Young, mas rapidamente evoluiu para o controlo e supervisão gráfica dos miolos e, durante a sua estadia de dois anos<sup>132</sup> naquela

132 A estadia de Jan Tschichold na Penguin durou de 1947 a 1949 (Godfrey, 2012: 68).



366.



367.



368.

366. Capa de Bernardo Marques para *Contos Escolhidos*, de Augusto Cunha. Lisboa, Bertrand, s/d.

367. Capa de Bernardo Marques para *Cidade em Flor*, de Fernanda de Castro. Lisboa, 1924.

368. Capa de Fred Kradolfer para *Os Crimes da Rua Morgue*, de Edgar Poe. Lisboa, Portugália, 1943.

editora, Tschichold viria «a projectar ou preparar para impressão 500 livros elegantes — por vezes um por dia — tendo-se tornado um importante capítulo na sua carreira» e ao qual o próprio terá feito referência mais tarde afirmando: «Posso estar orgulhoso do milhão de livros da Penguin pela tipografia dos quais eu fui responsável. Comparativamente, os 2 ou 3 livros luxuosos que desenhei não são importantes». A par de Fred Kradolfer, o outro capista que mais se destacou nesta época foi certamente Bernardo Marques, responsável pelo design de algumas das mais emblemáticas colecções portuguesas, ainda hoje reconhecidas e acarinhadas como, entre outras, as colecções *Miniatura* e *Dois Mundos*. Apesar de ser considerado por alguns o «melhor paisagista português da sua geração, sensível aos cambiantes naturais tanto quanto ao jogo de signos com que subtilmente os identifica» (França, 1991: 50), Bernardo Marques não se limitou ao universo pictórico dos humoristas, pintores e ilustradores. Segundo Vasco Rosa, Marques «quis especializar-se no design e ilustração de livros. A passagem por Berlim, em 1929, além da lição grotesco-expressionista de George Grosz, terá certamente posto o artista em contacto directo com outra «arte do livro», que o levou a pedir e a receber uma bolsa de estudo da Junta de Educação Nacional, para ir para Paris, onde tencionava «demorar-se o suficiente para frequentar ateliers de gravura, oficinas de impressão e outros centros de estudo» (Rosa, 2016: 18–19).

Nos anos seguintes, ao longo da década de 1930, Bernardo Marques «consagra-se como um dos maiores capistas da sua geração» (Bartolo, 2016:53) e ao observarmos capas como as de «Mais Outro», «Arco do Triunfo» ou «Novo Mundo Mundo Novo» Bernardo Marques dá já sinais de trabalhar a tipografia como parte activa do desenho da capa, adoptando tipos de letra sem serifas, que compõe trabalhando inclinações ou contrastes de cores; ilustrações com composição de perspectivas e ângulos mais gráficos e exagerados do que meramente representativos; e a escolha e o desenho esquemático dos próprios objectos representados, já bem longe da ilustração paisagística, agora claramente mais modernista.



369.



370.



371.



372.

É essencial referir que durante o regime de Salazar se dá um aspecto paradoxal<sup>133</sup> em termos de design: para um regime que tudo tentava para que o país se não abrisse ao exterior, com tendência para manter tudo como estava, Salazar põe num cargo de poder alguém que vai financiar as mais modernas formas de expressão artística e do design.

Assim, é criado «um volume significativo de projectos de maior orçamento e liberdade de criação alinhada a um particular compromisso entre o bucolismo português e o espírito moderno, com destaque para as missões de representação portuguesa na Quinzena da Arte Popular de Londres (1936) e Genebra (1936), na representação portuguesa aos Jogos Olímpicos de Berlim (1936), na Exposição Internacional de Paris (1937), Nova Iorque (1939), São Francisco (1939) e a Exposição do Mundo Português (1940)» (Bártolo: 2012:11).

Thomaz de Mello (1986: 30), mais conhecido por Tom, é peremptório a assinalar o ano de 1940 como «a grande praça» ou «o marco importante das nossas possibilidades». Defendendo que «a equipa formada por António Ferro em 1935 é a ponta da lança desse monumental projecto (...) que em alguns meses formou mais profissionais que qualquer escola em anos de teoria» e prestando os devidos créditos lembra que «tudo foi possível devido à magistral chefia do artista imaginoso que foi o arquitecto Cotinelli Telmo, como nós, também um gráfico».

O regime foi um dos maiores propulsores do design nas décadas em que esteve no poder. O nome incontornável que explica em grande medida este aspecto foi o de António Ferro<sup>134</sup>. Segundo José Augusto França (1991: 86,

369. Capa de Bernardo Marques para *Arco do Triunfo*, de António Ferro. Lisboa, Diário de Notícias, s/d.

370. Capa de Bernardo Marques para *Novo Mundo Mundo Novo*, de António Ferro. Lisboa, Editora Portugal-Brazil, 1930.

371. Capa de Bernardo Marques para *Mais Outro*, de Augusto Cunha. Lisboa, Parceria A. Maria Pereira, c. 1947.

372. Capa de Fred Kradolfer para *Feira de Amostras*, de Luís Teixeira. Empresa Nacional de Publicidade, c.1931.

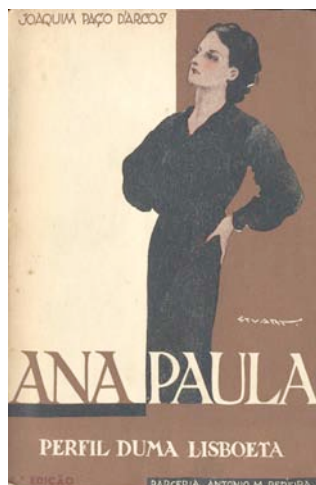
<sup>133</sup> «Curiosamente, e apesar da realidade que se manifestava na expressão “orgulhosamente sós” e que justificava o isolamento do país relativamente à modernidade que se vivia na Europa ou nos EUA, os primeiros tempos do regime foram muito progressistas em termos artísticos...» (Fragoso, 2009: 301).

<sup>134</sup> Intrépido director do Secretariado de Propaganda Nacional (1933-53), cujo arrojo tão determinante havia sido para a modernização estética do país e para a experimentação técnica dos nossos artistas/decoradores em grandes certames na Europa e nos EUA, proporcionando-lhes estadas de média duração em ambientes internacionais propiciadores de máxima actualização artística(...). A invulgar dimensão desses projectos, o trabalho de equipa e a entreejuda necessária no aperto de muitas dessas realizações — dentro



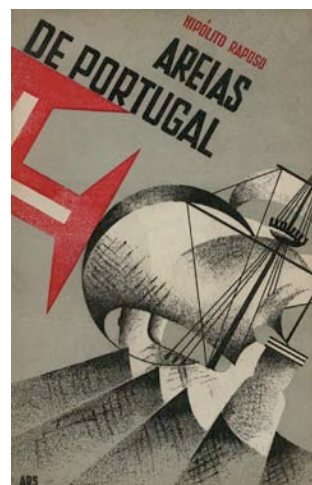
373-

373. Capa de Almada Negreiros para *A Arte de Bem Morrer*, de António Ferro. H. Antunes & Companhia Editores, 1922.



374-

374. Capa de Stuart Carvalhais para *Ana Paula - Perfil de Uma Lisboaeta*, de Joaquim Paço D'Arcos. Lisboa, Pareceria António M. Pereira, 1938.



375-

375. Capa de Adalberto Sampaio para *Areias de Portugal*, de Hipólito Raposo. Porto, Editora Civilização, c.1933.

87), esta ligação do regime aos modernistas teve início «em 1930 numa grande crise que desabou sobre artistas portugueses, no seio da abalada economia ocidental», levando a que toda a classe se lamentasse, «na imprensa ou através da SNBA», ao então já chefe do governo António Oliveira Salazar. Também através de António Ferro que, por ser «jornalista com audiência política», terá funcionado como «porta-voz» dos artistas junto de Salazar a quem, na altura, «realizava famosas entrevistas (...) e do qual recebeu uma resposta que podia ser interpretada otimisticamente.» Assim, em 1933, surge o Secretariado da Propaganda Nacional (SPN) mais tarde, em 1945, Secretariado Nacional de Informação (SNI), «parte de cuja acção diria rapidamente respeito ao domínio artístico.» Assim descreve França a relação entre o regime de Salazar e os modernistas:

«Admirador da arte nova, Ferro (que em 1932 fizera vir conferenciar a Lisboa um Marinetti academizado, com protesto de Almada), conseguiu impor, graças à confiança interesseira de Oliveira Salazar, uma corrente de gosto que nos meios governamentais, sempre pouco cultivados de gosto em arte, se opunha à muito mais forte corrente a «arte saudável» do nazismo alemão. Paro o presidente do Conselho, a arte era «a grande fachada duma nacionalidade», e o caminho da sua função de propaganda logo assim se definia, uma «política do espírito (...). Se o estado não podia ser Mecenas, como economicamente avisara Salazar, Ferro não via qualquer incompatibilidade entre o seu «regime» de autoridade consciente» e a «Arte moderna». Os modernistas podiam, em boa consciência ética e pragmática, servir os dois, como praticamente todos fizeram (...)» (1991: 86, 87).

e fora de portas — facilitaram a transversalidade oficial, com benefício da percepção abrangente e da competência inventiva, que de resto um ensino artístico antiquado estava muito longe de incentivar ou garantir. Essa era, aliás, de algum modo a própria essência do artista moderno, capaz de agir e influenciar todos os domínios da vida, e mais ainda, condição *sine qua non* da sobrevivência dos artistas plásticos no estreito e limitado meio português... (Rosa, 2016: 9–10).



376.



377.



378.



379.

Tendo o Estado Novo como novo cliente surjem regulares encomendas de trabalho institucional que «encorajam a criação dos primeiros ateliers de design e publicidade, casos do Atelier Ara de Artur Soares e Jorge Barradas, do Atelier Íbis de Bernardo e Ofélia Marques e Sarah Affonso, da Agência ETP de José Rocha e do estúdio MR de Manuel Rodrigues» (Bártolo, 2012:11). António Ferro, através da «sua obra de modernização do gosto, e ao longo de apenas meia dúzia de anos», como refere José Augusto França (1991: 92), obteve grandes resultados em eventos internacionais como as exposições em que foi comissário, em 1937, na exposição internaional de Paris e nas feiras de Nova Iorque e S. Francisco, e acerca das quais afirmou «não poder continuar a participar *vestido à época*».

### 3.1.2. O ESTADO CLIENTE

Neste ponto entramos no período português que vai de 1940 a 1970, em estudo nesta investigação. A primeira metade da década de 1940 traz com ela a Segunda Guerra Mundial que divide o mundo ocidental em dois. Portugal declara-se neutro, mas vai negociando à esquerda e à direita, concedendo instalações militares aos EUA, por um lado, e por outro declarando luto oficial de 3 dias pela morte de Hitler (Fragoso, 2009:70).

Portugal era um país fechado e atrasado mas Salazar apostava forte na divulgação da ideia de nação grandiosa, e «em 1940 investe numa grande comemoração dos 800 anos da fundação da pátria» — a célebre *Exposição do Mundo Português* — «naquilo que considera *um grande acontecimento, artístico e político* (...). Na Europa em guerra, tratava-se de uma afirmação de paz e harmonia em que o governo de Oliveira Salazar insistia (...)» (França, 1991: 91), e criando «uma iconografia baseada em evocações históricas, em valores morais, no regionalismo, procurando com esta simbologia conquistar o orgulho dos Portugueses pela Pátria (...)» (Fragoso, 2009: 67).

Contudo, apesar dos conteúdos da comunicação serem de apelo aos valores do passado, a forma visual usada foi frequentemente a do futuro. Se, por

376. capa de Roberto Santos para *A fugitiva*, de J. L. Sanciaume. Editora desconhecida, 1944.

377. capa de Adalberto Sampaio para *Céus de Fogo*, de Campos Monteiro, filho. Porto, Civilização, 1933.

378. Capa de Adalberto Sampaio para *Ares da Minha Serra*, de Campos Monteiro. Porto, Civilização, 1933.

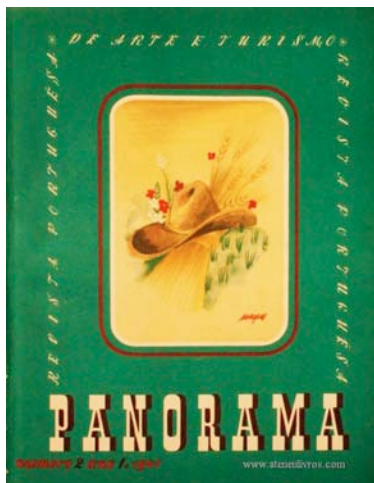
379. Capa de designer desconhecido para *Salazar*, de António Ferro Lisboa, ENP, 1933.





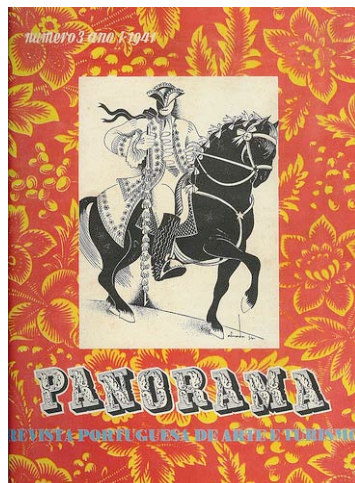
380.

380. Capa de Bernardo Marques para revista *Panorama* nr. 1, 1941.



381.

381. Capa de Bernardo Marques para revista *Panorama* nr. 2, 1941.



382.

382. Capa com ilustração de Almeida Negreiros para revista *Panorama*, nr. 3, 1941.



383.

383. Capa com ilustração de Eduardo Anahory para *Panorama*, nr. 29, 1946.

um lado, eram conhecidas as «simpatias fascistas italianas» (Fior, 2005: 183) de António Ferro, por outro «ele era profundamente anglófilo e o seu círculo de amigos era constituído por escritores e artistas pró aliados» (Fior, 2005: 177). Os primeiros tempos do regime foram progressistas em termos artísticos. Embora fazendo parte do regime, António Ferro muito fez para que o gosto e a cultura visual colectivos evoluíssem e se modernizassem, recrutando para cada projecto os profissionais mais adequados. Vale a pena transcrever uma parte das entrevistas feitas pelo próprio António Ferro a Salazar publicadas em livro<sup>135</sup>.

«— Perdõe-me lembrar-lhe que se é justo e necessário pensar na conservação do nosso património artístico, é igualmente justo, e talvez mais urgente, pensar na arte viva que deve acompanhar a nossa evolução, que deve ser a expressão do nosso momento. Há aí duas dúzias de rapazes, cheios de talento e mocidade, que esperam, ansiosamente, para serem úteis ao seu País, que o Estado se resolva a olhar para êles. Perdõe-me que lhe cite Mussolini, mais uma vez: «A arte, para nós, — disse ele, é uma necessidade primordial e essencial da vida, a nossa própria humanidade». E Salazar, demonstrando-me a largueza do seu espírito, disposto a abrir-se a todas as inovações: — Estamos de acôrdo. O pensamento e o espírito não devem parar. Há que estimulá-los e dar-lhes um movimento contínuo. Diga, portanto, a esses rapazes que tenham confiança e que saibam esperar...» (Ferro, 1933: 89–90).

E menos de 1 ano depois, em 1933, será criado o SPN, mais tarde, SNI. O SNI, sob a direcção de Ferro, conseguiu tornar pública uma frescura visual nos materiais gráficos do Estado que era até aí inexistente. A revista mensal *Panorama*, criada em 1941 e dedicada às artes e ao turismo, recorria aos melhores artistas gráficos para as suas capas e foi uma das criações de Ferro que,



384.



385.



386.

a par com iniciativas como as competições de trabalhos gráficos e de decoração de montras votadas pela audiência, funcionava como factor de educação visual do público português.

Já em 2009, numa entrevista, António Garcia, ao pedido de comentário sobre «os contextos social, económico e político e de que forma condicionaram o seu trabalho» o designer dá uma resposta madura que permite perceber a escala da participação dos artistas nas encomendas para o Estado: «Pois, mas eu nem sei até se isso teve grande influência porque todos os artistas da época trabalhavam para o Estado Novo. A Exposição do Mundo Português foi uma exposição notável. Algumas pessoas insurgiam-se, e muito bem, contra o Estado Novo. Todos nós nos insurgíamos mas, a verdade, é que todos nós íamos fazendo trabalhos. A gente tinha de comer não é? Enfim, todos éramos políticos, todos somos políticos ao fim e ao cabo (...)» (Fragoso, 2009: 529).

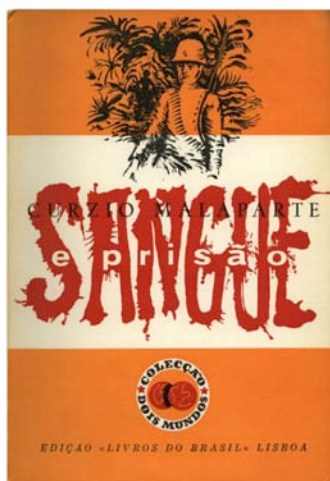
Mas precisamente por contratar artistas não simpatizantes do regime, Ferro era alvo de desconfiança pelos defensores do aparelho, tendo sido mais tarde destituído por Salazar por este «não conseguir já protegê-lo da opinião provinciana e conservadora que o considerava contaminado pelos seus traiçoeiros amigos artistas e escritores» (Fior, 2005: 184). Dessas acusações se tinha já defendido Ferro, em 1943, por ocasião do 10º aniversário do SNI nos seguintes termos:

«A outra acusação é de que o secretariado recorre a certos artistas e escritores que não podem ser considerados como cem por cento integrados no regime. E é uma afirmação bastante certa. Mas o que me interessa no escritor ou no artista, acima de tudo, é o seu trabalho. Se ele tiver raízes nacionais, apesar das ideias avançadas do autor, não tenho escrúpulos em adoptar-las e coloca-las a uso. No artista ou no escritor não são as palavras ou os gestos que os definem: são suas obras. O trabalho é a opinião séria, a opinião verdadeira, a opinião eterna de seu criador (...)» (Fior, 2005: 184).

384. Capa de Sarah Affonso para *As Aventuras de Mariasinha Vicente e Cia.*, de Fernanda de Castro. Edição Casa do Livro, 1925.

385. Frente de catálogo por Eduardo Anahory para *Guia oficial da Exposição do Mundo Português*, Lisboa, 1940.

386. Capa de *A Moderna Architectura Alemã*, publicação bilingue, alemão-português. Berlim, Volk Und Reich, 1940.



387.



388.

*Colecção Dois Mundos*. Lisboa, Livros do Brasil. —

387. Capa de *Sangue e Prisão*, de Curzio Malaparte, c. 1960.

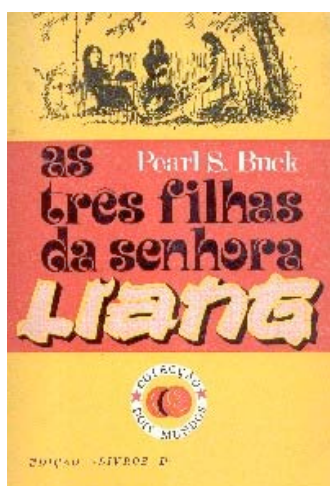
388. Capa de *Infante do Carmo* para *America*, de Franz Kafka, s/d.

Na tese de doutoramento de Robin Fior dedicada a Sebastião Rodrigues e ao design em Portugal (Fior, 2005: 182) podemos ler uma espécie de balanço que António Ferro deixou acerca do ‘seu legado’.

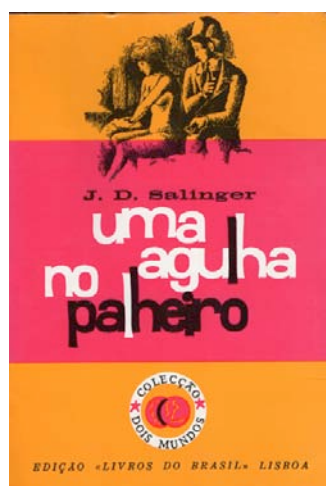
Um dos aspectos do trabalho do SNI mais visíveis e, por essa razão, mais conhecidos, é precisamente a renovação conseguida no domínio das artes gráficas. As publicações do Secretariado rapidamente se tornaram conhecidas, definindo um estilo — e mais do que isso — uma intenção: vestir os livros com bom gosto. Neste aspecto a actividade do SNI foi ainda mais longe, preocupando-se com os convites impressos, os programas, os catálogos sem esquecer cartazes e outros materiais de divulgação. Pode dizer-se que o mais importante neste caso foi a prática, escrupulosamente observada, de permanentemente procurar os artistas e especialistas mais indicados para cada projecto em oposição a entregar os projectos aos meramente competentes, por muito bem intencionados que fossem.

Seguindo este critério, publicamos mais de mil e trezentos títulos, dezenas de cartazes, centenas de convites, programas e catálogos, para além de duas revistas: *Atlântico* e *Panorama*. E podem contar-se na casa dos milhares as reproduções de obras de arte, de desenhos, de ilustrações - de peças de arte gráfica que saíram das tipografias portuguesas sob a direcção do SNI. A influência exercida por este saudável movimento de renovação da arte gráfica é claramente evidente na acrescida dignidade e qualidade das publicações tanto de outros departamentos oficiais como na maioria dos editores privados.

Amigo pessoal de António Ferro, Bernardo Marques foi a principal figura no desenho das capas de livros deste período, deixando extensa obra gráfica, tanto em capas avulsas como em colecções ainda hoje memoráveis e presentes. Se os seus primeiros trabalhos mostravam as ovaladas ilustrações bucólicas da *Colecção Miniatura*, nos seus trabalhos mais tardios surgia já um arrojo



389.



390.

de representação mais geométrica e gráfica — vejam-se as capas da *colecção Mosaico* — e, em alguns casos, até tipográfica, como a *colecção Livros do Brasil*.

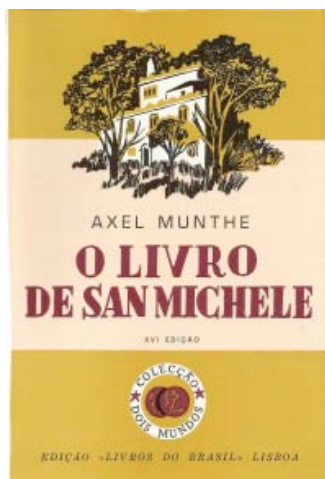
Desta opinião é também José Bártolo concordando que se, de facto, «(...) os seus trabalhos dos anos [19]20 evidenciam, essencialmente, o talento de juventude do ilustrador», já o mesmo não sucede com os seus trabalhos no final da carreira pois «apresentam-nos um excelente designer gráfico e director de arte que, em particular nos projectos editoriais, revela uma segurança notável na resolução tipográfica (...)». O mesmo autor vai ainda mais longe considerando Bernardo Marques, juntamente com Sebastiao Rodrigues, «os mais destacados e completos designers gráficos das suas gerações e os mais influentes do século xx português» (2016:31).

Aliás, ainda segundo o mesmo autor, é com Bernardo Marques que se faz «a passagem do modernismo trazido nos anos 20 por Kradolfer para a geração seguinte» (Bártolo, 2016:14). E tal como aconteceu, por vários anos a estes artistas-decoradores, Marques trabalhou uma grande variedade de suportes e campos do design, durante a década de 1940, nomeadamente cenários, figurinos, decoração, exposições, publicidade, ilustração e capas de livros, sendo destas últimas que nos ocuparemos mais.

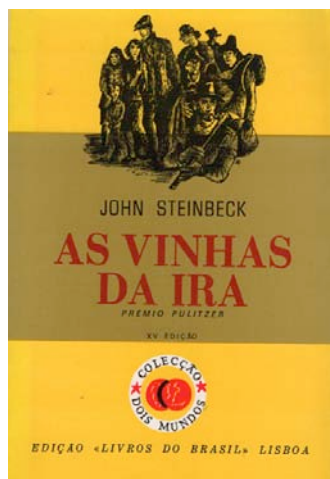
Se é verdade que Bernardo Marques deixou muitos trabalhos em que a tipografia podia mostrar-se mais coerente ou cuidada, por outro lado ele demonstra já fortíssimas noções de unidade visual em projectos gráficos de seriação numerosa, que se tornaram ícones nacionais por muitas gerações. São os casos da *Colecção Dois Mundos* e da *Colecção Miniatura* da editora Livros do Brasil. Ambas são reprodutíveis infinitamente. A *Dois Mundos* é uma obra notável: extensíssima, com centenas de títulos, apesar de ter sofrido incontáveis ‘maus tratos’ visuais, nomeadamente numa escolha desgovernada de tipografia — frequentemente avulsa e casuística, que vai oscilando entre a fantasia e o formal — a escolha de cores — nem sempre resultando em combinações felizes — e mesmo as composições — com muitas capas desiguais e desequilibradas — tanto exibindo títulos centrados com as ilustrações, como

389. Capa de *As Três Filhas da Senhora Liang*, de Pearl S. Buck, c.1972.

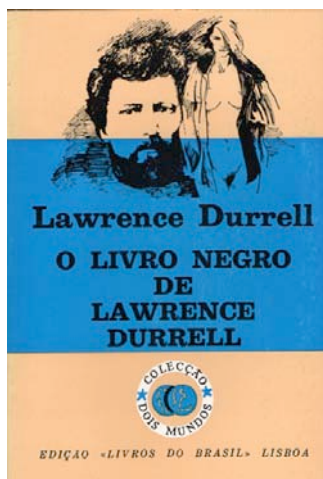
390. Capa de *Infante do Carmo* para *Uma Agulha no Palheiro* de J. D. Salinger, 2000.



391.



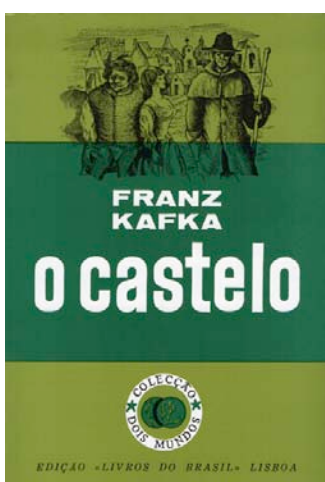
392.



393.



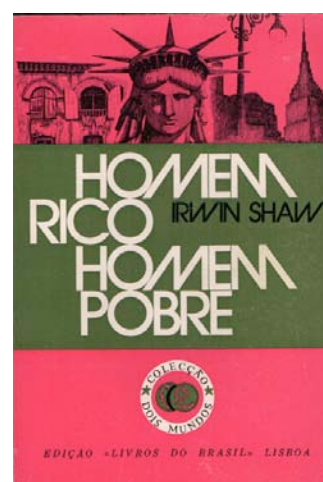
394.



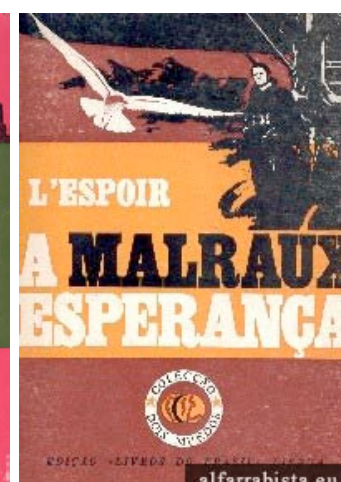
395.



396.



397.



398.

391. Capa de Bernardo Marques para *O Livro de San Michele*, de Axel Munthe, 1946.

392. Capa de *As Vinhas da Ira* de John Steinbeck, c.1962.

393. Capa de António Pedro para *O Livro Negro*, de Laurence Durrell, 1988.

394. Capa de Bernardo Marques para *O Obelisco Preto*,

de Erich Maria Remarque, s/d.

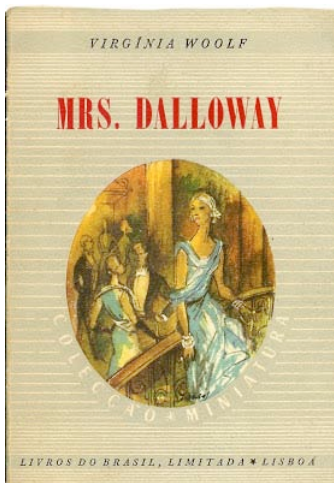
395. Capa de Infante do Carmo para *O Castelo*, de Franz Kafka, 2000.

396. Capa de *Com Amor e Raiva*, de Vasco Pratolini, c. 1965.

397. Capa de Infante do Carmo para *Homem Rico Homem Pobre*, de Irwin Shaw, c. 1969.

398. Capa de *A Esperança*, de A. Malraux, c. 1975.

alinhados à esquerda ou à direita. Contudo, a verdade é que, apesar de todos esses descuidos, a coleção pervalece até hoje, mantendo-se reconhecível, una e icónica. A forma como a ilustração surge nestas capas é já uma presença secundária, mas que marca uma tradição do desenho e da ilustração a que Marques era ainda muito fiel, mas já remetida para um segundo nível na hierarquia visual. Podemos até arriscar dizer que a ilustração era, em última análise, dispensável para o reconhecimento visual e para a força gráfica da coleção. Na verdade se retirarmos as ilustrações das capas elas continuam plenamente reconhecíveis pois a sua força vem precisamente das três bandas horizontais coloridas, eventualmente influenciadas pelas capas tripartidas horizontalmente dos livros da inglesa *Penguin*. As regras de normalização dos livros da *Penguin*, reformuladas e controladas por Jan Tschichold quando foi para esta editora, terão sido uma estratégia semelhante à que a Livros do Brasil adoptou, mas faltou-lhe a normalização tipográfica da *Penguin*, que lhe daria mais dignidade.



399.



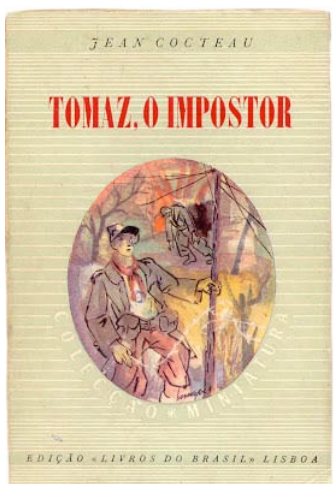
400.



401.



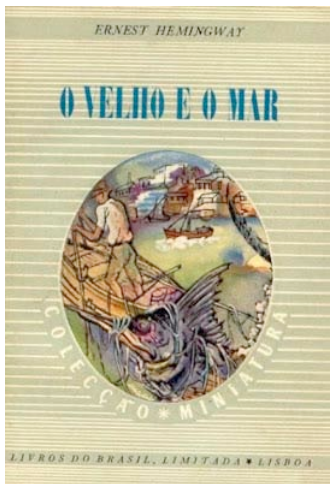
402.



403.



404.



405.



406.

O caso da *Colecção Miniatura* é diferente. Sempre com a mesma cor de fundo, esta colecção de livros de bolso respeita uma composição muito mais formal, em que o papel da ilustração é central. A forma oval, na qual a ilustração está inscrita, lembra um espelho ou um medalhão, ou outro objecto pessoal de arestas arredondadas e polidas, que convida ao toque e à proximidade da escala da mão. Ou então uma estampa emoldurada e pendurada na parede forrada a papel no interior de uma qualquer saleta de estar. É uma colecção com algo de recato doméstico, pessoal e íntimo. O que talvez nem sempre seja o mais adequado aos títulos publicados na colecção. O estilo das ilustrações vai, de certa maneira, também nesse sentido: aguarelado, figurativo, agradável. E as linhas horizontais abertas na neutra cor de fundo criam uma delicada leveza e abrem profundidade que a cor sólida, por si só, não permitia. Em termos tipográficos sente-se novamente falta de alguma atenção ao detalhe. Apesar de a grande maioria das capas manter a mesma cor vermelha no título e do tipo de letra aparentar ser sempre o mesmo, a

Capas de Bernardo Marques para a *Colecção Miniatura*. Lisboa, Livros do Brasil.

399. *Mrs. Dalloway*, de Virginia Woolf, s/d.

400. *As Neves do Kilimanjaro*, de Ernest Hemingway, s/d.

401. *Um Casamento em Florença*. de Somerset Maugham, s/d.

402. *Cais das Brumas*, de Pierre Mac Orhan, s/d.

403. *Tomaz o Impostor*, de Jean Cocteau, s/d.

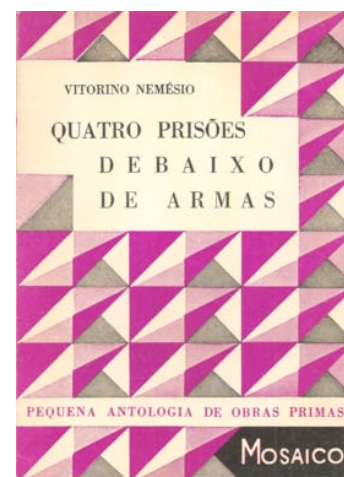
404. *O Silêncio e o Medo* de Felix Cucurull, s/d.

405. *O Velho e o Mar*, de Ernest Hemingway, s/d.

406. *O Véu Pintado*, de Somerset Maugham, s/d.



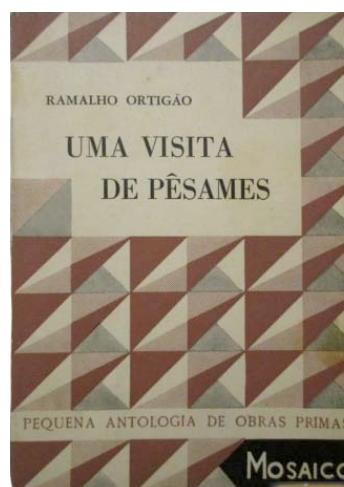
407.



408.



409.



410.

Capas de Bernardo Marques, 1950–89, *Colecção Mosaico, Pequena Antologia de Obras-Primas*. Lisboa, editora Fomento de Publicações.

407. *A História de Rosa Brava*, de José Régio, s/d.

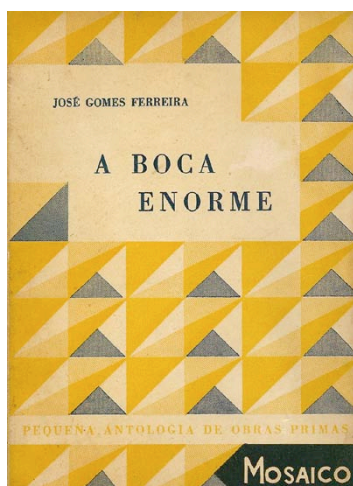
408. *Quatro Prisões Debaixo de Armas*, de Vitorino Nemésio, s/d.

409. *Casa de Correção*, de Blasco Ibañez, s/d.

410. *Uma Visita de Pêsames*, de Ramalho Ortigão, s/d.

verdade é que mostra excessivas variações nos seus tamanhos e composições bem como na sua relação com a imagem e as extremidades da capa. O tipo de letra, sendo o mesmo no peso usado é, por vezes, condensado e noutras não. Ainda assim, nos seus cento e setenta volumes, é uma colecção icónica publicada ao longo de 20 anos e fortemente presente na memória de muitos leitores.

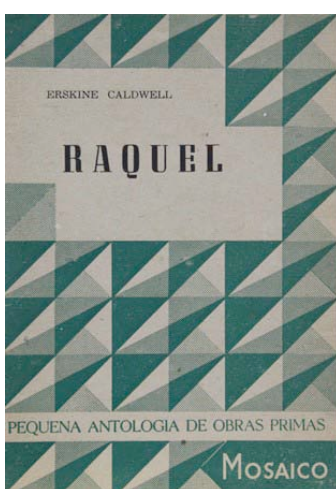
Do trabalho de Bernardo Marques, outro exemplo de colecção, ainda que menos ubíqua, nos parece ser merecedora de menção é a colecção *Mosaico* — *Pequena Antologia de Obras Primas*. Não há qualquer ilustração figurativa, orgânica ou gestual. A abordagem é geométrica, modular e replicada em padrão. As predominantes oblíquas do padrão são modernistas, o espaço branco que recebe os títulos e os nome dos autores também, e do mesmo modo, a marca «mosaico». A parte que entra em conflito é, mais uma vez, a tipografia. Tanto na escolha do tipo — serifado e nem sempre o mesmo — como na aplicação de apenas maiúsculas e também no tratamento de composição, uma vez mais



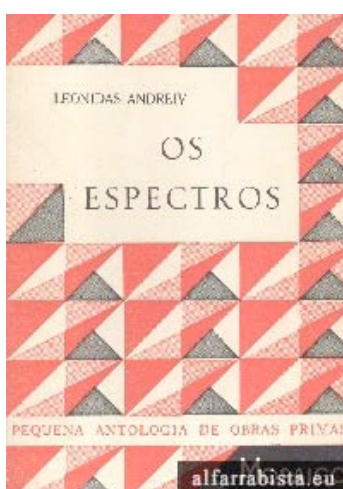
411.



412.



413.



414.

desigual, incoerente, algo descuidada, dando a impressão de que ficava à responsabilidade de quem quer que calhasse a composição.

Contudo, mesmo estas incongruências de compor com tipos serifados em capas de índole mais modernista não era um exclusivo português, menos ainda de Bernardo Marques. A absorção do modernismo não foi imediata nem 'limpa'. As influências absorvem-se frequentemente por insinuação, não totalmente consciente e, por isso mesmo, sujeitas a incongruências desta e de outra natureza.

Robin Fior (2005: 185) refere-se ao processo correspondente em Inglaterra de absorção do modernismo reparando que também lá «não aconteceu sem paradoxos». Apesar disso, ao comparar os dois países, ele distingue que em Inglaterra o processo se desenvolveu «sob um governo social democrata, o idealismo que prevaleceu entre a elite liberal reintroduziu os valores modernistas (...)» ou seja, que houve uma maior oficialização aprovada e apoiada pelo sistema, enquanto que em Portugal esse apoio esteve dependente do regime mas isolado na solitária figura de António Ferro.

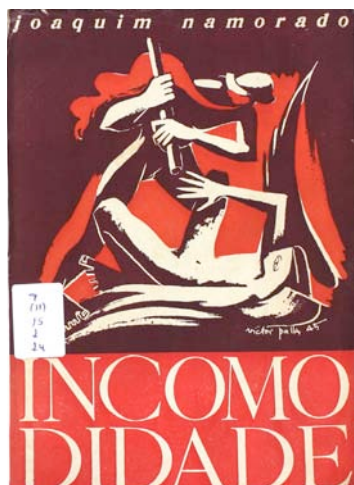
411. *A Boca Enorme*, de José Gomes Ferreira, s/d.

412. *A Mulher do Olhos Azuis*, de Maximo Gorki.

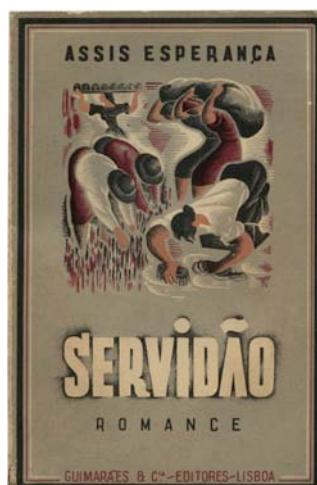
413. *Raquel*, de Erskine Caldwell, s/d.

414. *Os Espectro*, de Leonidas Andreiev, s/d.

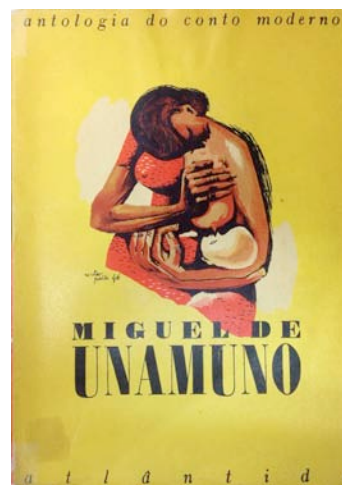




415.



416.

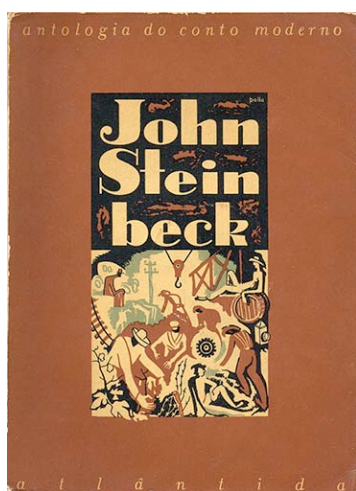


417.

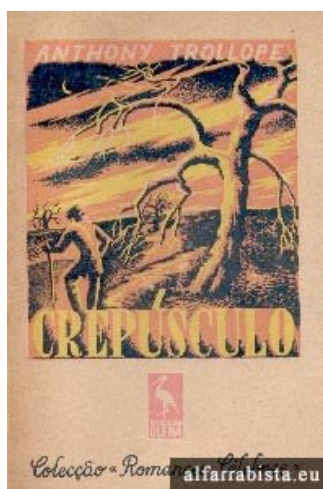
415. Capa de Victor Palla para *Incomodidade* de Joaquim Namorado. Coimbra, Atlântida, 1945.

416. Capa de Roberto Nobre para *Servidão*, de Assis Esperança. Guimarães Editora, 1946.

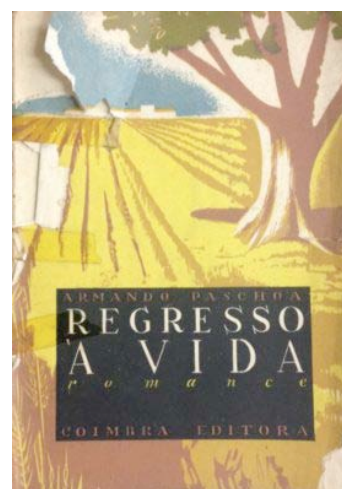
417 Palla para *Antologia do Conto Moderno — Miguel de Unamuno*. Coimbra, Atlântida, 1947.



418.



419.



420.

418. Capa de Victor Palla para *Antologia do Conto Moderno — John Steinbeck*, Coimbra, Atlântida, 1945.

419. Capa de Bernardo Marques para *Crepúsculo*, de Anthony Trollope. Gleba, s/d.

420. Capa de Victor Palla para *Regresso à Vida*, de Armando Páscoa. Coimbra Editora, 1945.

421. Capa de João Carlos para *Adão e Eva*, de Charles Oulmont. Lisboa, Edições Gleba, 1944.

422. Capa de Roberto Nobre, para *Os Homens do Mar*, de Victor Hugo. Lisboa, Guimarães & Ca., 1935.

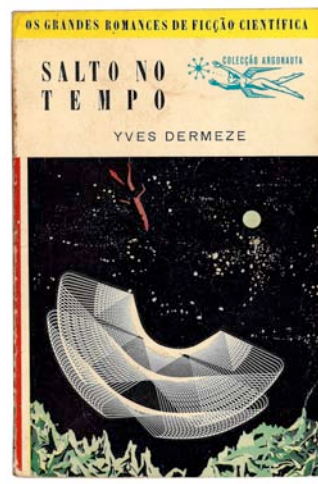
Apesar de isolado e de pertencer ao regime de Salazar, com toda a ambiguidade e comprometimento que daí adveem, António Ferro morreria em 1956 deixando atrás de si um importante trabalho, considerado por Vasco Rosa como «determinante (...) para a modernização estética do país e para a experimentação técnica dos nossos artistas-decoradores em grandes certames na Europa e nos EUA» (2016: 9). O Estado Novo, por intermédio dos artistas, apoderava-se assim da estética modernista para disfarçar, sob uma vaidosa e arejada capa de modernidade, a sua doutrina passadista e provinciana. Foi uma espécie de relação simbiótica em que ambas as partes, estado e artistas, tiravam vantagens e faziam algumas cedências. Contudo, a dependência desta primeira geração de artistas modernistas em relação ao estado foi, aos poucos, dando lugar a outros que se seguiram, já nos anos 60, que foram conquistando e realizando trabalho de aplicação comercial, mas também de crítica e de intervenção. No primeiro caso, com uma geração de artistas que se seguem a Bernardo Marques, embora lhe sejam ainda contemporâneos, e que recebiam



421.



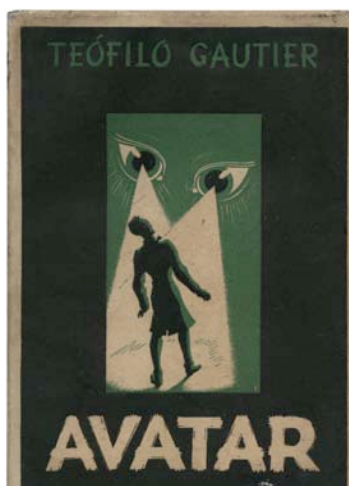
422.



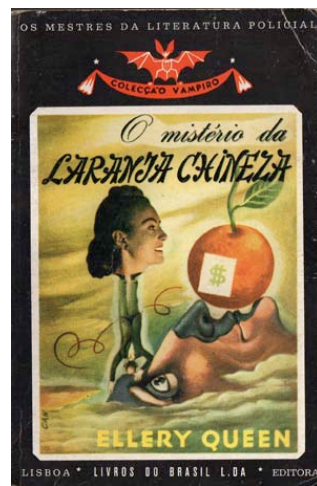
423.



424.



425.



426.



427.



428.

já encomendas de trabalho, fruto de uma recuperação económica nas décadas que se seguiram ao fim da guerra, fazendo-se sentir já «necessidades do design e das artes gráficas por parte da indústria e das empresas que aos poucos vão retirando ao estado o seu papel de único ou principal cliente do design moderno» (Bártolo, 2016:64-71).

No segundo caso, de expressão mais crítica e de contracultura, sobretudo nas vertentes neo-realista — mais politizada e socialmente orientada em apontar injustiças — e na surrealista — mais individualista e descomprometida. Assim o defende Vítor de Almeida (2009: 73):

«O neo realismo não reinvidicava para si uma imagem nova de Portugal; reconfigurava o país idílico proposto pelo Estado Novo, apresentando uma sociedade traumatizada por uma arquitectura social propícia a desigualdades e tornando mais explícitas as suas motivações ideológicas. Deste modo, o neo-realismo funcionou como contra poder, ao invés do surrealismo, que se constitui

423. Capa de Lima de Freitas para *Salto No Tempo*, de Yves Dermeze. Lisboa, Livros do Brasil, c.1955.

424. Capa de Cândido da Costa Pinto para *O Estranho Mundo de Kilsona*, de Festus Pragnell. Lisboa, Livros do Brasil, 1954.

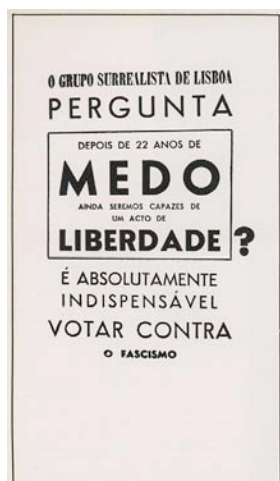
425. *Avatar*, de Teófilo Gautier. Editorial Enciclopédia, 1945.

Capas de Cândido da Costa Pinto para a *Coleção Vampiro*. Lisboa, Livros do Brasil.

426. *O Mistério da Laranja Chinesa*, de Ellery Queen 1985.

427. *A Morte da Canária*, de S. S. Van Dine. 1985.

428. *O Caso da Noiva Curiosa* de Erle Stanley Gardner., s/d.



429.



430.



431.

**Catálogo da Primeira Exposição do Grupo Surrealista de Lisboa,**

de Alexandre O'Neill, António Dacosta, António Pedro, Fernando Azevedo, João Moniz Pereira, José – Augusto França e Vespeira. Lisboa, 1949.

429. a 431. Capa original proibida pela censura (pensada como parte da campanha política de Norton de Matos), capa definitiva e página de rosto.

como uma proposta contracultural em relação ao Estado Novo e ao neo-realismo»

Tanto num caso como no outro temos capas de livro para ilustrar estes movimentos. No primeiro caso, são várias as capas de livros na obra gráfica de Victor Palla, detentoras da expressão neo-realista, cuja dureza e robustez das ilustrações e da perspectiva abordada tentava expor as duras condições de vida da população. Neste sentido não havia uma proposta de modernidade temática ou de assunto, pelo contrário, a intenção era precisamente denunciar o disfarce modernista que maquilhava as injustiças e os atrasos de um país que se mostrava moderno e próspero só para a fotografia. O neo-realismo foi uma denúncia, um combate visual politizado que punha o dedo na ferida. O surrealismo<sup>136</sup> era também contra ambos: contra 'o poder' e contra o próprio 'contra poder'.

### 3.1.3. APRENDIZAGEM: OFICIAL VS. OFICINAL

TAL COMO PROFISSIONALMENTE, também na academia de belas-artistas e nas escolas técnicas, os designers não surgiram de forma bem recortada e isolada das outras áreas de actividade e disciplinas que lhe eram — e são ainda — próximas. Como já referimos anteriormente, o design como profissão foi-se separando de várias outras, definindo-se, emancipando-se e especializando-se em paralelo com a evolução da arte, das técnicas e das tecnologias até encontrar com Dwiggins<sup>137</sup>, o seu nome actual — design gráfico. Isto é tanto verdade em

136 «No regresso da viagem que fez a Paris (1934–35) com o intuito de contactar com a realidade artística em França e, por via da centralidade da capital francesa, com a arte europeia, António Pedro dá início ao surrealismo português (...) em 1940» (Almeida, 2009: 73).

137 A autoria do termo Design Gráfico é atribuída a Dwiggins, num artigo que publicou em 1922, no *Boston Evening Post* com o título *New Kind of Printing Calls for New Design*, onde Dwiggins o usou para descrever as suas várias actividades de comunicação impressa, que incluíam o desenho de livros, a ilustração, a tipografia, o desenho de letras e a caligrafia. O uso do termo só viria a generalizar-se depois da Segunda Guerra Mundial (Heller, 1999: 86); (<http://www.historygraphicdesign.com>).

termos nacionais como internacionais. E se assim aconteceu com a sua prática, assim aconteceu também com o seu ensino e a sua aprendizagem. Apesar da primeira escola de design ter surgido em 1919 na Alemanha, com a Bauhaus, — resultado da fusão entre uma escola de belas-artes<sup>138</sup> e de uma de artes aplicadas<sup>139</sup> — e de outras se lhe terem seguido pela Europa, nomeadamente na Suíça, estas duas origens na formação da maioria dos designer manter-se-ia identificável e separada por bastante tempo. Sendo ainda nos anos 1950, segundo Andrews (2003: 22), vulgar que os conhecimentos de tipografia de um artista gráfico tivessem sido adquiridos nas oficinas de impressão e tipografias com compositores, impressores e editores e não na academia, através de professores.

Isto não acontecia exclusivamente em Portugal. Veja-se o testemunho do designer inglês Robert Marber, responsável pela célebre grelha<sup>140</sup> das capas dos livros da Penguin e da popular série de capas verdes de livros policiais. À pergunta<sup>141</sup> de ter ou não estudado tipografia durante a sua formação no Royal Colloge of Art, Marber responde que «Não. A única escola em Londres que ensinava tipografia era a London School of Printing», onde Marber diz «ter tido a primeira experiência com o que era a tipografia», e onde terá feito aprendizagens muito valiosas para quem estava a acabar a escola de artes Marber (2016: 77).

Na verdade, mais adiante na mesma entrevista, Marber faz referência a algo que é um forte indicador do importante papel que essa formação teve no seu trabalho de design de capas de livros, quando afirma ter usado sempre o mesmo tipo de letra em todas as capas da colecção de crime da *Penguin*. Era o tipo Akzidenz Grotesque que existia apenas numa tipografia em Inglaterra onde ele fez as capas, sempre com o mesmo compositor, que tinha já uma moldura-matriz a que daria algumas indicações sobre «como as linhas deveriam ser formadas» e de quem «recebia sempre uma prova de todas as capas» Marber (2016: 81).

O universo das letras é, uma vez mais, um aspecto significativo na determinação destas correntes, permitindo-nos obter diferenças e dividindo em duas origens a formação-base destes profissionais. Temos assim, dizia Marber (2016: 77), «os ilustradores e os pintores de letreiros, maioritariamente oriundos do mundo das Belas Artes», e a sua maioria teria abordado no seu curso académico o «desenho de letras e até heráldica», bem como experimentado gravura e, ainda que superficialmente, vários processos de impressão nomeadamente

138 Academia de Arte de Weimar.

139 Escola de Artes e Ofícios de Weimar.

140 A grelha criada por Romek Marber em 1961, para a colecção Crime dividia as capas em duas áreas distintas: a do topo (aproximadamente 2/7 da altura da capa) para os elementos textuais, e outra com os 5/7 restantes para a imagem. A grelha permitia o uso de imagens muito variadas sem comprometer a tipografia, que era sempre a Akzidenz Grotesk e seguia uma hierarquia e alinhamento muito consistentes, claros e reconhecíveis. A grelha foi mais tarde adoptada para as séries de ficção e para os livros *Pelican*.

141 Entrevista a Romek Marber «About Type and Education» (revista Eye 91, p.77).



432.

432. Capa com ilustração de Sarah Affonso para *A Menina Do Mar*, 1ª ed., de Sophia de Mello Breyner. Lisboa, Edições Ática, 1958.



433.

433. Capa de Maria Keil para *Histórias da Minha Rua*, de Maria Cecília Correia. Lisboa, Portugalíia, 1953.

a de «relevo, de entalhe e planográfica». Contudo não tinham conhecimentos nem domínio da tipografia, cuja aprendizagem era vivida e adquirida no terreno. Um pouco à semelhança das oficinas renascentistas, vivia-se uma aprendizagem feita pelo aprendiz a ‘ver fazer’ o mestre. Também talvez por esse motivo a tipografia era uma ‘disciplina’ que, «tal como a ilustração e as artes do livro», eram vistas como «aplicadas» ou, pior ainda, «manchadas pelo comercialismo», como referia Maria Keil (Fragoso, 2009: 537).

Nas Belas-Artes a aprendizagem em artes gráficas era inexistente. Os alunos cursavam pintura, arquitectura ou escultura e adquiriam conhecimentos em desenho desconhecendo por completo muitas das competências gráficas que precisariam para trabalhar, por exemplo, em capas de livros. Como exemplo, Fragoso (2005:114) refere o caso de Luís Filipe, aluno de Pintura das Belas Artes que recorda a «ausência, quase total, de escolaridade específica».

O testemunho de Maria Keil acerca da realidade do ensino artístico na academia portuguesa de 1930 vai ao encontro do de Andrews: «(...) O ensino naquela altura não era muito bom, o meio não era muito aberto, era muito clássico (...) E nós não éramos muito estimados pelos outros artistas porque aquilo não era considerado arte, era grafismo, uma coisa comercial. (...)» (Fragoso, 2009: 538).

Também Fernando Azevedo<sup>142</sup> (1986) sobre o ensino praticado entre 1930 a 1940, deixava um testemunho altamente negativo acerca das Belas-Artes, que então frequentava, afirmando que aí «mal se ensinava uma pobre pintura e as técnicas de decoração tinham que ser reinventadas ou aprendidas com os mestres dos ofícios nas oficinas da especialidade, quando as havia». Já sobre a Escola António Arroio foi menos crítico embora aponte falhas: «Havia a

142 Fernando Azevedo (1923–2002) foi «pintor, decorador, artista gráfico, ilustrador, músico, organizador e comissário de exposições de arte no País e no estrangeiro. Um dos fundadores do grupo surrealista de Lisboa, com quem expôs em 1949. Crítico de arte, consultor artístico da revista Colóquio-Artes e assessor da direcção do Serviço de Belas-Artes da Fundação Calouste Gulbenkian. Foi presidente de direcção da Sociedade Nacional de Belas-Artes e vice-presidente da Association Internationale des Critiques d’Art». (in *Artes Gráficas: o caminho percorrido* — Diário de Notícias / D.N. Cultura, de 30 de Março de 1986).

Escola António Arroio, é verdade. Mas, mesmo aí onde imperava um espírito imaginativo e democrático, o ensino das técnicas gráficas, por exemplo, não era extenso nem muito prático». Contudo termina admitindo que «no entanto de lá saíram muitos nomes significativos das artes gráficas, os nomes que vieram logo depois de alguns nomes grandes do modernismo português».

Mesmo três décadas mais tarde surgem referências à Academia francesa em termos semelhantes aos de Maria Keil referindo-se à portuguesa. É o caso de José Brandão, lembrando essa influência francesa sobre a portuguesa, e apontando as diferenças que observou na inglesa, onde estudou, na década de 1960, através de bolsas de estudo proporcionadas pela Fundação Calouste Gulbenkian (Fragoso, 2005: 120; Bártolo 2015:6). Ao abrigo deste financiamento foram vários os portugueses que estudaram design em Inglaterra: «os inglesados<sup>143</sup>». José Brandão foi um deles, lembrando esse período.

«França era o destino natural dos emigrantes e a Inglaterra era uma opção especial porque era o sítio mais desenvolvido na Europa nesta questão do design, embora também houvesse os países nórdicos e a Alemanha, mas aí estaríamos confrontados com uma aventura maior do ponto de vista linguístico. Só na nossa aula, que tinha 22 alunos, 5 eram portugueses (...)» (Fragoso, 2005: 472).

E mais adiante Brandão faz o seguinte paralelo:

«Eu ia para uma sociedade muito mais pragmática, com uma grande flexibilização, uma grande abertura, um grande pragmatismo e, ao mesmo tempo, níveis de resultados muitíssimo elevados. Havia uma consciência de cuidar do espaço e do meio ambiente: as ruas, os sinais de trânsito, as lojas, os objectos, os design centers, as revistas... As formas de a gente se exprimir não tinham de estar organizados nas setes artes, (...) tudo eram formas de expressão interessantes. Em França continuava-se a viver este espírito das artes menores, das artes maiores, querer arquivar esas coisas todas, estar muito arrumado» (Fragoso 2005: 121).

Já Munari, em 1971, se referia aos franceses e ao seu entendimento do design com ironia<sup>144</sup>:

<sup>143</sup> «(...)casos de Alda Rosa, Cristina Reis, Moura George, José Brandão, Jorge Pacheco e Victor da Silva, (...)» (Bartolo, 2015:6).

<sup>144</sup> Será por essa razão que ainda hoje é notada por alguns autores a grande ausência da França na histórias do design no período do pós-guerra? Segundo Heller (2006: 54), «(...) a evolução do grafismo do rococó ao pós-moderno é um caminho de inovação constante, apesar do período tardio do pós-guerra ser virtualmente ignorado nas histórias de design americanas e inglesas. Ainda que partes dessa história tenham aparecido em textos de língua inglesa — como a influência da tipografia e capas de livros experimentais de Robert Massin — fiquei felizmente surpreso ao tomar conhecimento da influência pioneira de Piere Faucheux na tipografia eclética». Também para o francês Philippe Apeloig (2000: 12) ainda hoje, em França se verifica uma necessidade de resultados práticos que é, talvez, a causadora da frequente e problemática opinião dos decisores de encomendas públicas francesas que, segundo este designer, consideram que os designers gráficos são prestadores de serviços, bons na execução, mais do que na criação.

«Trata-se de uma moda? De uma mudança do gosto? É mais do que isso, segundo os profetas do novo estilo este fenómeno é uma transformação profunda dos nossos costumes». Assim se escreve na imprensa autorizada onde nestes últimos anos se deu conta da existência do design, mas não se sabe como se há-de entendê-lo, não se sabe de que ponto de vista se há-de considerá-lo e, por excesso de cultura, nem sequer se sabe como se há-de pronunciar-lo. Procura-se sugerir ao leitor o modo de pronunciar esta horrível palavra estrangeira e aventam-se as seguintes hipóteses: «désigne», «désinegue», «désaigne», «disaigne», assim tal e qual» (Munari, 1990: 10).

E também Steven Heller<sup>145</sup>, muito depois, em 2006, se questiona porque é tão desconhecido e secundarizado o design francês?

«Para os franceses, a história do design gráfico fica atrás da da pintura, da escultura, do cinema, da cozinha e da costura. No entanto, os legados da publicidade e da tipografia franceses não são de modo algum insignificantes para uma ampla cultura popular. Na verdade, tiveram uma imensa influência na actividade comercial do início do século XX, particularmente na mudança dos EUA pós-victoriana para a modernidade que ocorreu no início da década de 1920. «Talvez porque tenha sido ofuscado pela atenção prestada no ensino ao modernismo *avant-garde* alemão, russo e holandês. Ou talvez porque, no pós-guerra, o grafismo francês era considerado menos influente sobre o mundo do que o design suíço (apesar do facto de que as principais famílias tipográficas internacionais, como a Univers, terem sido desenhadas em França) (Heller, 2006: 54).

A perspectiva francesa do ensino oficial, em particular na Academia das Belas-Artes, tendia a não querer modificar-se, repensar-se ou sequer questionar-se. Assim conclui também Frago:so:

Para o desenvolvimento deste novo conceito, refira-se a importante acção desenvolvida pelo pintor e arquitecto Frederico George: uma viagem aos EUA (1952) possibilitou-lhe o contacto directo com a metodologia do ensino de arquitectura nas universidades americanas, e sobretudo com personalidades como Walter Gropius e Mies Van der Rohe, despertando-o para a importância do design e da sua vocação abrangente e globalizante, à luz dos fundamentos da teo-

Para este designer este problema nasce de um outro que é a recusa ou esquecimento de se considerar os designers gráficos como profissionais com competências criativas próprias.

145 A propósito da publicação em inglês do livro *The story of Graphic Design in France*, de Michael Wlassikoff, Steven Heller questiona-se neste artigo da revista Eye.

ria e prática bauhausianos, conhecimentos que veio a transmitir a colaboradores e alunos entre os quais Daciano da Costa e Sena da Silva. No entanto a fraca disponibilidade académica para aceitar a novas pedagogia e metodologia da Bauhaus dificultou a difusão das novas ideias no meio oficial escolar. Paralelamente, a bibliografia francesa indicada nas escolas não revelava o programa e o conceito bauhausiano» (Fragoso, 2009: 143).

Esta era a realidade no universo da Escola de Belas-Artes, mas Margarida Fragoso refere outros aspectos com interesse para uma compreensão do contexto do ensino das artes e do design em Portugal, neste período. Um deles, caracterizado como «um acontecimento pedagógico importante» foi a criação<sup>146</sup> da Escola de Artes Decorativas António Arroio (Fragoso, 2009: 113). José Bártolo confirma lembrando que «nesse início de 1940, Frederico George inicia a sua actividade como professor da escola António Arroio. Aí introduz, de forma actualizada, o ensino do design, reforçado com a colaboração de Calvet de Magalhães e Daciano da Costa. A reforma de ensino das Belas-Artes só chega em 1957 e, de 1949 a 1950 são escolas como a António Arroio, em Lisboa e a Infante D. Henrique e a Soares dos Reis, no Porto, a assegurar um ensino técnico e artístico com consequência disciplinar do design» (Bártolo 2015: 5).

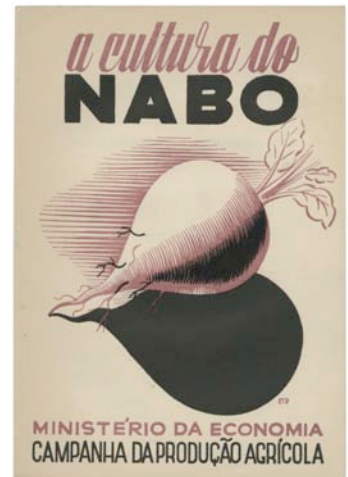
Caracterizada pelo seu ensino prático com pequenas turmas em ambiente de oficina, estas escolas assemelhavam-se às escolas do movimento *Arts & Crafts* e, mais tarde, da própria Bauhaus. Mais do que a transmissão de erudição valorizava-se a aprendizagem técnica prática que, segundo Fragoso, «era contrária à realidade que se verificava noutras instituições», tornando os alunos oriundos da António Arroio mais preparados para a realidade do trabalho de quem quizesse vir a exercer actividade em artes gráficas. O «curso de desenhador-litográfico ministrado pela escola», especifica Fragoso, «tinha no âmbito curricular conhecimentos de artes gráficas dirigidos para a publicidade e para a edição». Este terá sido o caso do capista António Garcia que lembra em entrevista que a escola era o local «por onde andaram quase todos estes indivíduos dessa época» (Fragoso, 2009: 114).

António Garcia é um desses exemplos. «Sou iletrado, não tenho formação académica», diz. Dá uma gargalhada e continua: «Nem sabe o que foi escrever três linhas (...) não tenho jeito» (Lito, 2915). Assim se apresentava António Garcia numa entrevista. Talvez seja exagero mas, na verdade, o percurso e a formação de António Garcia era o de muitos artistas seus contemporâneos. A entrada para o mundo do design em Portugal desta época podia ser feita, genericamente, de três formas: nas belas-artes, na escola técnica ou aprendendo com um mestre<sup>147</sup>. António Garcia frequentou a escola António Arroio. «Aos 13 anos já

<sup>146</sup> Surgida em 1934 «e vocacionada para o ensino artístico, ministrava cursos para a aprendizagem dos ofícios nas áreas da cerâmica, cantaria, cinzelagem, talha, desenho litográfico e labores femininos. Adquiridas estas competências facultava o acesso à escola de Belas Artes».

<sup>147</sup> Também Massin (...) agora, no fim da sua vida, reflecte sobre o que o ligou de forma tão íntima e profunda aos livros e às letras. E a explicação pode estar numa memória indelével do seu pai, um escultor e gravador. Certa manhã, tinha ele quatro anos, aquele mostrou-lhe uma placa de pedra na qual tinha





434-

434. Capa de ETP (Estúdio Técnico de Publicidade para *A Cultura do Nabo*. Lisboa, Ministério da Economia, 1942.

desenhava as separatas com construções de armar para o jornal *O Mosquito*», conta o amigo Paulo Parra. Aos 15, frequentava o curso de desenhador litógrafo na Escola Industrial António Arroio. Aos 17, entrou para o mercado de trabalho através de um anúncio. Procuravam ilustradores nos jornais, telefonou para o número indicado e do outro lado responderam: «Direcção-Geral dos Serviços Agrícolas.» António pensou tratar-se de um engano: um organismo estatal a colocar anúncios? Pediram-lhe que não desligasse, que aguardasse um momento. A proposta foi informal. «Você seria capaz de fazer umas coisas, umas perspectivas e tal? Então traga o estojo de desenho.» Lançou-se na carreira como desenhador do Ministério de Economia. Ao fim de um ano a criar cartazes sobre o milho, ou sobre tratamentos para o escaravelho da batata, o chefe percebeu o potencial que ele tinha e deixou-o fazer uns part-times, depois das 16h. Foi assim que começou a parceria com António Sena da Silva, outro pioneiro do design, para a empresa de baterias automóveis Autosil. «Fazíamos tudo, do mobiliário aos cartazes, porque eles também eram representantes de uns carros franceses» (Lito, 2014).

Contudo, uma década antes as coisas ainda não se passavam desta maneira. Relativamente a 1950 autores como Tostões e Bártolo referem uma realidade diferente que ia surgindo e fazendo a diferença. Tostões lembra um caso que será, talvez, a excepção que confirma regra. Diz esta autora que «ao longo da década de 50, a arquitectura do movimento moderno afirmou-se em Portugal (...). Simultaneamente, a obra de Keil do Amaral, no Metropolitano de Lisboa (1949-1958), constituiu uma das primeiras situações desenvolvidas em Portugal no quadro de uma 'corporate image'. Criou a imagem e a linha gráfica, desde o símbolo ao desenho de todos os (...) equipamentos (...) e mo-

traçado as letras do seu nome; depois deu-lhe um martelo e um cinzel para as mãos e disse-lhe: «faz como eu». Assim, a imitar o pai, aprendeu a gravar o seu próprio nome mesmo antes de o saber escrever. «Ele gravava muitas inscrições lapidares nos cemitérios, onde eu o acompanhava muitas vezes e onde ficava a vê-lo a escrever as letras antes de as gravar. E no seu ateliê, em casa, via-o a esculpir livros de mármore, abertos e decorados» (Marques, 2012).

biliário. A reivindicação do projecto global (...) e o empenho dos criadores na afirmação das potencialidades do design permitiu, na década seguinte, a afirmação do design como disciplina» (Tostões, 2000: 62). Segundo Baltazar:

«Durante este período, a economia portuguesa orientou-se para o despertar industrial promovido a partir dos Planos do Fomento que viabilizaram, entre os anos 50 e 70, e mesmo que de modo paulatino, a cooperação entre design, o mundo empresarial e a economia. Exemplos na afirmação nacional da actividade do designer enquanto processo de mediação entre a indústria, a economia, a educação e o quotidiano, foram Sena da Silva e Daciano da Costa. Enquanto discípulos no ateliê de Frederico George<sup>148</sup>, desenvolveram uma multiplicidade de capacidades projectuais entre o design, o debate e o ensino. A Sena da Silva e a António Garcia, este último também discípulo de Frederico George, é atribuído mérito pela sua contribuição para o desenvolvimento de uma cultura gráfica em Portugal, posterior ao modernismo, e cuja obra seminal foi a de Sebastião Rodrigues» (Baltazar, 2016:20–23).

As influências determinantes na formação e no trabalho destes designers são assumidas pelo próprio António Garcia. «Nos anos 60 estávamos muito radicalizados na escola de Ulm, em Tomás de Maldonado, por exemplo, na pedagogia da nova Bauhaus... (Fragoso, 2009: 472). Contudo, esta formação polivalente, pouco formal, construída pela influência de livros, revistas e teorias de escolas estrangeiras não era exclusivo destes gráficos portugueses. Também no resto da Europa e nos EUA alguns dos seus ainda hoje melhores designers de sempre tiveram uma formação em design algo errática e pouco definida.

Na Europa, dois curiosos exemplos vêm de Inglaterra e de França, respectivamente, durante e logo depois da Segunda Grande Guerra. O primeiro é o do alemão Berthold Wolpe, que deixou vastíssima obra nas capas de livros de editora inglesa *Faber and Faber*, e cuja formação, segundo Connolly (2009: xiii), passou tanto por ser aluno do calígrafo e tipógrafo alemão Rudolph Koch, como por ser aprendiz numa firma de trabalho em metal que incluía obras intrincadas em ouro, prata e cobre, bem como fundição, moldagem e gravura.

O segundo exemplo é o do célebre designer de capas da *Gallimard*, Robert Massin. Este aspirante não sucedido a crítico de teatro e jornalista entra na carreira de designer acidentalmente ao aceitar um trabalho na revista mensal de um clube literário, em que teve de aprender composição tipográfica numa oficina e, conforme refere Hollis, «à moda como uma geração inteira de tipógrafos e designers começou a aprender o ofício» (Hollis, 2012: 70).

Também nos Estados Unidos, Alvin Lustig, que Heller e Cohen dizem ter recebido uma «educação principalmente informal» e ter sido desenvolvida ou mesmo «incubada em isolamento», não foi por isso impedido de, mais tar-

de, ter lecionado design e ser considerado «à frente do seu tempo, apesar de enraizado na pedagogia da Bauhaus» (Heller; Cohen, 2010: 16).

Outro caso também norte americano é Paul Rand. Segundo Drew e Sternberger, o designer considerado o pioneiro americano, pai do design daquele país, não teve uma educação completamente formal. É sabido que era muito culto dominando assuntos que «podiam ir da pintura europeia modernista, arquitectura e publicações de design até textos filosóficos, históricos e políticos» (Drew; Sternberger, 2005: 54). A sua formação, embora rígida enquanto adolescente estudante de arte tradicional no Pratt Institute<sup>149</sup>, foi posteriormente complementada com ávidas leituras na *New York Public Library* sobre arte moderna, assim que era traduzida para as revistas «*Commercial Art*» e «*Gebrauchsgraphick*». Ainda de acordo com os mesmos autores, terá sido nessas revistas que Rand tomou conhecimento das teorias de designers europeus, como Lázló Moholy-Nagy e Jan Tschichold, e onde terá aprendido, através das teorias da Bauhaus, sobre as possibilidades de convívio entre as artes puras e as comerciais, e de como elas podiam «ser integradas eficazmente». Essa auto-formação terá certamente sido um contributo notável, uma vez que Rand é ainda hoje a maior referência no design norte-americano, autor do livro *Thoughts on Design*, publicado em 1946, quando Rand tinha 32 anos, e considerada uma bíblia do modernismo (Heller, 1999: 12). Acerca dele, o mesmo autor afirma que «foi o canal através do qual a arte e o design modernos europeus — Construtivismo russo, De Stijl holandês e a alemã Bauhaus — foram apresentadas à arte comercial americana».

As influências davam-se de modo transatlântico. Os americanos referem a importância dessas tendências e publicações europeias. Os portugueses, por seu lado, referem tanto as europeias da revista *Graphis*, como as dos americanos já processadas pelo seu lado menos sério que o original europeu, como é referido por Sebastião Rodrigues e Victor Palla acerca de Rand, Bass e Lustig. Diz Víctor de Almedia (2009: 79):

«Do outro lado do Oceano Atlântico uma geração de designers modernistas, dos quais faziam parte Ben Shahn, Paul Rand, Lester Ball, Alvin Lustig e Alexey Brodovitch, começou a ser observada com especial atenção pelos designers europeus, designadamente, por alguns portugueses, como Sebastião Rodrigues, Victor Palla e também António Garcia. O jogo da tipografia e das cores encenado pelo desenho impunha-se face aos revivalismos europeus do pós guerra e ao conforto estilístico do racionalismo da tipografia suíça».

<sup>149</sup> Formado em Nova York no Instituto Pratt, Rand (1914-1996) tornou-se director de arte da revista *Esquire* em 1935. Apesar da escassa oferta de educação formal, naquela época, em Nova Iorque, em estilos de design gráfico modernos — estranhamente Rand frequentou uma aula nos anos da década de 1930 com o artista dada emigrante alemão George Grosz. (...) Durante o pós-guerra nos EUA, até a arte revolucionária dos dadaístas era domesticada, a sua mensagem política deflectida a favor de uma recém-descoberta preocupação com suas características formais e artísticas. (...) Rand criou um estilo visual que capta perfeitamente o novo e seguro dada — mais acerca da diversão despreocupada do que sobre a política revolucionária» (Eskilon, 2012: 310).

A não formação em design de modo formal e especializado não foi impeditiva para que certos indivíduos fizessem trabalho notável que marcou a história e o panorama gráfico em ambos os países.

Nos EUA existiam já certas instituições como o AIGA que, de alguma maneira, institucionalizavam, ainda que por intermédio das artes gráficas, o design. O AIGA nasce em 1914 e, como já referimos anteriormente, também designers europeus, emigrados, na Segunda Grande Guerra, para os Estados Unidos criaram e reproduziram escolas como a Bauhaus, por Mehemed Fehmy Agha, em Chigago.

No caso Português, a formalização e divulgação do design e do seu ensino começa a acontecer já na passagem da década de 60 para a de 70, quando «são criadas duas escolas de design (IADE e AR.CO), são organizadas duas exposições de design português (1971 e 1973), multiplicam-se os cursos de design e comunicação visual na Sociedade Nacional de Belas-Artes, sucedem-se simpósios e conferências, multiplica-se a criação de novos ateliês de design, aumenta a produção teórica com publicação regular de artigos em catálogos, revistas e jornais<sup>150</sup> (Bártolo, 2015:6).

Mas antes desta aceitação social do design, a sua prática em ateliês e agências de publicidade era a escola possível. Previamente a esse surgimento, a realidade era de uma grande distância entre as artes puras e as aplicadas. Leiam-se as palavras de Maria Keil, em entrevista, onde a artista lembra: «(...) aprendíamos uns com os outros, sobretudo naquele grupo do Fred Kradolfer, do José Rocha, muitos foram meus mestres. (...) De facto, a chegada do Kradolfer foi uma coisa linda. Ele trazia ideias novas e ensinou-nos a gostar do grafismo que era uma coisa desprezível» (Fragoso, 2009: 537). Essas agências de publicidade onde se projectavam marcas, montras, rótulos ou cartazes eram também espaços de experimentação e aprendizagem, uma vez que os artistas se deparavam com o resultado prático e reproduzível, o trabalho final, vindo

150 «As escolas artísticas começaram por ser as primeiras a sistematizar os conhecimentos práticos e teóricos necessários à actividade de design. A educação em design seguia o sistema de reprodutibilidade assente em 'quem sabe fazer, sabe ensinar'. Desse modo, reflectia e transmitia as condições sociais da actividade profissional, além de perpetuar o poder que os indivíduos e as corporações detinham.

Em Portugal, no período que abrange este estudo, o Estado Novo nunca se mostrou receptivo à ideia de uma educação em design que ultrapassasse as necessidades do ensino técnico-profissional, ministrado nas escolas de artes aplicadas. À medida que a institucionalização do design se processava, já em regime democrático, o estado ponderava a possibilidade da educação em design integrar o ensino superior. O processo iniciou-se em 1974, com a integração provisória dos cursos de design nas escolas de belas artes, seguida do seu reconhecimento em 1983, assim como da aprovação dos planos de estudo dos cursos em 1984. A inclusão oficial na Universidade das escolas de Belas-Artes de Lisboa e do Porto ocorreu apenas em 1992 e 1994, respectivamente.

Na emergência do estado moderno, na década de 1960, era expectável que o sistema de ensino superior, por via da necessidade de recursos humanos, fosse receptivo à criação de cursos de design. No entanto, as universidades, que se encontravam num processo de mudança de identidade passando, segundo Magalhães (2006), a ser epitetada de moderna, não alteraram os seus percursos no sentido de integrarem outras áreas de conhecimento, nomeadamente aquelas que se relacionavam com o advento de uma sociedade de consumo. Vários factores estão na origem deste procedimento: o primeiro, reporta-se ao facto do país, apesar de as alterações políticas profundas ocorridas, não registar oscilações significativas nas relações de poder entre o estado e a universidade; o segundo, decorre do facto de a «indústria da época se basear sobretudo no trabalho e não, primariamente, no conhecimento», e o terceiro remete-nos para o prevalência de uma concepção de ensino universitário dominado pela razão científica e técnica» (Almeida, 2009: 59).

das gráficas e nem sempre de acordo com as suas expectativas. «Havia muitos trabalhos que não saíam bem»<sup>151</sup>, continua mais adiante Maria Keil, «as reproduções não eram perfeitas. Fazíamos os desenhos e depois não ficavam como nós os tínhamos criado. Ah! Eu tive uns certos desgostos com isso» (Fragoso, 2009:540). E também Victor Palla se queixava, tanto da falta de materiais:

«Decidimos por volumes grandes, vistosos, coloridos, brilhantes. Mas estávamos no fim da guerra. Eu queria cartolina couché. Não havia. Ou havia pouca e era para outras coisas. Ainda hoje não sei para quê. Envernizam-se disse eu. Envernizar cartolina? Ficam todas amarelas. E pegam-se umas às outras. Experimentámos. Pegavam-se. Um excelente artista, o Sr. Sousa, que fabricava artesanalmente vernizes, acabou por arranjar um que não pegava. A litografia teve medo de experimentar. Experimentou. Pegavam-se. Mas esperando 4 dias que secassem, não se pegavam. As cores que eu queria não havia. Faltavam tintas. E saíam muito caras. Imprimia-as às quatro. As cores eram as mesmas e mudavam-se de umas para as outras. E em tudo o resto havia problemas» (Palla, 1986: 46).

Do mesmo modo, na abordagem aos trabalhos por parte de alguns profissionais:

«Uma vez meteram-me sombras tracejadas, péssimas, num desenho, à pena. «Ah, não queria? Podia ter dito.» Outra compuseram-me um prefácio em redondo em vez de itálico. «Ah não queria?» Era a história do homem que mandou fazer um casaco e, quando foi busca-lo, viu que tinha 3 mangas. E o alfaiate: «Ah não queria? Podia ter dito!» (Palla, 1986: 46).

Contudo, ao longo do tempo as técnicas de impressão ao dispor dos capistas foram evoluindo dos processos mecânicos, como o tipográfico, feito através de tipos de madeira ou chumbo para compor o texto, e de placas de zinco ou pedras litográficas para desenhar as imagens, para processos fotográficos como o *off-set* que veio permitir, através da fotocomposição, trabalhar texto e imagem simultaneamente num mesmo plano de impressão. Este aspecto foi de grande importância para o esbater das fronteiras que tanto separa-

151 «A capa da *Noite* não saiu como se esperava. Faltam na figura certos pormenores que a impressão borrou. O Correia estava ausente e, apesar de todas as recomendações que fez antes de partir, o trabalho não saiu como devia. Mesmo assim, é uma capa de efeito, com todas as condições para 'matar o peão à passagem', como se diria em linguagem de xadrez» (Saramago, 2010: 22).

O catálogo da exposição Arte Britânica no Séc. XX promovido pelo British Council e que fez itinerância na fundação em 1962, ilustra o que João Abel Manta quis dizer quando recordou «uma certa dignidade britânica na maioria das suas obras para a Fundação Calouste Gulbenkian, na sequência da ruptura tipográfica da Cartilha do Marialva de 1960. Na verdade, é mais do que uma questão de dignidade: é um avanço notável no design de livros modernos em Portugal, apesar de nem todos os problemas identificados terem ficado resolvidos. (...) Os impressores e encadernadores do catálogo foram os distintos litógrafos L. Henry Gris Lda., para quem Rodrigues tinha desenhado um cartão de Natal em 1959, mas a qualidade das provas de reprodução era pobre, não por falta de papel estucado adequado, mas sim por falta de investimento em novas prensas e matrizes, bem como por falta de manutenção do equipamento existente. Neste período era difícil encontrar uma casa de impressão com qualidade que reunisse internamente boas condições de composição, impressão tipográfica e reprodução de cores, algo que só passaria a conseguir-se mais tarde nessa década (Robin Fior).

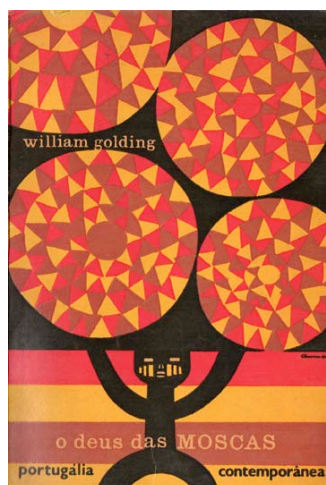
vam litógrafos e gravadores de tipógrafos. A junção das duas é, em boa parte, a matéria e a razão de ser do designer, nem tipógrafo nem artista, mas sim os dois, algures no meio.

#### 3.1.4. ILUSTRAÇÃO, TIPOGRAFIA, FOTOGRAFIA.

Se ainda hoje nem sempre é o designer que goza do reconhecimento social de ser o profissional com conhecimentos de tipografia, menos ainda o era na geração em estudo, em que estes profissionais eram mais associados ao desenho e à ilustração. Veja-se este depoimento de Luís Filipe (*in* Fragoso, 2010: 448): «(...) A gravura em zinco era a coisa mais simples: é uma chapa com desenho perfeitamente recortado. No início da minha actividade as capas dos livros eram, muitas vezes, para o zinco, duas ou três cores, para o zinco e não mais do que isso». Esse pouco domínio tipográfico, de que muitos capistas sofriam, era frequentemente contornada através do desenho das letras no título do livro e no nome do autor, permitindo assim o desenho completo da capa pelo mesma mão, sem necessidade de recorrer a terceiros. Mas essas letras desenhadas ou caligrafadas frequentemente careciam de qualidade mínima e mostravam também aqui ausência de treino e educação. São, entre outras, notáveis excepções as capas de Victor Palla.

Com o tempo, a fronteira que se fazia sentir vai-se esbatendo e os capistas, à medida que vão acompanhando outros pares, começam, aos poucos, por vezes por tentativa e erro, a despertar para os domínios da tipografia. «Os trabalhos dos principais capistas acentuam uma expressividade plástica, gráfica, obtida pelo crescente recurso à colagem, com a presença recorrente de elementos geométricos e de pormenores fotográficos, e a utilização crescente de soluções tipográficas, em detrimento do *lettering* manual, muito experimentado nas décadas anteriores. São notáveis as capas de Sebastião Rodrigues mas também de Victor Palla, de Câmara Leme e António Dias, para a Portugália, trabalhando sobre a mesma grelha, essencialmente tipográfica, que se mantém de título para título apenas com a variação cromática tipográfica» (Bártolo, 2016: 67).

Existem, sem dúvida, alguns exemplos de boa conjugação e articulação imagem/tipografia, contudo, talvez com excepção de Victor Palla, e de uma grande maioria de casos de Sebastião Rodrigues, muitas capas foram criadas com grande desperdício da tipografia enquanto ingrediente frutuoso para o design, para além de reproduzir os textos. Câmara Leme, por exemplo, tem numerosos trabalhos em que a capa é, na essência, apenas ilustração, e pouco mais. O texto, em tipografia inodora e inexpressiva sujeita-se ao reduzido espaço que a ilustração não precisou de ocupar. Vejam-se as imagens de capas de Câmara Leme (pag.295). A capa é, na essência, a ilustração. O título e o nome do autor são claramente informação que entra 'onde couber', ou quase. Os tipos de letra escolhidos não parecem ter intenção ou serem uma escolha cuidadosa e carregada de significado visual. O mesmo para o tratamento dado ao texto, o partir das linhas, quando as há, a divisão minúsculas e maiúsculas, a entreli-



435.



436.

435. Capa de João da Câmara Leme para *O Deus das Moscas*, de William Golding. Lisboa, Portugália, s.d.

436. Capa de João da Câmara Leme para *O Barão*, de Branquinho da Fonseca. Lisboa, Portugália, 1962.

437. Capa de *L'Étranger*, de Albert Camus. Paris, Gallimard NRF, 1942.

438. Capa de *Zazie dans le Métro*, de Raymond Queneau. Paris, Gallimard/NRF, 1959.

439. Capa de Stanley Morison para *Russia Reported*, de Walter Durantí. Londres, Gollancz, c. 1930.

440. Capa de Stanley

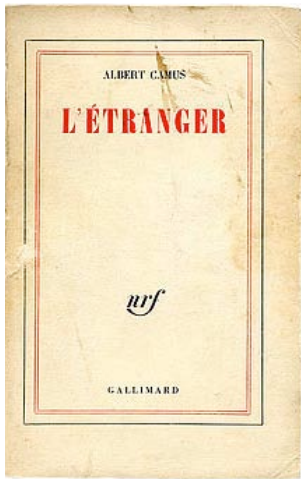
nha, o espaçamento, acertos de  *Kerning*, a escala e o contraste. Tudo isto indica que o texto entrou em segundo plano; fazer a capa, significava sobretudo criar a ilustração. A tipografia, nesta fase, só muito raramente era o ponto de partida, ou usada expressiva ou criativamente, sendo, quando muito, usada de forma incipiente, algo ingénua. O que indica que não era ainda sequer considerada ou reconhecida enquanto ferramenta que importava dominar.

Segundo Steven Heller (1999: 106) no final dos anos 40 havia basicamente dois métodos para desenhar uma sobrecapa: moderna ou caligráfica. A primeira era simplificada, a segunda, confusa. Nesta divisão de Heller enquadraram-se capas norte-americanas, mas também europeias. O caso português parece-nos ter diferenças significativas. Nos EUA as capas em papel, ou sobrecapas, eram tradicionalmente ilustradas recorrendo a letras desenhadas para acompanhar os desenhos e carregar os textos. Era uma estética próxima da publicitária, muito vista em anúncios de revistas onde as ilustrações eram figurativas e sem margem para segundas interpretações. Por contraste, a alternativa modernista europeia, exclusivamente tipográfica, podia parecer muito austera, simplificada e redutora.

Para Godfrey (2012: 62) as razões para se optar por uma capa tipográfica podem ser muitas. Uma delas é por se tornar «uma forma simples de organizar visualmente uma impressão ou uma determinada colecção». Na Europa, países como a Alemanha, a Inglaterra e a França gozavam de uma tradição de capas tipográficas, já mesmo depois do surgimento dos livros de capa mole. As capas de livros das editoras *Albatross*, *Penguin*, *Gollancz*<sup>152</sup> e *Gallimard*<sup>153</sup> são exemplos

152 «Stanley Morison tornou-se um diretor de Gollancz em 1928 e foi conselheiro para as questões de design durante os dez anos seguintes. O seu legado de capas em papel amarelo com tipografia a preto, vermelho e magenta manteve-se durante décadas. As letras e espas de grande formato aplicadas nos títulos eram radicais na época, especialmente quando usadas com a então nova família tipográfica Gill Sans. Tais apelos descarados à atenção são agora norma na arte dos livros de bolso massificados» (Godfrey, 2012: 63).

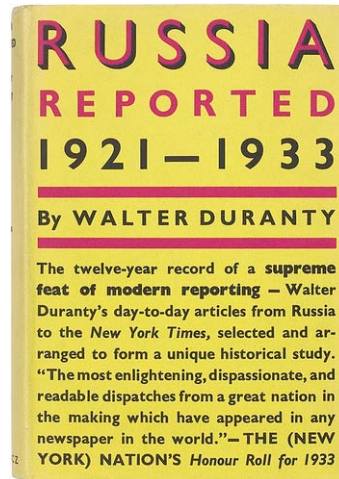
153 «A tradição continuou século XX adentro, em particular nas edições em língua não inglesa — a casa parisiense Gallimard ainda publica a sua Colecção Blanche de literatura clássica francesa com uma capa que quase não sofreu alterações desde que foi apresentada em 1911 pela impressora Bruges Verbeke:



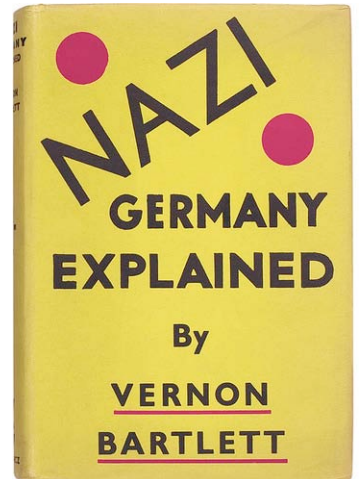
437.



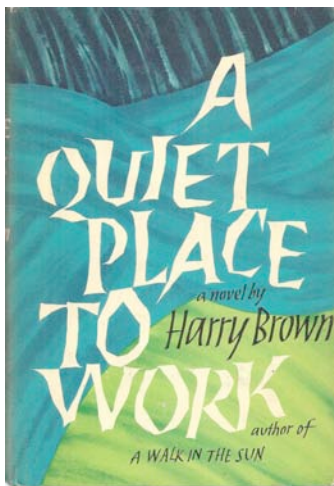
438.



439.



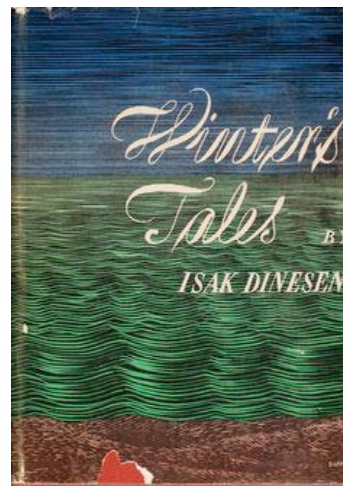
440.



441.



442.



443.



444.

icónicos de extensas colecções que nunca precisaram de elementos pictóricos — à parte a marca da editor — para conquistarem a atenção do público. Aliás, mais do que isso, pois para além da atenção elas conquistaram o seu reconhecimento, reforçado em cada livro editado. As letras eram suficientes para se criarem capas que funcionavam bem, garantiam uma imagem de marca através da composição tipográfica por si só, quer esta fosse ordenada e repetida como nas capas da Penguin<sup>154</sup> quer fosse desordenada e avulsa, como nas da Gollancz<sup>155</sup>.

nome de autor a preto e texto de título a vermelho composto em Didot, centrados sobre um papel de tom marfim e enquadrados numa cercadura vermelha e preta»(Godfrey, 2012: 62).

154 Como Young fez nas capas originais para a Penguin. Pode satisfazer o sentido inato para a disciplina do designer - com a óbvia exceção das sobrecapas em estilo de cartaz de Stanley Morison para Gollancz, que foram injustamente considerados dramáticos por alguns profissionais do meio» (Godfrey, 2012: 62).

Morison para *Nazi German Explained*, de Vernon Bartlett. Londres, Gollancz, c. 1930.

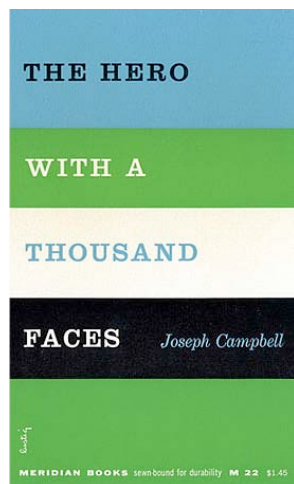
442. George Salter, para *The Tower of Babel*, de Elias Canetti. Nova Iorque, Knopf, 1947.

441. Capa de George Salter, para *A Quiet Place to Work*, de Harry Brown. Nova Iorque, Knopf, 1968.

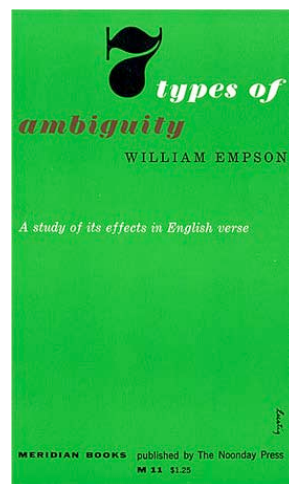
443. Capa de George Salter, para *Winter's Tales*, de Isak Dinesen. Nova Iorque, Random House, 1957.

444. George Salter para *This Gun for Hire*, de Graham Greene. Nova Iorque, Doubleday, 1957.

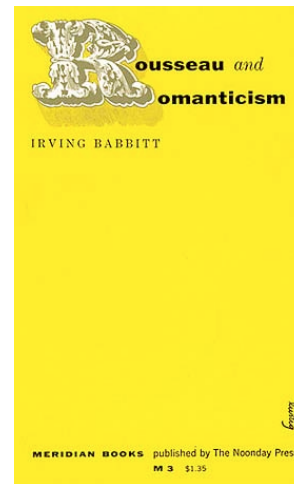




445.



446.



447.

445. Capa de Alvin Lustig para *The Hero With a Thousand Faces*, de Joseph Campbell. Nova Iorque, New Directions, 1955.

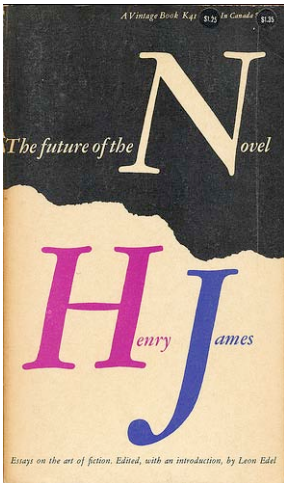
446. Capa de Alvin Lustig para *7 Types of Ambiguity*, de William Empson. Nova Iorque, New Directions, 1955.

447. Capa de Alvin Lustig para *Rousseau and Romanticism*, de Irving Babbitt. Nova Iorque, New Directions, 1955.

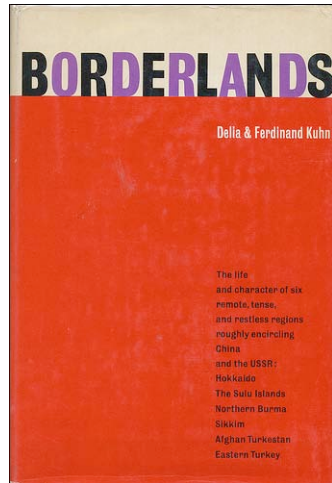
Nos EUA, apesar de exemplos como o de Dwiggins, o habitual era diferente. A grande maioria das capas de livros recorria à ilustração figurativa, detalhada e óbvia, e mesmo quando já se tratava de capas de imagens abstractas ou semi figurativas, em termos de texto, era vulgar o recurso às letras desenhadas. Um forte exemplo desta abordagem são as capas desenhadas pelo alemão George Salter que «nos anos 30 do século xx desenvolveu trabalho inovador no país de origem (...), mas nos Estados Unidos, durante o final dos anos 40 e os anos 50, ficou conhecido pelo estilo caligráfico que era exemplo de uma escola amaneirada de compor letras desenhadas» (Heller, 1999: 106).

As capas dos livros não andavam longe da estética de qualquer outro artigo comercial ou anúncio de revista, o que fazia, de certa forma, sentido uma vez que nos EUA, «os livros eram frequentemente expostos e vendidos lado a lado com revistas e tinham por isso de competir directamente com elas» (Baines, 2005: 41). No comentário do criador da *Meridien Books*, Arthur Cohen, referindo-se ao design das capas da *Penguin*, transparece bem a diferença de pontos de vista no que toca ao aspecto visual dos livros, ao considerar que este «simples e muitas vezes dolorosamente enfadonho design» tinha uma virtude: « todos que conseguem ver e ler, sabem que duas faixas de cor intersectadas por uma área branca contendo o título e autor significa *Penguin*» (Heller, 2003: 7). Curiosamente, mais tarde, pela mão de Lustig — que tantas capas desenhou para este mesmo editor — também nos EUA se editariam livros cujas capas eram ‘apenas’ tipográficas<sup>156</sup>. Aliás, a conhecida série de capas que desenhou para a

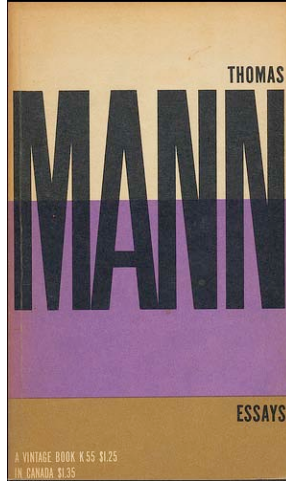
156 Sobre o interesse de Alvin Lustig por tipografia europeia, Heller e Cohen lembram que «as capas criadas entre 1952 e 1955, fugiam tanto à estética tradicional como à estética Moderna. Serviram como sinalizadores da direção que a abordagem geral de design de Lustig tomara. À época, os designers norte-americanos viviam obcecados com a introdução de novos tipos na Europa, não apenas com as modernas serifas, mas também com novas gravações de tipos góticos e egípcios antigos, que eram difíceis de obter nos EUA. Lustig tinha um gosto eclético no que dizia respeito à tipografia. Ele encomendou livros de espécimes da Inglaterra e da Alemanha, que fotografava, recombinava ou redesenhava mesmo as famílias tipográficas. Estas fontes formavam a base para composições ecléticas. Ele também se interessou e, em certa medida adotou, a abordagem suíça mais fria (e mais neutra) que resultou no ar mais silencioso da linha Noonday, que não tinha o mesmo visual que a linha Meridional» (Heller, Cohen, 2010: 112).



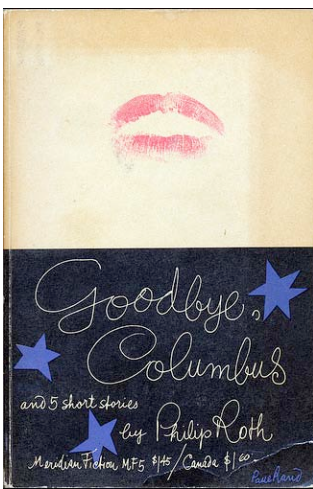
448.



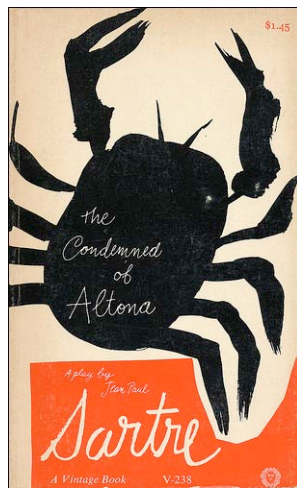
449.



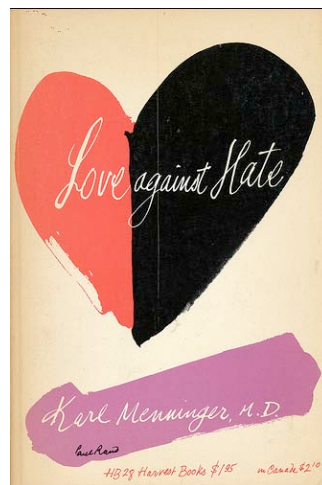
450.



451.



452.



453.

450. Capa de Paul Rand para **Thomas Mann Essays**. Nova lorque, Vintage, 1958.

451. Capa de Paul Rand para **Goodbye, Columbus and 5 Short Stories**, de Philip Roth. Nova lorque, Meridien, 1959.

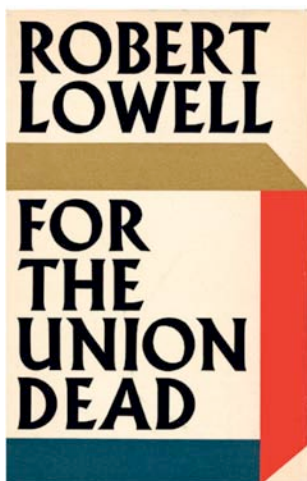
452. Capa de Paul Rand para **The Condemn of Altona**, de Jean Paul Sartre. Nova lorque, Vintage, 1963.

453. Capa de Paul Rand para **Love Against Hate**, de Karl Menninger. Nova lorque, Harvest Books, 1959.

Meridien Books foi salientada por diferentes autores. Segundo Heller e Cohen (2010: 115) a colecção «mais consistente e radical», nos quais a tipografia tinham um papel «autosuficiente para desenhar capas, onde contrastes subtis de tipos de diferentes tamanhos, pesos e cores eram tudo o que Lustig necessitava» para responder ao programa, enquanto desafiava o que era a norma visual americana da época, numa indústria habitualmente mais «propensa a tralha e confusão [visual]». Ainda segundo estes autores, a opção de Lustig em usar apenas tipografia nesta colecção justificava-se por ela ser composta por textos mais ligados às ideias e ao pensamento — como a filosofia — do que a um universo mais visual — como a ficção. A sua ideia foi, portanto, simbolizar essa diferença por uma distinção também visual e de conteúdo gráfico. Ou seja, a tipografia e as letras em representação visual— e não apenas verbal — do pensamento e das ideias. É uma concepção inovadora, sobretudo se considerarmos que se trata do universo norte americano nada habituado a minimalismos e a economias visuais. Também Drew e Sternberg (2005: 53) salientaram o contraciclo de

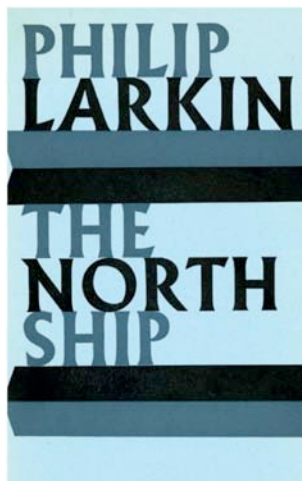
448. Capa de Paul Rand para **The Future of the Novel**, de Henry James. Nova lorque, Vintage, 1956.

449. Capa de Paul Rand para **Borderlands**, de Delia & Ferdinand Kuhn. Nova lorque, Knopf, 1962.



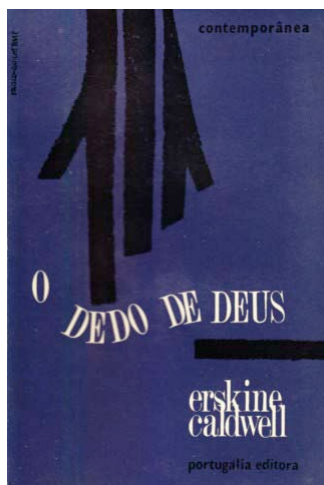
454.

454. Capa de Berthold Wolpe, para *For the Union Dead*, de Robert Lowell. Londres, Faber & Faber, 1964.



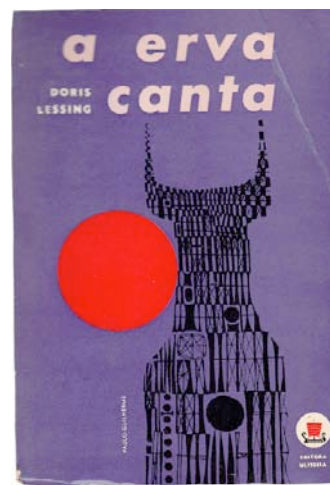
455.

455. Capa de Berthold Wolpe, para *The North Ship*, de Philip Larkin. Londres, Faber & Faber, 1966.



456.

456. Capa de Paulo Guilherme para *O Dedo de Deus*, de Erskine Caldwell. Lisboa, Portugalia, 1960.



457.

457. Capa de Paulo Guilherme para *A Erva Canta* de Doris Lessing. Lisboa, Ullisseia, 1964.

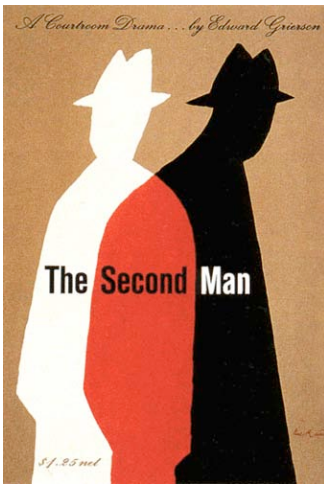
Lustig com esta colecção. Lustig tratava de forma variada recursos diferentes como « ilustração, fotografia e até formas biomórficas de arte moderna», mas nesta colecção terá conseguido juntar a arte ao design, pois recorrendo a um elemento claramente só pertencente ao design, ele conseguiu trabalhá-lo e aplicar-lhe princípios da arte, nomeadamente, «rigor formal e conceptual».

Ainda nos EUA, mas com Rand, a abordagem era também diferente; Modernismo sim, mas não frio, letras feitas à mão sim, mas não desenhadas, das quais aliás fazia questão de se demarcar: «nunca fiz caligrafia... mas escrita à mão é uma coisa completamente diferente», considerando que para ele era mais uma componente da auto-suficiência e da disciplina modernista (Heller, 1999: 106).

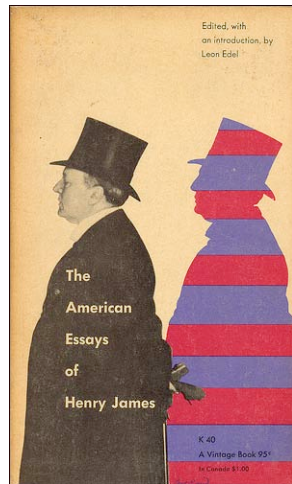
Também na inglesa *Faber and Faber* o designer residente, Wolpe<sup>157</sup>, teve um trabalho definitivo na parte tipográfica usando intensivamente o tipo de letra *Albertus* criado por ele próprio, e que, pelo intensivo uso, se tornou na letra imediatamente reconhecível, e os livros em que surgia como sendo publicados pela *Faber*, «o que deixava os representantes das vendas 'doentes': queixavam-se de que todos os livros *Faber* estavam a ficar iguais» não percebendo que a intenção de «Wolpe era fazer de todos e de cada título, único, mantendo-se, no entanto, claramente a identificação com a *Faber and Faber*» (Connolly, 2009: xvi).

O que se nota como definitiva diferença para Portugal é que não parece ter existido, no nosso país, a figura de director de arte que, com base nos seus conhecimentos de tipografia, poderia fazer-se valer na criação das próprias fontes — como Wolpe ou Tschichold — ou na sua requintada escolha e utilização — como Lustig ou Rand. No nosso país, para a criação de colecções de livros, mesmo quando existia a figura de um director de arte como, por exemplo, Bernardo Marques na *Livros do Brasil*, não era com certeza o mais habitual

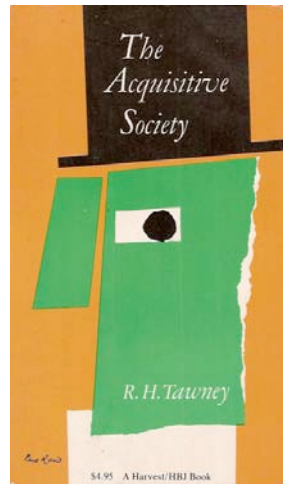
157 «Berthold Wolpe entrou para a Faber & Faber, em 1941, como o designer residente de sobrecapas» (Connolly, 2009: xv).



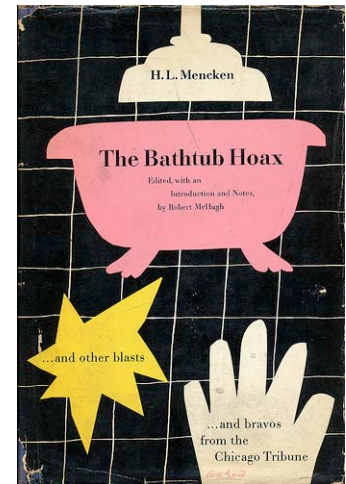
458.



459.



460.



461.

nem a norma contratar um tipógrafo, mas sim um artista, para ‘fazer o boneco’. As letras podiam ser também desenhadas pelo artista, que, por vezes, pouco sabia disso, ou então eram acrescentadas na gráfica com escolha do artista, ou mesmo do compositor. Isto é perceptível em capas portuguesas nas quais se percebe alguma descoordenação entre tipografia e ilustração.

Vimos assim que as letras, sejam desenhadas, tipografadas, recortadas ou caligrafadas, podem ser significativas da atenção investida, do grau de educação e da qualidade de um designer. São vários e bem distintos os seus usos com resultados superiores, visíveis ao longo de algumas obras de vários designers. Tipografia em exclusivo, em Morris, para a *Golanz*, tipografadas e ilustradas, por Wolpe, para a *Faber*; tipografia por Tschichold, para a *Penguin*, seleccionadas e requintadamente aplicadas e, por vezes, acompanhadas de ilustrações por Lustig, para a *New Directions*, escritas pela mão brincalhona e rápida de Rand, para a *Knopf*, ou desenhadas por Salter, para a *Knopf*; os exemplo são diversos.

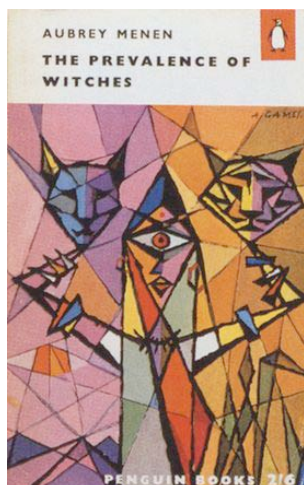
No que toca à ilustração é interessante reflectir um pouco acerca do recurso à sua utilização, uma vez que nos parece que, ainda que por razões diferentes, a sua utilização é fonte de alguma divisão em duas facções. Aparentemente, por diferentes motivos, portugueses e americanos estavam emparelhados no uso de ilustração nas capas de livros — e também em publicidade, cartazes, etc. um pouco em contraciclo com os modernistas europeus originais, defensores de soluções económicas e puras, e que desencorajavam o recurso à ilustração. Em Portugal era frequente o recurso à ilustração no desenho de capas de livros porque essa era uma competência forte da formação base dos seus capistas, frequentemente detentores de formação académica em pintura, escultura ou arquitectura. Também nos EUA o recurso à ilustração não desapareceu com o modernismo, mas foi alterado o seu tratamento, reduzido o seu pormenor e detalhes, cada vez mais simplificados, abstratizantes e depurados. Veja-se, para dar apenas dois exemplos, os casos de Paul Rand e de Saul Bass. Tendo os EUA uma tão forte herança na ilustração, não foi de forma absoluta que os seus modernistas a puseram de parte e fizeram por absorvê-la e integrá-la

458. Capa de Paul Rand para *The Second Man*, de Edward Grieron. Nova Iorque, Knopf, 1956.

459. Capa de Paul Rand para *The American Essays of Henry James*, Nova Iorque, Vintage, 1956.

460. Capa de Paul Rand para *The Acquisitive Society*. Nova Iorque, Harvest, 1955.

461. Capa de Paul Rand para *The Bathtub Hoax*, de H. L. Mencken. Nova Iorque, Knopf, 1958.



462.



463.

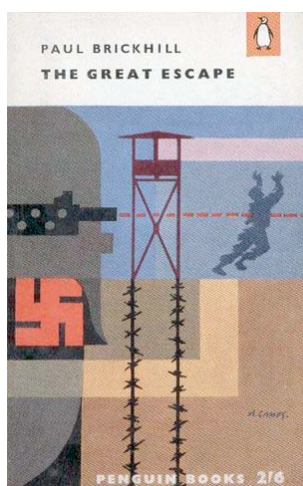
462. Capa de Abraham Games para *The Prevalence of Witches*, de Aubrey Menen. Londres, Penguin, 1957.

463. Capa de Abraham Games para *The case of the haunted Husband*, de Erle Stanley Gardner. Londres, Penguin, 1957.

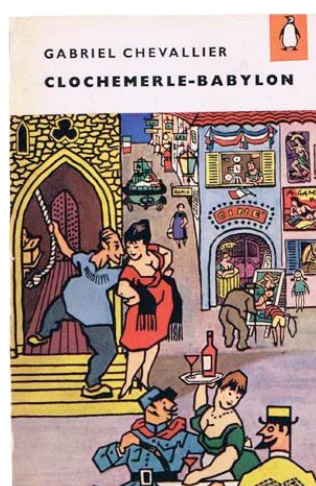
numa linguagem que transformava os fundamentos modernistas europeus, reformulando-os, numa abordagem mais lúdica e bem humorada.

A ilustração não era algo fomentado pelos modernistas, mais interessados no rigor da tipografia ou na fotografia e na sua manipulação. A ilustração, como expressão figurativa que ‘dá luz’ ou explicita uma mensagem frequentemente de forma unívoca, era algo desconsiderada. Se bem que uma tendência para a abstracção e geometrização de formas tenham sido, durante os primeiros tempos do modernismo, um recurso recorrente, a fotografia foi, aos poucos, tomando o seu lugar. As suas raízes e fortes ligações à publicidade também não terão ajudado. «Durante a década de 1950, o desenho linear tornou-se uma solução estética e tecnicamente económica para dar resposta simultânea às exigências de reprodução e de singularidade artística: funcionava como uma ‘assinatura’ ou registo da personalidade dos artistas, mas também fornecia aos impressores artes finais prontas para reprodução. Ilustradores de publicidade e de livros gozaram dum tempo de influência e afluência durante este período» (Lupton, Miller, 1999: 75). Deu-se uma alteração na sua estética mas não deixou de ser um recurso muito utilizado pelos designers, ao passo que, para a grande maioria dos modernistas europeus da primeira geração, mesmo daqueles que foram para a América e ensinaram os designers modernistas já nascidos americanos, recorriam apenas à geometria e à fotografia<sup>158</sup>, contornando o recurso ao desenho e à ilustração, como algo desnecessário. Curiosamente, essa divergência de abordagens manteve-se pelo século xx e é criticamente testemunhada por Glaser: «O desenho foi desencorajado durante a era modernista, e esse impulso ainda continua. Imagine, que os designers estão impedidos de representar formas através do desenho. Que estupidez! Este é um exemplo de ideologia enlouquecida» (Glaser, 1994: 44). Também

<sup>158</sup> «Nos anos 50 a fotografia já passara a dominar a promoção de alimentos, mobiliário e utensílios domésticos, áreas em que o copioso detalhe proporcionado pela máquina fotográfica era inestimável. No entanto, para alguns produtos recorria-se a suportes promocionais mais interpretativos (...)» (Lupton, Miller, 1999: 78).



464.



465.

Ellen Lupton refere esse aspecto lembrando que nos anos da sua formação em design, na década de 1980, nos Estados Unidos, «o mundo dividia-se dum modo bastante nítido entre um modernismo com sotaque suíço, e uma abordagem baseada em ideias, enraizadas na publicidade e ilustração norte-americanas». Também Paul Rand nas suas capas se movia entre estas duas correntes<sup>159</sup>, não encaixando em nenhuma delas (Lupton, 2006: 9).

Em Inglaterra, aconteceu um episódio curioso com a editora *Penguin*, que vai no sentido contrário do americano e do português. O director de arte Abram Games<sup>160</sup> cria uma colecção onde passam a estar ilustrações que vão até ao corte da capa, cobrindo cerca de 4/5 da capa apenas com ilustração (relegando os títulos e autores para o outro quinto) tornando esta a sua principal característica e forma de visual. Apesar da parte textual ser organizada de forma limpa e perfeitamente legível, e da marca da editora ser aplicada de modo claro e consequente, o público queixa-se de que já não reconhece as capas da editora e o seu director Allan Lane acaba por ordenar o fim da colecção depois de 30 títulos, uma vez que «a despesa extra que implicava a impressão policromática

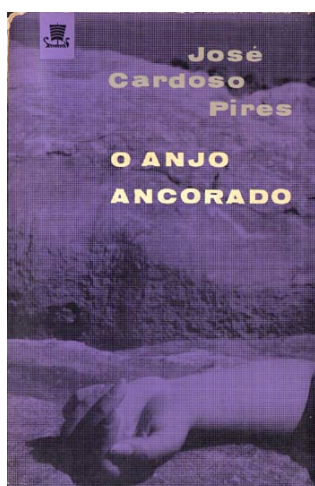
464. Capa de Abraham Games para *The Great Escape*, de Paul Brickhill. Londres, Penguin, 1957.

465. Capa de Abraham Games para *Clochemerle Babylon*, de Gabriel Chevallier. Londres, Penguin, 1958.

159 «Rand usava formas de cor irregulares semelhantes às de Matisse, que davam a ideia de terem sido rapidamente recortadas em papel colorido e sobrepostas com película para criar referências informais, mas significativas, ao conteúdo do livro» (Drew, Sternberg, 2005: 63).

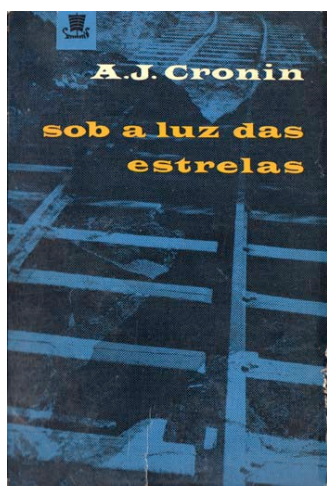
«Paul Rand tirou todo o proveito da bateria de técnicas do Movimento Moderno, particularmente colagens, fotogramas, recortes e empréstimos de pintores como Miró e Arp, com as faixas horizontais de Paul Klee a manterem-se uma característica recorrente no seu trabalho. E embora Rand usasse fotografia, era habitualmente uma imagem existente e não uma que ele tivesse originado e feito a direcção de arte. A incrivelmente elegante e livre assimetria da sua tipografia é, muitas vezes, contrastada com caligrafia. A sua assinatura integrada na obra reforça a ideia de que é o designer, não o cliente, que está a comunicar com o leitor» (Hollis, 1994: 113).

160 «Ao longo da sua carreira, Games desenhou muitas capas de livros e de revistas. Em 1956, tornou-se Director de Arte Consultor da Penguin Books, supervisionando a introdução das capas a cores na Penguin. Foi uma experiência e ao fim de de trinta e seis capas, oito desenhadas por si e outras por alunos seus do Royal College of Art, o projeto foi abandonado. Sir Allen Lane, o fundador de Penguin, considerou as capas coloridas demasiado rudes, tendo-as apelidadas de *breast sellers*». (<https://www.abramgames.com/product-design>)



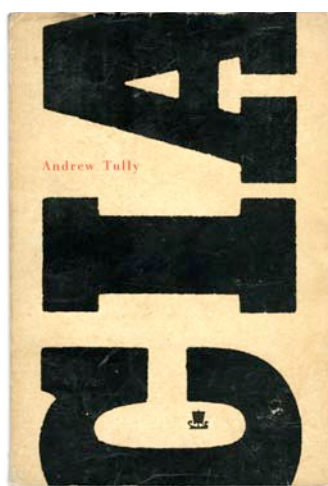
466.

466. Capa de Sebastião Rodrigues com fotografia de Sena da Silva para *O Anjo Ancorado*, de José Cardoso Pires. Lisboa, Ulisseia, 1958.



467.

467. Capa de Sebastião Rodrigues com fotografia de Sena da Silva para *Sob a Luz das Estrelas*, de A. J. Cronin. Lisboa, Ulisseia, 1958.



468.

468. Capa de Sebastião Rodrigues para *CIA, Êxitos e Malogros da Espionagem Americana*, de Andrew Tully. Lisboa, Ulisseia, 1963.



469.

469. Capa de Sebastião Rodrigues para *Frente Argelina*, de Herbert Steinhouse. Lisboa, Ulisseia, 1962.

não era acompanhada por um aumento nas vendas» (Baines, 2005: 87). E assim a Penguin voltou às suas capas tipográficas.

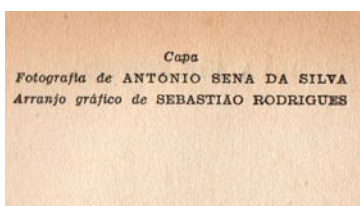
Segundo Baines, nos EUA, onde o mercado dos livros era mais agressivo, a mesma Penguin tinha uma abordagem diferente. Foram encomendadas muitas ilustrações para as capas no estilo «arte comercial que aparecia na publicidade da época», que, apesar de estarem «a um mundo de distância das capas britânicas da Penguin», demonstravam «um forte sentido de marca (...) com zonas claras (...) para inserção do logotipo e do nome da editora» (Baines, 2005: 41).

Muitos desenharam capas de livros em Portugal. Como vimos, todos oriundos de várias formações, contudo, o que nos é dado ver é que quase sempre recorriam à ilustração como princípio, e por defeito, como se se tratasse da única via para resolver uma capa. Não se consideravam sequer alternativas. A tipografia entrava depois, a fotografia era raramente equacionada, curiosamente, mesmo por capistas que também eram fotógrafos, como Victor Palla. Apenas um, Sebastião Rodrigues se movia nos vários tabuleiros da criação em design, experimentando capas apenas tipográficas, ilustradas também, e usando fotografias de outros, ou seja, da sua autoria era apenas a composição, não as letras, nem a imagem.

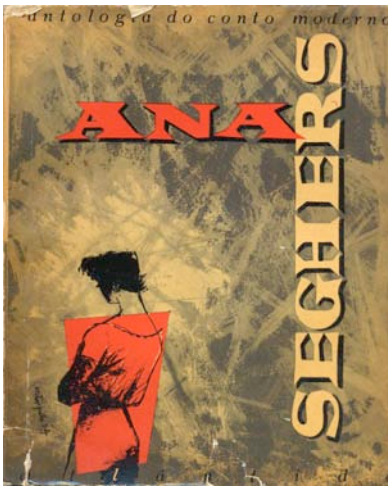
Sabemos que a na década de 1950 Alvin Lustig, nos EUA, abordava já o design de colecções com soluções exclusivamente tipográficas, como para os livros *Meridian*, em que recorreu à mistura de fontes tipográficas, «incluindo antigos tipos victorianos» que compunha de modo «racional e moderno sobre diferentes fundos coloridos» (Godfrey, 2012: 62).

Mas se compararmos com Sebastião Rodrigues, encontramos nele, não muito depois, no início da década de 1960, capas puramente tipográficas, como *Frente Argelina* (1962) e *CIA* (1963).

Também relativamente ao uso de fotografia se destaca o trabalho de Rodrigues, ainda antes da entrada nos anos 1960, dando uso a fotografias de outros autores, que são nomeados enquanto tal, em particular Sena da Silva



470. Detalhe de página inicial com indicações de autores da capa e da fotografia em *O Anjo Ancorado*, de José Cardoso Pires. Lisboa, Ulisseia, 1958.



471.



472.



473

que, assim, lembra Sebastião Rodrigues, e capas como a de *O Anjo Acorado* (1958) ou de *Olivia Olivia* (1959): «(...) Ficámos amigos. Durante algum tempo fizemos para a *Ulisseia*, de Figueiredo Magalhães, uma série de capas para livros de autores contemporâneos, em que o trabalho de Sebastião Rodrigues transformava as minhas fotografias em objectos gráficos atraentes e comercialmente eficazes» (Silva 1995: 22).

Embora Victor Palla também credite o fotógrafo quando usa fotografias nas suas capas, a verdade é que, segundo o próprio Palla, «se faço uma capa em que uso fotografia, a fotografia é minha. (Num caso único, a foto era de Rogério de Freitas; mas dentro lá vem: capa de fulano, sobre fotografia de cicrano» (Palla, 1986: 47).

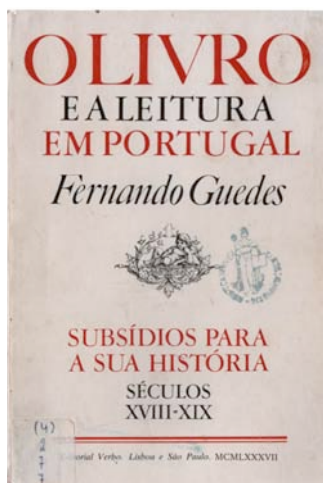
É curioso verificar as semelhanças e diferenças entre duas capas em particular de Palla e Rodrigues. Parece-nos evidente que o segundo foi claramente influenciado pelo primeiro. Contudo as diferenças entre ambos, apesar das semelhanças são, muitíssimo significativas.

Sendo o motivo representado a figura feminina, as cores (preto e vermelho) e a extensão de texto (duas palavras, dois nomes femininos) muito semelhantes, há um mundo a separá-las. No caso da capa do livro *Ana Seghers* de Victor Palla, o designer trata de tudo, artisticamente, à mão. Palla ilustra a figura e sobrepõe-lhe um elemento geométrico de uma só cor, o fundo texturado com riscos em múltiplas direcções, e as palavras em maiúsculas, no mesmo tipo e do mesmo tamanho, cada palavra com uma cor. Tudo isto o capista tratou à mão, recorrendo à sua habilidade e competência para desenhar imagens e letras. Se a abordagem ao design desta capa remete Palla para o campo dos ilustradores, a de Sebastião Rodrigues, com a capa de *Olivia Olivia* coloca-o na divisão daqueles que se vêem não como quem, antes de mais nada, domina o desenho pelo fazer, mas pelo de o compor. Nessa capa Rodrigues recorre ao mesmo tema figurativo usando, porém, a fotografia de um autor que não é ele, retirando-se portanto do papel de criador da, e pela arte, mas não da peça composta, de produto do design. Ele separa claramente o ingrediente do cozi-

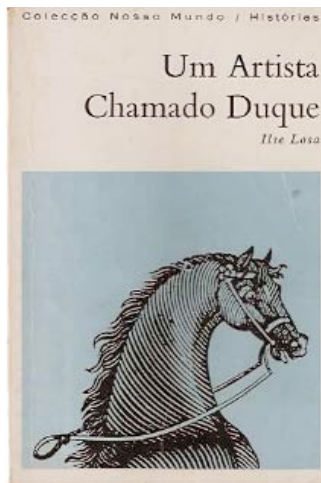
471. e 472. Frente e detalhe de capa de Victor Palla, para *Antologia do Conto Moderno, de — Ana Seghers*. Coimbra, Atlântida Editora, 1954.

473. Capa de Sebastião Rodrigues para *Olivia de Olivia*. Lisboa, Ulisseia, 1959.





474.



475.



476.

Seis exemplos de diferentes abordagens ao design de capas por Sebastião Rodrigues: exclusivamente tipográficas, com ilustração, com recurso a fotografia não de sua autoria, com tipografia recriada e ainda com letras desenhadas.

—  
474. *O Livro e a Leitura em Portugal*, de Fernando Guedes. Lisboa, Verbo, 1987.

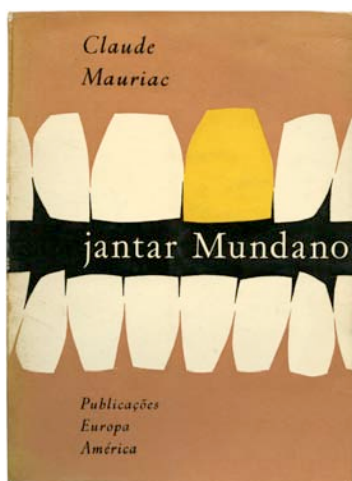
475. *Um Artista Chamado Duque*, de Ilse Losa. Lisboa Sampedro, 1966.

476. *Levanta-te e Caminha*, de Hervé Bazin. Lisboa, Europa América, 1962.

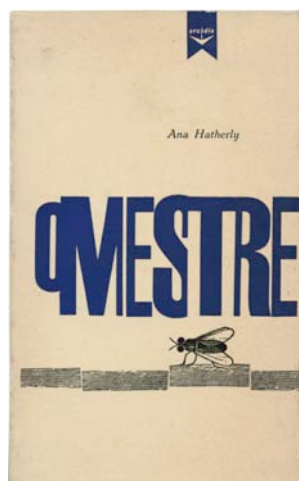
nhado, o que significa que se considera designer, pode trabalhar matéria prima de outros, sejam imagens fotográficas, sejam letras tipográficas; isso, essa não autoria de materiais, não lhe retira a autoria da peça que está a criar enquanto designer. A própria abordagem ao enquadramento da imagem é significativa. Ele usa a objectividade dos suíços ampliando um detalhe que se torna quase poético e conjuga-o de forma minimal e subtil com a tipografia.

Outros autores parecem concordar com esta ideia de Sebastião Rodrigues ser o primeiro a assumir-se e comportar-se com designer *tout court*. Relativamente ao seu uso de fotografias nas capas, Bártolo (2016:64-71) refere-se a essa capas de Sebastião Rodrigues como «um conjunto de marcantes capas em duotone que, com grande economia de meios, criam um ambiente visual denso, por vezes mesmo subtilmente inquietante, como em *O Anjo Acorado*, de José Cardoso Pires. Estas capas marcam uma ruptura com uma tradição ilustrativa que, contudo, permanece importante neste período, como as composições de Bernardo Marques para a *Colecção Dois Mundos* demonstram». O mesmo autor, a propósito de outros capistas, não deixa de reparar que não seguiram o mesmo caminho notando que, pela mesma altura, ou seja, «na década de 1960, as principais linhas de continuidade e os principais elementos de ruptura estabelecem-se, originados menos por alterações tecnológicas e mais por opções estéticas e ideológicas. As belas capas ilustradas por Luís Filipe Abreu para *Estúdios Cor* e de Paulo Guilherme para a *Colecção Diamante*, da *Editora Organizações*, podem ser inscritas numa fortíssima tradição ilustrativa que, não obstante a sua linguagem contemporânea, se filia numa linhagem que nos remete para as décadas anteriores» (Bártolo, 2016: 67).

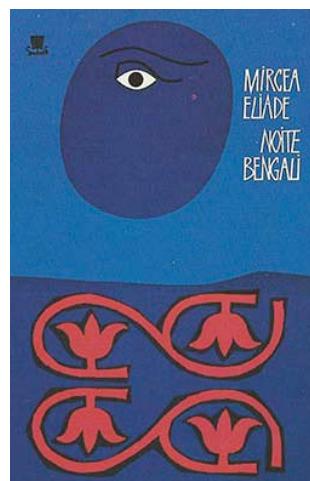
Também outro autor, Robin Fior (2005: 217-218), destaca essa nova linguagem de Rodrigues, «nas sobrecapas de livros, quer de ficção como de não ficção», em que o designer recorre «à fotografia ou estampas em vez de desenho», e faz «uso mais pronunciado de tipografia e símbolos». Fior interpreta esses novos recursos de Rodrigues como resultado do seu «treino jornalístico» na *Almanaque*, que o «preparou para essa mudança de humor em Portugal»,



477.



478.



479.

salientando que ela coincide, no tempo, com a situação do país, e «novos investimentos, de abertura da economia, incluindo o turismo — e depois o regime recusou vergar-se às mudanças, estalaram as guerras coloniais em África, que por sua vez provocaram a oposição política.»

Finalmente, chamamos a atenção para um último aspecto. O catálogo publicado por ocasião da exposição da obra de Sebastião Rodrigues, na Fundação Calouste Gulbenkian, tem por título *Sebastião Rodrigues Designer*. É um título interessante e que nos parece pleno de intenção. Esse ‘título’ — não o título do livro e sim o título profissional de ‘designer’ — seria de facto a diferença maior de Rodrigues no panorama gráfico português, nessa altura ainda à procura de ser levado a sério, considerado em exclusividade e como profissão. Nesse contexto, pelas capas que desenhou, Sebastião Rodrigues revela-se um pioneiro a praticá-la.

### 3.1.5. ARTISTAS SEM FRONTEIRAS

Em França, Roland Barthes terá felicitado Robert Massin (que se veio a considerar a si próprio «um amador em tudo») por não ter frequentado a academia e assim não ter perdido nem a sua fresca forma de ver o mundo nem a visão transdisciplinar, perdas essas que a especialização tantas vezes provoca.

Nos EUA, Moholy-Nagy apresentou publicamente Paul Rand como «pintor, orador, designer industrial, (...) artista publicitário que capta o conhecimento e criatividade a partir dos recursos do seu país, (...) um idealista e um pragmático que usa a linguagem do poeta e do homem de negócios. Pensa em termos de necessidade e função, (...) capaz de analisar os seus problemas, [com] fantasia ilimitada» (Heller, 1999: 31).

Em Inglaterra, acerca do português Paulo Guilherme, e da capa do livro *A Conjura*, (pag. 306) Paul Belford começa um artigo publicado na revista *Creative Review* que afirma:

«Esta peça é uma sobrecapa de um livro de 1971 pelo designer português Paulo Guilherme; embora identificá-lo apenas como desig-

477. *Jantar Mundano*, de Claude Mauriac. Lisboa, Europa América, 1962.

478. *O Mestre*, de Ana Hatherly. Lisboa, Arcádia, 1963.

479. *Noite Bengali*, de Mircea Eliade. Lisboa, Ulisseia, 1961.



48o.

48o. Capa de Paulo-Guilherme para *A Conjura*, de Irving Wallace. Lisboa, Clássica, 1971.

ner não seja prestar-lhe grande serviço. Em rigor, eu deveria dizer arquiteto, cineasta, escritor, pintor, ilustrador, designer de livros, de interiores, de selos, de moedas e proprietário e decorador de clubes noturnos. Mas claramente ele também sabia o que andava a fazer no design gráfico» (Belford, 2016: 28).

O artigo em questão tem como título «More is More» e apesar de o autor apontar uma ligeira falha à parte tipográfica, sobre tudo o resto relativamente à capa ele é altamente elogioso, destacando sobretudo a escassez de recursos no projecto e na produção, numa capa que ainda hoje, 40 anos depois<sup>161</sup>, o autor considera plenamente actual, nada datada, terminando mesmo a perguntar se este designer fazia, nestas condições, esta capa, imaginem o que não faria hoje com todos os recursos à sua disposição? Contudo ele também arrisca dizer que foi certamente a sua experiência como pintor e ilustrador que lhe permitiram esses bons resultados mesmo com eventual carência de recursos.

Acerca do mesmo Paulo Guilherme, um outro autor aborda este aspecto da multidisciplinidade que pode tomar duas faces: a da riqueza que é vantajosa, ou da dispersão que é prejudicial. Diz então Moura (2012: 5–7) que «Paulo Guilherme foi um arquitecto, cineasta, escritor, pintor, ilustrador, designer de livros, de interiores, de selos, de moedas, dono e decorador de clubes nocturnos. (...) É isto que surpreende quase sempre no design português, antes de haver um design português, ou seja, antes de haver escolas, associações, conferências, e exposições — antes de haver a própria palavra «design» — a maneira extrovertida como era exercido. Era um design total, que se estendia descontraidamente, não se percebendo bem se era uma coisa tão viva que transbordava para outras áreas ou se era apenas uma das subdivisões naturais de uma criatividade primordial. Mesmo a expressão ‘de-

sign total — ou até a própria palavra design — parecem demasiado sérias, ligadas como estão a todo um programa histórico e disciplinar, para descreverem esta diversidade bem humorada, inesperada, expediente. Corre-se portanto o risco, ao avaliar o trabalho destes primeiros designers, de acreditar que eram personagens ubíquas, que faziam tudo e mais alguma coisa, mas fatalmente dispersas, superficiais, lamentando-se, no fim, a sua falta de tempo e de ocasiões para se dedicarem apenas ao que faziam de melhor — que no fundo são designers, arquitectos, pintores ou cineastas de segunda, cujo principal interesse seria apenas a acumulação compulsiva de tarefas (tal aconteceu a Sena da Silva, Victor Palla ou, antes deles, a José Pacheko). No entanto, esta avaliação é injusta, tendo em conta que uma das responsabilidades tradicionais do design seria precisamente a gestão de processos interdisciplinares, de tarefas que, se em muitas ocasiões são deixadas a terceiros, acabam por se confrontar frequentemente na figura do designer — por simples economia de meios, na maior parte dos casos (é mais barato acumular funções do que subcontratar). Portanto, o desafio não deveria ser tanto aceitar esta variedade sem a questionar, encarando-a como uma espécie de milagre de genialidade, mas descobrir nela uma certa coerência, um estilo presente em todas estas manifestações e, tendo-a encontrado, isolar-lhe qualidades próprias.»

Pelos dois pontos de vista expostos podemos então avançar para a ideia de que a inexistência de uma formação em design — enquanto disciplina formal de contornos bem definidos — se, por um lado, deixava lacunas na sua formação, por outro trazia uma certa falta de especialização que se podia tornar em vantagem. Se ainda hoje a profissão de designer deve ter algum cuidado em excessivas especializações — que podem tornar-se fatais para a vital diversidade de assuntos, abordagens e suportes de que o design é feito — já naquela altura estes artistas tiravam partido dessa fraqueza que era a sua não especialização, resultado de múltiplos interesses e ramos da actividade. As exposições internacionais são o cenário referido por diversos autores como uma oportunidade, num só acontecimento, de aprendizagem intensiva e partilha de competências e valências. A Exposição do Mundo Português em 1940 é, talvez, a mais referida. Segundo Vítor de Almeida «quase todos os artistas-decoradores modernos trabalharam na *Exposição do Mundo Português*, o que pressupõe um esforço enorme, por parte do regime, em congregar tantos artistas e tantas vontades (algumas delas opositores ao regime). A exposição interessava a todos, desde os ‘modernistas’ aos académicos’, e desenvolveu-se ignorando as vozes dissonantes (...)» (Almeida, 2009: 70). Isto mostra bem a diversidade de agentes que esta exposição deve ter articulado. Ou seja, os artistas não só tinham diferentes competências como também diversas formações e aprendizagens, diferentes abordagens e entendimentos profissionais e até políticos. Por outro lado, não existindo demasiada especialização, as encomendas tendiam a ser

resolvidas como um todo projectual que podia envolver suportes de design de várias escalas e vertentes. Isto mesmo confirma Baltasar (2016: 14) ao referir que «aos artistas-decoradores que construíram e comunicaram as exposições e a ideologia do Estado Novo foi atribuído o reconhecimento da capacidade para concretizarem uma obra de arte total, então característica do arquitecto e do artista multifacetado, embora o design, enquanto disciplina profissional, ainda tardasse a encontrar a sua autonomia (...). A concepção e montagem de exposições exigia competências e desempenhos

«em que era necessária alguma destreza no manuseamento do lápis e do pincel (além do atributo a que chamavam bom gosto...) e que implicava quase sempre uma integração em grupos de trabalho que abrangiam pintores de letras, carpinteiros de teatro, serralheiros, estucadores, especialistas em modelação de barro e formação em gesso, montadores electricistas, pintores de arte e pintores de lisos, fotógrafos e colocadores de fotografias» (Silva, 2001: 15).

A coexistência de tantos artistas bem como a enorme diversidade de competências teve uma importância definitiva na capacidade de resposta destes profissionais. «A diversidade de tarefas exigidas neste evento acabou por formar em apenas alguns meses mais profissionais que qualquer escola em anos de teoria» (Mello, 1989: 30). A invulgar dimensão desses projectos, o trabalho de equipa e a entajada necessária no aperto de muitas dessas realizações — dentro e fora de portas — facilitaram a transversalidade oficial, com benefício da percepção abrangente e da competência inventiva que, de resto, um ensino artístico antiquado estava muito longe de incentivar ou garantir. Essa era, aliás, de algum modo, a própria essência do artista moderno, capaz de agir e influenciar todos os domínios da vida, e, mais ainda, condição *sine qua non* da sobrevivência dos artistas plásticos no estreito e limitado meio português... (Vasco Rosa, 2006: 10).

«Neste contexto, a geração de artistas gráficos, desenhadores, fotógrafos e arquitectos que nos anos 50 têm entre 20 e 40 anos (...) correspondeu àquela que proporcionou uma transição entre a obra realizada pelos modernistas em torno de António Ferro e o crescente desenvolvimento de soluções projectuais programáticas e cada vez mais direccionadas para a indústria. Aos artistas-decoradores que construíram e comunicaram as exposições e a ideologia do Estado Novo foi atribuído o reconhecimento da capacidade para concretizarem uma obra de arte total, então característica do arquitecto e do artista multifacetados (...) (Baltasar, 2016:14). O design funcionou como um ponto de encontro entre arquitectos, pintores, escultores, fotógrafos e artistas comerciais.

«Nesse período, a prática dos designers portugueses confundia-se com a dos arquitectos e a dos artistas plásticos. Este facto deveu-se, por um lado, à primazia inequívoca da arquitectura (mesmo em relação às artes plásticas), por outro, à ausência de um sistema educativo que exacerbasse a visão funcionalista bauhausiana de projecto

e que conferisse à actividade uma retaguarda disciplinar fundamental. Infere-se, pois, que a retórica discursiva dos designers se confrontou com o território hostil à implementação da autonomia da profissão» (Almeida, 2009: 21).

Um outro interlocutor, Robin Fiore, também ele designer, refere-se aos múltiplos campos de intervenção de António Garcia como «múltiplos heterónimos que nele existiam», e que se foram «revelando no decorrer da sua vida: o artista plástico, o designer gráfico, o arquitecto, o organizador de espaços, o decorador, o projectista, o produtor e gestor, o desenhador de equipamento, tal como interlocutor, quando estabelece relações com artesãos, artistas, fornecedores, empresários e instituições, funcionando como catalisador entre todos os intervenientes e os respectivos projectos» (Fiore, 2010: 26).

Ainda hoje as fronteiras entre o design e estas artes ou disciplinas artísticas são, muito frequentemente, ténues<sup>162</sup>. Aliás, como afirma Andrews (in Baseline, 2003: 19) «(...) O próprio termo ‘arte’ é enganoso. Na maioria dos casos, as obras de arte eram apenas um meio funcional para um fim — redundante e inútil uma vez concluída a impressão (...). Pinturas de muitos dos artistas britânicos dos anos da guerra e da década de 1950 têm agora muita procura, mas muitos desses artistas também ilustravam sobrecapas e cartazes. Frequentemente arquivados junto de outros documentos de produção (...), estas obras originais foram esquecidas (...)».

Victor Palla, Paulo Guilherme e Sena da Silva foram três desses casos com formação em arquitectura, que eram muitas coisas num homem só<sup>163</sup>. No caso de Sena da Silva, para Vítor de Almeida, esta «condição multidisciplinar» era uma opção consciente de «diletante destas artes», que, deliberadamente «não se fixava numa actividade; lutava por não se especializar, facto ao qual atribuía o mal de todos os males. Defendia a universalidade do conhecimento e a necessidade do designer dever querer saber sempre mais e, nesta acepção, foi o designer mais culto da sua geração (Almeida, 2009: 81). Teve, segundo José Cutileiro, a sorte de ser uma pessoa diferente no panorama português daquela época: «Para começar era alto, era louro e era rico. Tinha visto os

162 Para além disso são conhecidos casos em que importantes descobertas, ou ideias ou evoluções no universo do design foram protagonizados não por designers, mas por especialistas de outras áreas como, por exemplo, o mapa de Beck, que era um engenheiro. «Não foi um designer de cartazes que garantiu um lugar na história do design gráfico aos transportes de Londres, mas sim um desenhador técnico, Henry Beck. O seu feito foi o redesenho do mapa do metropolitano. Beck representou o sistema sobre uma grelha octogonal de modo que as linhas se encontravam sempre em ângulos retos ou em ângulos de 45 graus, e com as estações colocadas de forma a representar a sua relação dentro do sistema, mais do que as distâncias reais entre si. A inclusão do rio Tamisa, a serpentear através da metade inferior do sistema, dava uma sensação de lugar e escala; As estações de ligação e conexões foram indicadas com convenções claras, e a tipografia de Johnston completava a autoridade geométrica do mapa» (Hollis, 1994: 94).

163 O primeiro «arquitecto, fotógrafo, pintor, designer, galerista, tradutor e ceramista» (Coutinho, 2011: 5). O segundo, «arquitecto, cineasta, escritor, pintor, ilustrador, designer de livros, de interiores, de selos, de moedas e dono e decorador de clubes noturnos» (Moura, 2012: 8). O terceiro, segundo ele próprio, «correspondente comercial, tradutor de romances policiais, publicitário, gráfico, ilustrador, cenógrafo, figurinista, decorador, designer industrial, pintor, cenógrafo, designer de exposições e de mobiliário, administrador de uma empresa, crítico e professor (...)» (Almeida, 2009: 80).

grandes quadros<sup>164</sup> — e não só as reproduções deles — ouvido outras músicas, lido outros livros, vivido em outros lugares» (Almeida, 2009: 39). E o próprio Sena da Silva admite que «talvez esta formação viajada com acesso facilitado às melhores fontes de formação e informação tenha tido esse papel decisivo na sua abordagem às múltiplas competências (...)» (Almeida, 2009: 80).

Mas se eventualmente se tratava, nestes casos, de figuras socialmente favorecidas pelo acesso a formação superior, viagens ao estrangeiro ou influência dos pais, mesmo os testemunhos de outros com origens eventualmente mais humildes, não seria invulgar terem acesso a experiências variadas de trabalho e de âmbito diversificado e com suportes de ordem bi e tridimensional. Ainda que fosse pelo contacto com esses tais privilegiados, como aconteceu com António Garcia, que assumia ter trabalhado e aprendido muito com Sena da Silva. António Garcia afirmava, por exemplo: «a minha actividade foi sempre multifacetada. Os trabalhos gráficos foram uma parte do meu trabalho. Posso dizer-lhe que nunca estive muito fixado em determinado tipo de coisas e nem sequer estou muito arrependido disso» (Fragoso, 2009: 527). «(...) Num momento em que a cultura, o comércio, o turismo, as relações económicas e políticas com as colónias e o mundo ainda se alicerçavam através do SNI» [António Garcia] contemporâneo de António Sena da Silva, Daciano da Costa, Victor Palla e Sebastião Rodrigues, [ ] trabalhou com todos. Projectou cartazes, publicidade e design expositivo (...) design de interiores e equipamentos(...) e, através da Editora Ulisseia, projectou diversas capas de livros em paralelo com Vitor Palla e Sebastião Rodrigues» (Baltazar, 2016: 20). «Fui fazendo os trabalhos que iam aparecendo», continua Garcia, «por exemplo, capas para livros, siglas, marcas, alguns cartazes. Fiz uma série de coisas naquele período de 1950 a 1960/62. Mas, entretanto, também fui fazendo trabalhos de arquitectura, de interiores, de decoração, etc» (Fragoso, 2009: 527)<sup>165</sup>.

Esta variedade de campos de acção ou valências, habituais em Portugal no período 1940–1970 não era exclusiva dos artistas gráficos. O contemporâneo norte-americano Alvin Lustig, por exemplo, é considerado por Heller e Cohen (2010: 14) como a «personificação do designer total<sup>166</sup> — mestre na interrelação de formas e métodos como era entendido por designers reformistas progressistas, como William Morris ou os mestres da Bauhaus». E o próprio

164 «Das minhas primeiras visitas ao Museu do Prado, à *Galeria dos Offícios*, ao *Louvre*, à *National Gallery* ou ao *Metropolitan*, ficou-me a lembrança de um cansaço enorme por *overdose* de emoções estéticas e extensão dos espaços a percorrer (que não me permitem atingir o estado de graça compatível com a contemplação de certas obras-primas). Acabo sempre por optar por aquelas que estão expostas diante de um banco em que eu possa sentar-me. (...) Se algum dia pendurarem uma obra minha na parede de um Museu, exijo que ela fique em frente de um banco confortável» (Coutinho, 2009:168).

165 E acrescentamos nós, célebres maços de tabaco como o Ritz, *sg* Filtro, *sg* Gigante, *sg* Ventill e Kayak.

166 «Ele regressa a Los Angeles em 1946 e, durante os cinco anos seguintes, dirigiu um escritório especializado em arquitetura, mobiliário e design têxtil, enquanto continuava o trabalho editorial e nos livros. Ao contratar Lustig obtinha-se mais do que uma mera renovação cosmética. Ele queria estar completamente envolvido em todo o programa de design, desde o cartão de visita ao edifício. No entanto, mesmo com o trabalho de design multidisciplinar a absorver mais do seu tempo, os trabalhos em impressão permaneceram sendo a maior parte de sua produção» (Heller, Cohen, 2010: 84).

Lustig acerca de si próprio afirma que essa é uma atitude deliberada que ele abraça afirmando: «embora o interesse que tenho pela arquitectura seja grande, o interesse que tenho na reunificação da arquitectura, pintura e escultura é ainda maior» (Heller, Cohen, 2010: 15). E percebe-se que Lustig pensava o design de forma polivalente e global, expresso nas várias criações sociais humanas que, segundo o próprio, podiam ser «arquitectura, mobília, vestuário, casas, edifícios públicos, utensílios, equipamento (...)» (Lustig, 1999: 106).

A especialização era um conceito que lhe era desagradável, como deixou explícito em 1946 na revista *Interiors*: «As palavras designer gráfico, arquitecto ou designer industrial colam-se à minha garganta dando-me uma sensação de limitação, de especialização dentro da especialidade, ou uma relação com a sociedade e a própria forma que é insatisfatória e incompleta. Este desadequado grupo de termos para descrever uma vida activa revela apenas parcialmente a ainda indefinida natureza do designer» (Heller, Cohen, 2010: 18).

Lustig praticava o que pregava<sup>167</sup>. Na verdade a amplitude dos trabalhos que deixou é notável indo, conforme referem Heller e Cohen (2010: 12), «do design de capas de livros ao de helicópteros, textéis, mobiliário, revistas, logotipos, marcas, sistemas de sinalização, anúncios e design de interiores de casas e escritórios (...)» Para Lustig a arte e a vida real deviam conviver através da vida das pessoas, e de facto ele foi considerado como uma das «pontes entre as belas artes e as artes aplicadas», e um forte agente no fortalecimento da interacção entre a arte e o público em geral», conforme escreveu, em 1948 na revista *Graphis*, o crítico inglês C.F.O. Clarke (Heller, Cohen, 2010: 12).

Outro designer norte-americano, Paul Rand, teria talvez uma abordagem menos plural não se tendo dedicado ao mobiliário ou ao design industrial ou de interiores, como Lustig, na América ou, em Portugal, António Garcia, Paulo Guilherme ou Victor Palla. Contudo, no design gráfico e nas muitas capas de livros que desenhou, Rand foi, à semelhança destes gráficos portugueses, também bastante autosuficiente, partilhando um tipo de prática rica em que, como refere Moura (2012: 7), «a gestão de processos interdisciplinares» faz parte sendo mesmo «uma das suas «responsabilidades tradicionais». Mas parece ter sido, em boa parte, esse uso multifuncional de capacidades centradas num só agente que fez de vários elementos desta geração de artistas — americanos, portugueses ou outros — provavelmente a sua maior riqueza. Uma textura dada pelas diferenças, contaminadas no bom sentido pelas diferentes artes que traziam para o universo gráfico, uma vez que não existia a possibilidade de ir buscar especialistas, por falta deles, ou de financiamento para os contratar. Eram assim acumuladas «tarefas que, se em muitas ocasiões são deixadas a terceiros, acabam por se confrontar fre-

167 Lustig tinha antipatias pessoais. Ele criticou a visão míope de muitos designers que eram sólidos artistas comerciais, servilmente apegados aos seus nichos de experiência. Ele acreditava fervorosamente que os designers deviam trabalhar de forma interdependente para ter o máximo impacto na cultura mais alargada e não apenas na comunidade de designers. «Uma das penas mais severas da sobre-especialização», escreveu no *American Institute of Graphic Arts Journal*, «é a falta de nutrição e troca fértil, que é sempre consequência do isolamento» (Heller, Cohen, 2010: 12).



quentemente na figura do designer. Estes designers acabaram por «descobrir nela uma certa coerência, um estilo presente em todas estas manifestações e, tendo-a encontrado, isolar-lhe qualidades próprias» (Moura, 2012: 7). Aliás foi essa não especialização que tornou estes ‘artistas’ em ágeis agentes visuais que, a solo ou em equipa, resolviam programas multidisciplinares de design, por vezes sem tempo nem recursos. Heller confirma esta ideia referindo-se à economia como sendo «a mãe das invenções de Rand em vários sentidos. Uma vez que o que recebia pelo design das capas da revista *Directions* era pouco, não lhe eram permitidas despesas, fazendo por esse motivo ele próprio as suas fotografias «numa máquina de reprodução fotográfica (...) e usando rabiscos manuais para eliminar a necessidade de composição tipográfica onerosa (...)».

### 3.1.6. COMPROMISSO COM O DESIGN

A preparação dos designers assentava numa preparação mais técnica nem sempre assegurando conhecimentos teóricos verificando-se, segundo Vítor de Almeida (2009: 21) a «ausência de um sistema educativo que exacerbasse a visão funcionalista de projecto» — como tinha existido em escolas estrangeiras como a Bauhaus, que fundiam belas artes com artes aplicadas — «que conferisse à actividade uma retaguarda disciplinar fundamental».

Para o mesmo autor essa falta de discurso não terá ajudado a que a profissão se autonomizasse, tendo mesmo sido um dos factores responsáveis para o acentuar do atraso, da lentidão, da dispersão e da subalternização verificados na chegada do modernismo ao design gráfico português (Almeida, 2009: 21). Eventualmente uma clientela genericamente pouco esclarecida também não terá ajudado. Contudo, no design gráfico<sup>168</sup>, Sebastião Rodrigues é apontado como a excepção a esta regra. Não tendo formação superior nem em arquitectura nem em Belas Artes, dedicou-se ao design como actividade emancipada que lhe permitia angariar projectos de trabalho gráfico vistos como tal, e que ele abordou com frescura, visão, uma forte noção de cultura e de estética, e uma liberdade de experimentação a que se atreveu com os vários ingredientes que tinha ao dispor.

O que parece ser o grande passo é o aparecimento de profissionais «que só fazem determinadas coisas» (Almeida, 2009: 80). Esta assunção do design

168 Segundo Almeida «a profissionalização do design português foi desenvolvida de uma forma tardia, lenta, difusa e induzida: De forma tardia, já que o design em Portugal, impulsionado pelas condições culturais do capitalismo, chegou tardiamente ao modernismo. De forma lenta, porque a sua implementação teve avanços e recuos em consequência de estratégias difusas e reactivas das instituições, dos próprios profissionais e, sobretudo, das circunstâncias culturais do país. De forma difusa, uma vez que, apesar de existir a configuração de uma especialização, esta não resultou na criação de mecanismos de regulação e de legitimação, à semelhança de outras profissões. De forma induzida, porque a prática do design esteve, durante um longo período inicial, quase sempre ligada à complementarização da prática da arquitectura; no entanto, o designer, sem reproduzir na íntegra os passos da profissionalização da arquitectura, mimetizou a sua prática e a sua responsabilidade social. A estratificação anterior permite perceber o modo como segundo o qual o exercício do design constrói a responsabilidade social após a sua adesão tardia ao modernismo na década de 1960. Por essa altura, já uma vertente de um modernismo cosmopolita de feições regionalistas (Rampton, 1985) encontrava um espaço de afirmação alternativo à universalidade do Movimento Moderno a partir da ligação às marcas identitárias locais. Neste campo os designers José Espinho (1917–1973), Vítor Palla (1922–2006), Sebastião Rodrigues (1924–1997), António Garcia (1925–2015), António Sena da Silva (1926–2001) (...) podem ser considerados figuras representativas do encontro tardio do design português com o modernismo» Almeida (2009: 29–30).

como disciplina bastante e suficiente é reflexo, ou resultado, de um pensamento modernista que toma sem complexos os conhecimentos e as práticas respeitantes ao design gráfico como valendo por si só, e como realização intelectual, criativa, de quem o pratica. Como defende de Harak (Bass *et al*, 1997: 26): «Tentei desenvolver formas que cobrissem o espectro emocional e que fossem igualmente impecáveis no sentido da ordem. Isto para mim era a essência do Modernismo, e como tal queria criar constelações tão ricas que pudessem comunicar conteúdo».

Em Portugal, a única verdadeira referência até Sebastião Rodrigues parece ser a de Fred Kradolfer que domina, de facto, nas suas várias vertentes, incluindo a recorrentemente destrutada tipografia. O design surge com o modernismo e este foi, durante boa parte do Estado Novo, uma fachada para disfarçar uma temática fascista, provinciana e passadista. Um paradoxo entre o visual e o real que ajudou a baralhar o papel do design e dos designers. Contudo também noutros países essa emancipação não foi livre de contágios e epifanias semelhantes. No *AIGA Journal of Graphic Design*<sup>169</sup>, em 1987, Rudolph de Harak escreveu o seguinte:

«No final da década de 1940, na condição de artista comercial principiante em Los Angeles, assisti a duas palestras que me apresentaram o Modernismo e tiveram um efeito profundo na minha vida. A primeira foi uma palestra de Will Burtin (...) Pouco tempo depois, ouvi Gyorgy Kepes (...) Essas palestras foram tão importantes que me inspiraram (...) a comprometer-me totalmente ao design (...). Ao envolver-me mais com esta profissão, percebi que as minhas maiores preocupações com o design estavam centradas no que eu sentia serem os mistérios da forma — descobrir novas formas e usá-las para construir soluções criativas e com significado para problemas de design» (de Harak, 1997).

Este auto-reconhecimento do designer gráfico enquanto identidade profissional suficiente e bastante era já partilhado por outros artistas gráficos como, por exemplo, Paul Rand, que se referia a si próprio como designer gráfico e que, tal como Alvin Lustig, considerava que «tudo podia beneficiar de bom design, quer se tratasse de um anúncio, uma embalagem ou a capa de uma revista», que ele defendia desenhar da mesma forma<sup>170</sup> (Heller, 1999: 86). E, embora as diferenças entre projectos fossem uma realidade «a chave para o seu processo era sempre começar pela preocupação fundamental: imbuir toda a superfície — página, cartaz, garrafa ou caixa — com o mesmo sentido de proporção, equilíbrio, harmonia e, por vezes, dissonância, se o resultado assim o exigisse.

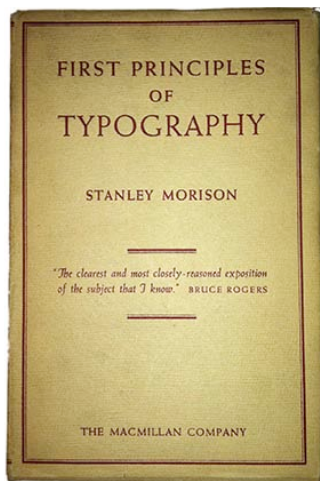
169 *AIGA Journal of Graphic Design*, vol. 5 n.2.

170 «Em 1940, Alvin Lustig desistiu de suas atividades de impressor para se dedicar exclusivamente ao design em regime freelance. Em 1942 começou a trabalhar para a empresa de relações públicas Lee e Losh. «Eles são pessoas agradáveis com quem trabalhar porque não têm preconceitos ou ideias pré-concebidas, e por isso dão-me liberdade quase ilimitada em muitos trabalhos», escreveu ele (Heller, Cohen, 2010: 76).



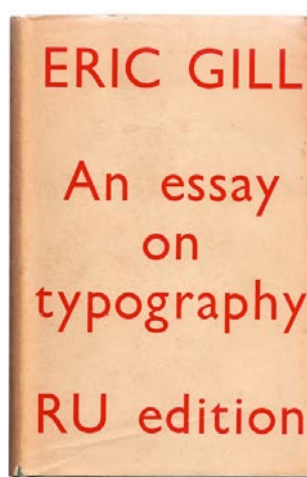
481.

481. Folha de rosto de *Die Neue Typographie*, Jan Tschichold. Berlim, Bildungsverbands der Deutscher Buchdrucker, 1928.



482.

482. *Principles of Typography* de Stanley Morisson. Londres, Macmillan Company, 1930.



483.

483. Capa de *An Essay on Typography*, de Eric Gil. Londres, Messrs. Sheed & Ward, 1931.



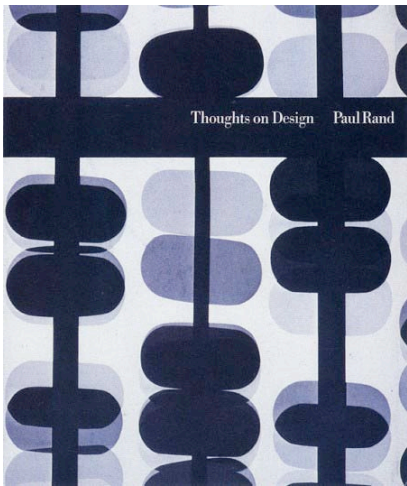
484.

484. Capa de *Arte come Mestiere* de Bruno Munari. Roma, laterza, 1966.

Para Rand, o design gráfico era um processo de transmissão de mensagens de forma inteligente, interessante e espirituosa» (Heller, 1999: 87).

Antes disso, já em Portugal, (onde só cerca de 30 anos depois, «no final da década de 1960» terá, segundo Almeida (2009: 25), surgido o «reconhecimento da autonomia da actividade» que facultou, pouco depois, o «aparecimento dos cursos de design, primeiro no Instituto de Artes e Decoração — IADE (1969) e depois na Escola Superior de belas Artes de Lisboa — ESBAL (1974)», surge publicado no número 4 da revista *Panorama*, lançada por Ferro em 1941, um artigo de Cândido da Costa Pinto intitulado «Consciência da Publicidade» onde o artista defende que para a prática profissional séria da publicidade, competências como «responsabilidade social e cultural são essenciais para o verdadeiro profissional», e que «a sua própria obra publicitária foi centrada em produtos farmacêuticos utilizando uma iconografia baseada na alegoria, que podia ser estruturada e explícita ou, no caso de um teste para a sífilis, sensatamente surrealista» (Fior, 2005: 176).

«Ainda no década de 1960, graças à política de bolsas da Fundação Calouste Gulbenkian, uma série de bolseiros vai estudar design para o Reino Unido, regressando no final da década como os primeiros designers portugueses com formação superior, os inglesados, como lhes chama Daciano da Costa. É o caso de Alda Rosa, Cristina Reis, Moura George, José Brandão, Jorge Pacheco e Vítor da Silva, que constituindo a terceira geração de designers portugueses serão os protagonistas do 'novo design português'. Para além das já referidas IADE e AR.CO, são organizadas duas exposições de design portugues (1971 e 1973), multiplicam-se os cursos de design e comunicação visual na Sociedade Nacional de Belas-Artes, sucedem-se simpósios e conferências, multiplica-se a criação de novos ateliers de design, aumenta a produção teórica com publicação regular de artigos em catálogos, revistas e jornais (Bártolo, 2015:6).



485.



486.



487.

Como, por exemplo, as palestras «Falando do Ofício»<sup>171</sup> (1986) ou, antes, ainda «Design e Circunstância» (1982), onde Sena da Silva critica o preconceito sofrido pelos designers:

«O designer é — como qualquer outro profissional — vítima das confusões que se geram entre a acção e o autor, levam as pessoas a acreditar que não pode haver saúde sem médicos, nem engenharia sem engenheiros, nem moral sem moralistas. Tanto podemos afirmar — como Munari — que ‘todos os homens são designers’, como podemos limitar-nos a atribuir aos designers algumas sobras das actividades dos arquitectos, dos engenheiros e de outros artistas. Os designers portugueses têm estado confinados à produção de siglas, logotipos, e normas gráficas, stands e pavilhões para feiras, cartazes, decoração e intervenções menores na fase final da concepção de alguns produtos. Serão eles capazes de responder a outro tipo de desafios?» (Coutinho, 2009: 66).

Se era habitual, nos EUA e em Inglaterra, na Alemanha, no universo da tipografia, os profissionais deixarem escritos (Jan Tschichold, Eric Gill<sup>172</sup>, Stanley Morisson<sup>173</sup> ou Dwiggins), assim continuou relativamente ao design

171 Catálogo que acompanhou as palestras «Falando do Ofício» e a exposição comemorativa dos 50 anos da Sociedade Tipográfica «Ver Artes Gráficas», conforme refere Baltazar (2016: 28).

172 Eric (Gill) escreveu um influente «Essay on Typography», publicado pela primeira vez em 1931, um livro que era importante, em parte porque defendia e demonstrava composição de texto « não justificado» ou «irregular à esquerda / irregular à direita». Ou se tinham espaços irregulares entre as palavras ou comprimento de linha irregular. A legibilidade, pensou ele, era apoiada no espaçamento uniforme em detrimento do comprimento igual da linha. Numa época em que a maioria dos mais avançados tipógrafos europeus ainda estavam a forçar o encaixe das suas linhas em caixas, esta foi uma sugestão radical. (Hollis, 1994: 91).

173 Morison escrevia «Os profissionais de tipografia e design do Reino Unido foram, regra geral, bastante conservadores». Stanley Morison (1889-1967), o mais conhecido tipógrafo e historiador tipográfico da Inglaterra durante este período, dominou a cena em muitos aspectos com o seu compromisso com tipos de letra tradicionais cuidadosamente trabalhados, bem como através das suas numerosas publi-

485. *Thoughts on Design*, de Paul Rand. Nova Iorque, Wittenborn & Company, 1947

486. *La Lettre et L'Image*, de Massin. Paris, Gallimard, 1970.

487. *Falando do Ofício*, capa de Sebastião Rodrigues. Lisboa, Sociedade Tipográfica, SA, 1989.

em Itália, com Munari, ou nos EUA, com Rand e mesmo Lustig. Escreviam deixando documentado o exercício da reflexão e do pensamento crítico e teórico no design. Assim fez Rand com o seu livro *Thoughts on Design*<sup>174</sup>, assim fez Munari em *Artista e Designer*, Massin<sup>175</sup> no seu *La Lettre et l'image*<sup>176</sup> e assim foi fazendo Lustig<sup>177</sup>, não em livro — talvez por ter morrido demasiado cedo — mas através de vários artigos<sup>178</sup> publicados em revistas. E foi

cações. O seu primeiro livro «*First Principles of Typography*», originalmente publicado como um ensaio em *The Fleuron*, tornou-se numa espécie de bíblia para tipógrafos britânicos após a sua publicação em 1936. (...) Na década de 1920, Morison tinha manobrado o ressurgimento de um conjunto de tipos clássicos, incluindo tipos de Manutius, Baskerville e Fournier. (...) foi também instrumental na concretização da produção de Gill Sans (...) e ocupou ainda duas outras posições-chave durante sua carreira, como o principal designer de livros para a imprensa da Universidade de Cambridge e como consultor do *The Times* de Londres. Em 1932, integrado num redesenho geral do jornal, introduziu o excepcional tipo de letra, Times New Roman. (in <https://multimediaman.wordpress.com/2013/03/09/stanley-morison-1889-1967/>), consultado a 31/05/2017.

174 «*Thoughts on design*» foi uma coleção de comentários concisos bem estruturados e escritos, combinando análise Bauhaus, psicologia Junguiana e franqueza áspere. Rand abordou questões anteriormente ignoradas como «o papel do humor», «a participação do leitor» e «o símbolo na publicidade». A influência de «*Thoughts on design*» sobre os designers americanos de finais dos anos 40 e da década de 50 do sec XX, é frequentemente comparada ao impacto que Jan Tschichold e the *New Typography* tiveram na prática europeia no final dos anos 20 e nos anos 30 do mesmo século» (Heller, 1999: 77).

175 Não tardou até que Massin quisesse e pudesse finalmente sê-lo também: autor. *La Lettre et l'Image* chega em 1970, fruto de uma longa pesquisa (ainda em curso) sobre as relações entre o mundo das letras e o mundo dos objectos, e da vida íntima e própria das letras, no nosso universo funcional e simbólico. Um sucesso imediato, o livro lançou Massin numa carreira de autor que extravasou os limites da sua profissão de grafista, e seguiram-se, até hoje, mais de quarenta títulos publicados (dos quais um terço pela Gallimard), entre romances, crónicas e diários, livros infantis e ensaios (onde se inclui *De la Variation*, sobre o seu fascínio pelo Barroco). *Les Cris de la Ville*, de 1978, recolha literária e iconográfica das personagens castiças de uma Paris já então desaparecida, foi um best-seller, quase destronando o rei dos tops da Gallimard, André Malraux. Gaston Gallimard contara-lhe pessoalmente todas as suas recordações de Marcel Proust, de quem o editor fora amigo, e o contágio foi imediato e duradouro: «li a Recherche completa umas sete vezes em trinta ou quarenta anos, sinto-me muito próximo de Proust». Até o seu gato se chama Charlus. (E gosta de provocar: «em muitas entrevistas, costumo dizer que conheci o Marcel Proust. Quando me olham com espanto, preciso: havia um pastor analfabeto na vila em que nasci que se chamava Marcel Proust»). \* texto publicado na revista LER (Maio de 2012).

176 «Mas Massin não é apenas um designer e diretor de arte. É ainda autor de estudos históricos, romances e escritos autobiográficos (...) As cópias do seu compêndio *A Letra e a Imagem (La Lettre et l'Image)* podem ser encontradas nas prateleiras de muitos estúdios de design. Neste caso, Massin partilha com leitor o seu entusiasmo pela diversidade das letras: nos manuscritos de mosteiros, anúncios de imprensa, colagens cubistas, caligrafia árabe, tipografia Dadaísta, todo tipo de capas de livros - na prática, para todo o lado onde o autor apontou sua máquina fotográfica. A Gallimard lançou já várias reimpressões desde que o livro apareceu pela primeira vez em 1970. Numa época em que a Helvetica e a Univers era a norma, questionou o poder expressivo das letras, um assunto considerado académico e amador por muitos designers. Mas, no auge da preocupação estrutural com o texto, os semiólogos tomaram nota, e o livro levou a que Roland Barthes escrevesse um ensaio de admirável perplexidade. A letra era um «significante contraditório» — por um lado, era conciso, falando-se sobre a letra da lei «; por outro, lançou e fluxo interminável de símbolo e metáfora. A letra parecia ter seu próprio significado, para lá do próprio texto» (Hollis, 2012: 69).

177 «Nas notas escritas para um de seus ensaios não publicados, Lustig disse: «Neste momento o nosso acto mais criativo é a síntese. Já antevemos os ténues contornos da universalidade que satisfará as necessidades do departamento. Para o artista, o maior desafio é encontrar algum equilíbrio entre a integridade criativa pessoal e as necessidades ainda indefinidas da sociedade» (Heller, Cohen, 2010: 12).

178 Num ensaio intitulado «Design contemporâneo do Livro (*Contemporary Book design*) Alvin Lustig escreveu: «Os fatores que produzem qualidade são os mesmos no livro tradicional e contemporâneo. Onde então reside a diferença? talvez o fator mais distintivo encontra-se na abordagem do designer contemporâneo e na sua predisposição para deixar que o problema aja livremente sobre si, sem noções preconcebidas das formas que deve tomar». Lustig sabia que a tradição da produção de bons livros estava estreitamente alinhada com a erudição e o humanismo, e no entanto a primazia do trabalho clássico de design de livros exigia avaliação. «Acho que estamos lentamente a aprender a lidar com a tradição sem abdicar de qualquer um dos nossos novos princípios básicos», escreveu nas suas notas pessoais sobre design. «À medida que

algo que fizeram aprendendo e analisando o seu próprio trabalho em boa parte nas capas de livros.

nos tornarmos mais maduros, aprenderemos a dominar a interação entre o passado e o presente e não sermos tão auto-conscientes da nossa rejeição ou aceitação da tradição. Não vamos cometer o erro que tanto os modernistas rígidos quanto os conservadores cometem, confundindo a qualidade da forma com as próprias formas específicas» (Heller, Cohen, 2010: 61).

488. Anúncio  
da Editora  
Portugália.  
Lisboa, 1921.

—  
\* Kandinsky, 1991:  
49

**Livraria PORTUGALIA Editora**

---

**Gabinete de Leitura**

Portuguesa  
Francesa e Hespanhola

---

**9.000 obras dos melhores autores**

---

Completa variedade de ROMANCES  
Poesia -- Historia -- Filosofia -- Arte -- Finanças, etc., etc.

---

**Mensalidade 1\$20**

**Catalogos 1\$50**

---

**75 -- Rua do Carmo -- 75**

LENTAMENTE, AS VÁRIAS ARTES TORNAM-SE  
CAPAZES DE TRANSMITIR O QUE LHE É PRÓPRIO,  
E ATRAVÉS DOS MEIOS QUE CADA UMA DELAS  
EXCLUSIVAMENTE POSSUI

— *Wassily Kandinsky\**

### 3.2. CONTÁGIO E QUARENTENA

Apesar dos constrangimentos na comunicação com o exterior durante o regime de Salazar, Portugal recebia influências vindas do estrangeiro, deixando-se contagiar por um modernismo que transpunha regimes, países e continentes. A Suíça teve um lugar especial nesse processo. Num primeiro momento centrado na figura de Fred Kradolfer, e num segundo por se ter tornado um dos centros europeus por onde passaram — por exílio, trabalho, estudo, ensino — uma boa quantidade das figuras da cena mundial do design moderno, e pela especial importância do estilo tipográfico internacional do pós guerra, muito eficazmente divulgado através de revistas.

Curiosamente, a França, enquanto país de forte ascendente cultural, artístico e intelectual no nosso país, surge algo apagada neste circuito de influências mundiais. De lá saíram Picasso, Miró ou Matisse, entre outros que tanto viriam a inspirar designers norte americanos como Rand ou Lustig que, por sua vez, vieram depois influenciar os portugueses desta segunda geração de modernistas que já não são Amadeo ou Almada, mas sim Palla e Rodrigues. Contudo, no que toca às artes ditas aplicadas como o design, a França não parece ter absorvido nem devolvido grande inspiração da Alemanha. Segundo Hollis (1994: 87) «em França os movimentos (...) Dada e Surrealista não tiveram grande impacto no design gráfico», e aquela que será a mais reconhecida figura do design gráfico francês moderno — Cassandre, segundo o mesmo autor «... fazia uso da geometria, e muitas das suas técnicas em cartazes evocam o purismo do arquiteto Le Corbusier, que Cassandre usava de forma consistente e brilhante nos seus livros (...)». Nestes percursos do início do modernismo «as obras alemãs tinham pouco eco em França, onde poucos designers partilharam o sério empenho social de seus colegas *avant-garde* a norte e a leste. O design gráfico parisiense apresentava uma imagem de modernidade chique (...) em boa parte devido a «um emigrante Russo, Alexey Brodovitch, que alguns anos mais tarde se tornou no expoente mais conhecido do *layout* em Nova York».



Também Fragoso (2009: 151) refere esse aspecto particular e desproporcionado da França, e em particular Paris, como centro do mundo e principal destino de todos os artistas e escritores portugueses que quisessem valorizar a sua educação. Mas, estranhamente, em relação ao design gráfico assim não acontecia. O facto de não existir essa influência ajuda de certo modo a confirmar o que já tínhamos referido anteriormente nas palavras de Munari, que referindo-se ao preconceito francês no que toca ao design considerava ter sido pouco significativa.

A enraizada separação entre Artes Belas e Aplicadas parece ter sido, em França, tão forte que impediu que o design gráfico se tivesse valorizado enquanto modo de expressão criativo e de pensamento.

\*

Vimos anteriormente como foi determinante o papel do Estado, em especial a figura de António Ferro, para o investimento na cultura visual e no grafismo e na educação do gosto. Podemos ler a sua influência nas suas próprias palavras, numa espécie de balanço, que António Ferro deixou acerca do 'seu legado', visto como importante também no exemplo dado às editoras particulares.

Um dos aspectos do trabalho do SNI mais visíveis e, por essa razão, mais conhecido, é precisamente a renovação conseguida no domínio das artes gráficas. As publicações do Secretariado rapidamente se tornaram conhecidas, definindo um estilo — e mais do que isso — uma intenção: vestir os livros com bom gosto. [...] A influência exercida por este saudável movimento de renovação da arte gráfica é claramente evidente na acrescida dignidade e qualidade das publicações tanto de outros departamentos oficiais como na maioria dos editores privados. (Robin Fior, 2005: 182).

No que toca às capas dos livros, existem dois agentes principais que são os editores e os capistas. Parece-nos que as palavras de Ferro estão certas e que, de facto, a qualidade do trabalho dos segundos depende muito da escolha dos primeiros, e essa escolha depende do editor sentir como necessário o valor visual e estético dos livros que publica, e percebê-lo como arma poderosa na valorização e na persuasão que pode ter a sua capa. Se ainda hoje em Portugal nem todos os editores têm este entendimento, ainda menos o tinham entre 1940 e 1970. Quando um editor escolhe um designer para desenhar as capas dos livros que vai tornar públicos, é porque vê valor, de alguma forma, no trabalho visual desse capista. Ele não sabe como será a capa, mas sabe como trabalha e como resultam os trabalhos de determinado capista. A obra já feita por este é o seu cartão de apresentação. Por isso um editor escolhe determinado capista em vez de outro. O autor é um terceira incógnita desta equação, que frequentemente não é convidada a intervir mas que também o pode ser. Nesta parte abordaremos a figura e o universo das

editoras e de como se relacionam com as suas capas, capistas e até autores tentando perceber o contexto da época.

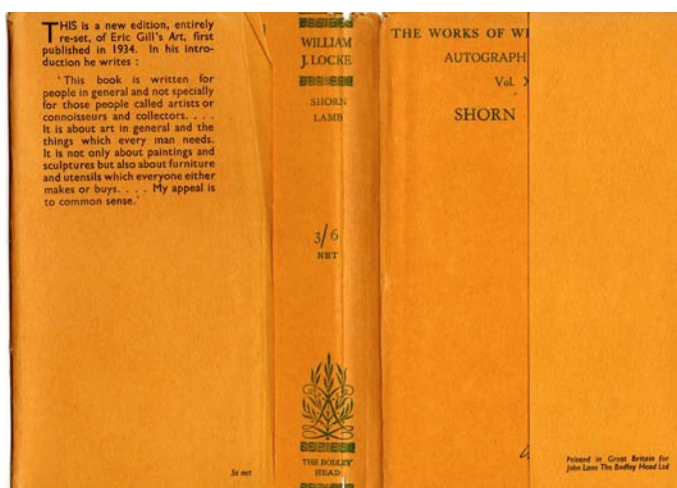
### 3.2.1. PROFISSÃO *de* RISCO: EDITOR

A figura do editor envolve algum risco, uma vez que ele escolhe e investe em algo que não tem certeza de vir a ser valorizado e comprado pelo público. Existe no seu trabalho um investimento que poderá ser recuperado e que poderá até ter muito lucro, mas sem garantias. Mais risco ainda existe quando o país em que publica tem uma reduzida população de leitores e sabendo-se que a maior parte do investimento feito na produção de um livro pouco diverge em função do número de exemplares publicados. Grande parte do investimento — direitos, tradução, paginação, revisão, capa — são despesas fixas, feitas quer para grandes como para pequenas tiragens.

A Segunda Guerra Mundial, e os anos subsequentes são frequentemente referidos como um enquadramento determinante para o negócio da edição. Alguns escritores como Baines ou Connolly (2009: x), estudiosos de editoras inglesas como a *Penguin* ou a *Faber & Faber*, referem os impactos dicotómicos que a guerra terá tido sobre o negócio nas editoras inglesas. Assim, se por um lado, surgem constrangimentos de matérias primas, sobretudo pela «constante dor de cabeça de encontrar papel suficiente», por outro o público leitor demonstra um «sempre crescente apetite nacional por livros», numa altura em que a oferta cultural é escassa devido à diminuição drástica da presença do teatro, do cinema e dos concertos no panorama de possibilidades de entretenimento social. Às populações, agora mais retidas em casa, restam-lhes a alternativa da rádio e dispõem assim de mais do seu tempo para ler livros. Mesmo públicos específicos como as crianças ou os apreciadores de arte são lembrados. Para os primeiros, «milhares de crianças de cidade que enfrentavam as evacuações de guerra», a *Penguin* lançou a chancela *Puffin Picture Books*; para os segundos, impedidos de irem aos museus visitar as obras de arte que estavam guardadas em locais seguros, a *Penguin* lançou a coleção *Modern Printer* (Baines, 2005: 16). Ainda no caso da *Penguin* o mesmo autor refere duas circunstâncias felizes. O formato dos seus livros de bolso terem dimensões perfeitas para os bolsos dos casacos dos soldados e o racionamento do papel, calculado para a distribuição com base nas quantidades adquiridas nos meses anteriores à guerra, favoreceram a *Penguin* relativamente a uma grande quantidade de editoras (Baines, 2005: 16).

Também Eskilon refere que:

«Tendo rejeitado as afirmações dogmáticas da *New Typography*, Jan Tschichold aceitou em 1947 uma posição na *Penguin Books* de Londres. A *Penguin*, fundada em 1935, foi a primeira empresa de livros de bolso comercialmente bem sucedida na Grã-Bretanha. Antes da guerra os livros de bolso tornaram-se num artigo com muita procura, permitindo que um grande segmento da população, para quem os livros de capa dura eram incrivelmente caros, tivesse acesso à literatura e ficção popular. Durante o conflito, os livros da



489.

O racionamento do papel durante a Segunda guerra mundial levava ao aproveitamento de sobrecapas já impressas para imprimir novas.

489. Sobrecapa para reedição de Art, de Eric Gill. Londres, The Bodley Head, 1934.-

Penguin, que não foram projetados com particulares qualidades estéticas em mente, provaram ser a perfeita combinação portátil e funcional para os soldados» (Eskilon, 2012: 301–303).

Para Hollis, a França do pós-guerra ainda sem concorrência de mais livros ou da ainda inexistente televisão, terá permitido que os designers de capas não tivessem de recorrer a abordagens gráficas muito vistosas. Massin pôde, por isso, desenhar as capas de livros para o *Le Club du Meilleur Livre* tratando «cada volume para ser um objecto coerente e totalmente desenhado no qual o designer era responsável por todos os aspectos da sua produção e não apenas da escolha dos tipos e da composição» (Hollis, 2012: 70).

Heller refere que o ambiente editorial norte americano dos anos 1940 a 1970 em termos de capas:

«Foi particularmente atolado na mediocridade, condicionado por ideias feitas de marketing, e frequentemente indiferente ao conteúdo. Muitos editores examinavam a tipografia usada no miolo dos seus livros, mas surpreendentemente poucos estavam preocupados com a forma como seus livros eram encapados. As sobrecapas eram consideradas males necessários, um domínio para departamentos de marketing, e eram concebidas como anúncios para agarrar os clientes e leva-los a consumir por impulso. Os designers e editores (...) referiam-se às sobrecapas como apêndices indesejados do livro imaculado. No entanto, a sobrecapa estava no ponto para sofrer uma renovação, quando Rand foi contratado por alguns editores progressistas para ajudar a melhorar suas apresentações e, por extensão, elevar os padrões estéticos de todo o género» (Heller, 1999: 91).

Casos de editores visionários que trataram com dedicação as capas dos seus livros e que apostaram em designers, com nomes por vezes ainda desconhecidos, são vários. Segundo Heller (1999: 91), em Inglaterra, «numa época

de edição individualista, o aspecto das sobrecapas dependia muito do gosto dos diretores das empresas». Apesar de lhe serem atribuídas as muito poucas elogiosas palavras: «a sobrecapa é uma coisa miserável e ele por vezes deseja que não existisse» (Snyman, 2015: 7), Richard de La Mare da *Faber and Faber* foi um dos patronos da época, (Connoly, 2009: x) enquanto Victor Gollancz contratou Stanley Morrison para criar sua extensa coleção de sobrecapas tipográficas amarelas (Powers, 2001: 22).

Nos EUA, segundo Heller e Cohen, um nome que ficou para a posteridade no campo da edição, foi o do criador da editora *New Directions*, James Laughlin, que no início da década de 1940 contratou Alvin Lustig «para desenhar as capas e sobrecapas de livros de reconhecidos escritores de literatura». Laughlin estaria maravilhado com Lustig a quem se referia como «o jovem que estava a fazer coisas estranhas com tipografia» e a quem Laughlin deu muita liberdade de criação. «Lustig aproveitou a oportunidade e desenvolveu uma linguagem gráfica distinta e inovadora, combinando arte abstrata e tipografia moderna, concebendo um estilo que chamaremos de modernismo expressionista, diferente de qualquer coisa vista no mercado literário à época» (Heller e Cohen, 2010: 14).

Em Portugal, «com o fim da Segunda Guerra, em 1945, foram vários os empresários que se aventuraram na criação de novas editoras.» Os autores Almeida e Bártole referem um conjunto de editoras que surgem então salientando a qualidade gráfica das suas capas. As *Publicações Europa-América*, dos irmãos Lyons de Castro, a *Ulisseia*, de Joaquim Figueiredo Magalhães, a *Verbo*, de Fernando Guedes. A *etc...*, *Portugália*, *Gleba*, *Livros do Brasil* e *Civilização*, são também referidas, se bem que nos parece que ficam de fora algumas referências importantes, nomeadamente a *Atlântida*, a *Coimbra Editora* ou a *Arcádia*. Seja como for, uma vez mais são referidos nestas editoras o notável investimento gráfico nas suas capas, por parte dos editores, que «assumem protagonismo, seja pelo arrojo editorial seja pela qualidade das suas capas. Década de inquestionável afirmação dos capistas, quer no contexto nacional quer no internacional, João da Câmara Leme, Victor Palla, António Garcia, Paulo-Guilherme ou Sebastião Rodrigues assumem, muito graças às suas capas, elevada notoriedade no panorama gráfico português.

Como diz Bártole para se referir a este período de ouro (...)

«estes grafismos têm espaço num enorme leque de editoras, como a *Ulisseia*, a *Arcádia*, a *Atlântida*, a *Coimbra Editora*, a *Europa-América*, a *Centauro*, a *Clássica Editora*, a *Ática*, a *Estúdios Cor*, a *Portugália*, a *Editorial Minerva*, entre outras. Os seus grafismos mudaram e prestigiaram muitas instituições, tornando-se num testemunho de espírito da sua geração. O grande papel editorial e de distribuição do livro contribui não só para a difusão de autores portugueses e estrangeiros, mas também para divulgar uma série de abordagens gráficas e conceptuais do carácter gráfico e tipográfico

singular e inerente ao tema do livro. Por isso, o trabalho dos artistas plásticos teve um veículo privilegiado no livro, que permitiu uma maior abertura e diálogo do meio artístico com a sociedade e de uma forma possante para a renovação da cultura visual portuguesa» (Bártolo, 2015:76–79).

Também Vítor de Almeida realça a qualidade das capas dos livros destas editoras, nesta época: «(...) Todos eles [editores] têm em comum o facto de marcarem o panorama editorial com a qualidade gráfica dos livros e, assim, ajudarem a divulgar outras leituras através de uma sábia gestão das contrariedades que contribuíram decisivamente para o que se designa de divulgação cultural» (Almeida, 2015: 66).

«(...) *A Editorial Gleba*», por exemplo, «faz uma significativa aposta no formato de bolso, na magnífica colecção *Os Livros das 3 Abelhas* (...). Da colaboração entre Sena da Silva (fotografia) e Sebastião Rodrigues (design gráfico) surgem-nos publicadas pela *Ulisseia*, na sua colecção *Sucessos Literários*, um conjunto de marcantes capas em *duotone* que, com grande economia de meios, criam um ambiente visual denso, por vezes mesmo subtilmente inquietante, como em *O Anjo Acorado*, de José Cardoso Pires. Estas capas marcam uma ruptura com uma tradição ilustrativa que, contudo, permanece importante neste período, como demonstram as composições de Bernardo Marques para a colecção *Dois Mundos* (Bártolo, 2016: 61).

O mesmo autor refere ainda outros casos portugueses dignos de nota e em cujo trabalho de capas se verificam «influências do design editorial anglo-saxónico dos anos 40 e 50», como «o multifacetado designer António Garcia, que «cria para a colecção *Série Literária*, da *Ulisseia*, um universo gráfico contemporâneo inconfundível», ou ainda Tóssan para as capas das edições da *Parceria António Maria Pereira* (Bártolo, 2016:64-71).

Morava no Chiado e frequentava os seus cafés, o Café Chiado e a Brasileira, onde dominavam os intelectuais de acção nas mesas da frente e os políticos e os agentes da PIDE lá atrás. A sua juventude impressionou-se com os intelectuais, esses seres ‘flamejantes’. Queixavam-se todos de que tinham obra mas não quem os editasse. Ele ouviu-os e aventurou-se(...)»

Assim apresenta Catarina Portas (2008) o editor Joaquim Figueiredo Magalhães, fundador da célebre *Editora Ulisseia*<sup>179</sup>. O termo usado «aventurou-se» é significativo. Se reflectirmos um pouco no papel dos editores assim o confirmamos. Sem editores não há livros. Ou melhor, há mas em muito menor número e chamam-se livros de autor. Para haver livros em quantidade e regularidade, com variedade de temas e autores e trabalho de cura-

179 E de outros projectos como as editoras *Édipo* e *Escaravelho d'Ouro*, a revista *Almanaque* e a agência de publicidade *STOP* (Portas, 2008).



490.

doria de edição<sup>180</sup>, como estamos habituados a ver nas lojas, é necessária a figura do editor. É ele quem cria, segundo a sua visão, a casa comercial que escolherá e publicará os textos dos autores e concretiza o objecto livro em papel impresso, encadernado e distribuído. São diferentes os tipos de editores, desde as pequenas empresas de tipo familiar, até às grandes empresas organizadas, passando pelos aventureiros românticos com alguma fortuna. Joaquim Figueiredo Magalhães parece fazer parte desta última categoria e, segundo Portas (2008), «basta olhar para os mais de vinte anos da Ulisseia» para se perceber por que motivo é considerado o «primeiro editor moderno português».

Começou por edições soltas, entre elas *O Barão*, de Branquinho da Fonseca. Com dinheiro de família funda em 1950 a primeira editora, a *Édipo*, lançando a colecção *Escaravelho d'Ouro*, e com os lucros dessa colecção cria dois anos depois a editora Ulisseia, estreando-se com uma escolha significativa como afirma o próprio: «Achei que devia iniciar actividade com um pleito à arte de edição e por isso o primeiro livro foi *Da famosa Arte da Imprimição* de Américo Cortez Pinto» (Portas, 2008).

Este primeiro título editado é simbólico do cuidado que pretende colocar nas edições futuras dedicando-lhe pensamento crítico, escolhas pensadas e investimentos arrojados. Joaquim Figueiredo Magalhães percebe que um livro é mais do que o seu texto, tal como percebe que a tradução é, também ela, escrita. Assim, cuida não apenas daquilo que resolve editar mas investe também na qualidade de tradução, que segundo o próprio pagava bem, e no grafismo, escolhendo ilustradores reconhecidos. «Escolhi escritores como tradutores porque eram homens que sabiam português», afirma ele. «É que se eu quisesse alguém que soubesse línguas, entregava as traduções ao porteiro

490. Capa de Manuel Rodrigues para *Da Famosa Arte da Imprimição*. Lisboa, Ulisseia, 1948,

<sup>180</sup> Em Portugal o termo 'editor' refere-se ao responsável pela publicação de determinado livro. Não existe o termo publicador que nos países anglosaxónicos é quem, de facto, os torna públicos através de uma casa de publicação sendo que o editor é quem edita, no sentido, de verificar e até intervir na edições nomeadamente fazendo sugestões, acrescentos ou cortes de partes do texto. *Publisher* e *editor* são diferentes verificando-se em Portugal uma sobreposição de terminologia.



491.



492.



493.

491. Capa de Querubim Lapa para *O Ente Querido*, de Evelyn Waugh. Lisboa, Ulisseia, 1955

492. Capa de Querubim, para *Noite sem Lua*, de Steinbeck. Lisboa, Ulisseia, 1956

493. Capa de Paulo-Guilherme para *Pela Estrada Fora*, de Jack Kerouac. Lisboa, Ulisseia, 1960.

do Avenida Palace, que sabia oito idiomas, só não sabia era português. Mas também preferia os escritores porque gostavam do que traduziam, traduziam por gosto» (Portas, 2008).

Joaquim Figueiredo Magalhães entendia que «cada livro deveria ser uma obra artística, quer no texto, quer na ilustração», o que fazia dele um projecto necessitado de várias competências e de vários profissionais e, por isso, segundo o próprio, «cada obra tinha uma equipa: o capista, o ilustrador, o tradutor e o autor. Catarina Portas (2008) dá o exemplo de *O Ente Querido* de Evelyn Waugh: «a capa moderna e luminosa é de Querubim Lapa, a tradução de Jorge de Sena e o livro está semeado de deliciosas ilustrações de João Abel Manta. Não é apenas um livro, é uma edição perfeita».

Esta abordagem parece-nos menos comprometida do que a adoptada por algumas editoras como, por exemplo, a *Gallimard*<sup>181</sup>, em França, com

<sup>181</sup> A editora francesa Gallimard contratou Massin em 1960 como director de arte, apesar de — como ironicamente constata Hollis (2012: 70) no início o designer gráfico apenas dirigir a si próprio — em tudo o que diga respeito a aspecto visual da editora desde o desenho ou redesenho das capas até ao da própria marca nrf da «Nouvelle Revue Française».

«Tudo!» Esta foi precisamente a resposta de Massin quando Gaston Gallimard lhe perguntou, durante um jantar em casa deste, em 1958, o que iria ele fazer como novo director artístico. O velho editor teve um sobressalto. Mas foi assim mesmo. Sucedendo nesse cargo a André Malraux (que nos nos 30 se tinha fugazmente ocupado da composição tipográfica de algumas capas), Massin foi, realmente, o primeiro director de arte em sentido moderno de uma grande editora francesa, e, nos vinte anos que se seguiram, fez tudo na Gallimard (talvez por causa desse sobressalto ao jantar, Massin foi contudo obrigado a assentar o seu trabalho em três linhas directrizes aparentemente paradoxais, senão contraditórias: «manter, restaurar, renovar»).

Tal como o seu amigo Germano Facetti começou a fazer precisamente nessa altura, em Londres, na Penguin, Massin empreendeu uma completa renovação gráfica da editora, criando de raiz a imagem de novas colecções, como a *Idées* e, sobretudo, a *Folio*, em 1972, a sua grande aposta: entrando no território dos paperbacks, dominado até então pela *Livres de Poche*, a *Gallimard* tornou-se ubíqua em todo o território francês, dizendo-se desde então que não há uma casa em França que não tenha um exemplar da *Folio*. Se os livros de capa branca da *nrf* tinham conseguido garantir a preferência da elite intelectual durante décadas, foram os livrinhos de bolso da *Folio* que levaram a *Gallimard* à grande massa de leitores. Outra colecção de que fala com orgulho é a *L'Imaginaire*. Pelo meio, Massin tinha ainda tempo para projectos especiais, como os *Cent mille milliards de poèmes* ou os *Exercices de Style*, de Raymond Queneau, ou a *Cantatrice* de Ionesco, edições pelas quais o grafista ficou mundialmente conhecido, manifestando um virtuosismo nas soluções tipográficas e de acabamento que desafiava a credulidade, movido por um constante desejo de experimentar e jogar com as palavras, aproximá-las das imagens e dos sons (a sua proximidade ao núcleo «duro» do grupo Oulipo não era inocente nesta pesquisa). Importante neste desejo de criar «livros-totais»,

Massin, a *Penguin*<sup>182</sup> ou a *Faber & Faber*<sup>183</sup>, em Inglaterra, com Facceti ou Wolpe, ou a *Knopf* e a *New Directions*, nos EUA, com Rand ou Lustig, que sensivelmente pela mesma altura contratavam um designer como residente ou responsável pela direcção de arte e não necessariamente um artista, capa a capa, como fazia o criador da *Ulisseia*. Aparentemente o seu editor não sentia a necessidade de um director artístico mas, segundo Catarina Portas, «gostava de artes gráficas» e por isso, ainda que de forma avulsa, chamava sempre para o desenho das capas artistas como Sebastião Rodrigues, Querubim Lapa, Vespeira, António Garcia, Câmara Leme, etc.» escolhendo ele mesmo, livro a livro, quem iria fazer o quê.

Em termos de direcção ou decisões editoriais o processo, não sendo completamente formal, passava contudo por um conjunto de pessoas para além da figura do editor. No seu artigo do *Público* Catarina Portas lembra que, com o conselho de leitura que criou com escritores seus conhecidos, o editor reunia semanalmente «para comentar os livros, trocar as revistas literárias estrangeiras que assinava, assinalar possíveis problemas com a censura, decidir tradutores».

A acrescentar a isto, e voltando à ideia do risco, segundo Rato, entre vários casos de editoras que foram a «janela de visibilidade para que alguns artistas e designers se mantivessem activos», a editora *Ulisseia* tem um papel destacado, sem dúvida, e em boa parte pela «qualidade gráfica e literária das edições», mas também pela coragem do seu editor em tempos de censura. E nos «riscos colocados em determinados projectos que marcaram um panorama cultural que, acima de tudo, ajudaram a desenvolver (...). E também, pela edição de 'objectos' significativos, como é o caso da edição em português de *On The Road*<sup>184</sup>, de Jack Kerouac, em 1960 (1957 em Nova Iorque)(Almeida, 2009: 78). Segundo este autor, a quantidade de livros e revistas publicados neste período era muita e não facilitando por isso o trabalho aos inspectores, mas Figueiredo Magalhães avança o motivo que terá ajudado a que casos como este tenham conseguido passar entre as malhas da censura: «os inspectores não podiam perceber porque é que aquilo era

objectos que apelassem aos sentidos antes de serem lidos, foi também, nesses anos, a descoberta a fundo do Barroco a partir do ensaio de Eugénio d'Ors, bem como de toda a música barroca. Desde aí é defensor de que o livro é, na essência, uma extensão do universo barroco, um pequeno teatro em que todos os elementos constituintes são dispostos numa *mise-en-scène*: o grafista (ou, usando o anglicismo hoje em voga, o designer) é, pois, o encenador ao serviço do autor. «Graças às lições do barroco», conclui, «consegui juntar, na minha obra, o sério e o cómico, o clássico e o extravagante, e, sobretudo, o rigor e a fantasia».

182 Nos anos que se seuíram à Segunda Guerra Mundial, os editores como a *Penguin* perseguiram os melhores talentos tipográficos na Europa e ofereceram aos designers uma liberdade artística sem precedentes (Doubleday, 2006: 13).

183 «Em 1941 Berthold Wolpe associou-se à *Faber & Faber* como o designer residente de sobrecapas» (Connolly, 2009: xv).

184 «As razões da escolha de autores contemporâneos, em especial a descoberta da produção literária e visual americana, prende-se com o crescente interesse pelo radicalismo da juventude americana do pós Segunda Guerra face às questões civilizacionais importantes. Os Estados Unidos são o lugar da modernização, apesar de a França e de a Inglaterra despertarem uma curiosidade permanente, quase inexplicável, na elite cultural portuguesa» (Almeida, 2009: 78).



transgressor: eram estúpidos. Era fácil (...) desde que não fosse um livro da facção comunista, que não atacasse a Igreja nem o Estado Novo ou que contivesse ‘imoralidades’, podíamos fazer o que quiséssemos» (Rato, 2007: 21 *apud* Almeida, 2009: 78).

### 3.2.2. EDITORES E DESIGNERS

Se Joaquim Figueiredo Magalhães tomou esta via de gestão das capas, Agostinho Fernandes, é apresentado por Marques (2015: 5) como o «dono/ editor/mecenas/fundador» da Portugália. Homem «de imenso prestígio e influência, e com a segurança da sua fortuna, um editor destemido», recorreu a uma estratégia de longa duração com o capista Câmara Leme, com quem terá trabalhado «durante uma década e meia». Conforme refere o mesmo autor (2015: 7): «a relação Leme/Fernandes é, em Portugal, a todos os títulos rara, e terá sido longa também porque uma enorme qualidade correspondeu ao gosto e ao arrojo de um editor para reconhecer e pagar». No entanto, o próprio Câmara Leme numa entrevista, em resposta à questão sobre quanto receberia por cada capa desenhada, responde que «mais importante que a quantia em questão é o trabalho que uma editora possa garantir a um capista. Só assim este poderá avaliar até que ponto lhe interessa materialmente o trabalho e a capa deixa de ser um ‘gancho’ para ter um lugar importante na sua vida profissional» (Leme, 1961).

A relação editor/designer variava pois nesta época de editora para editora mas chega até nós também alguma da complexidade que ainda hoje existe e que parece já existia então. Veja-se o caso da editora *Estúdios Cor* que transparece também nas cartas trocadas entre Saramago (editor) e Rodrigues Miguéis (autor). Se, por um lado, o editor chega a pedir ao autor sugestões para o motivo da capa: «— A capa do livro será feita pelo Luís Filipe, o homem que fez a *Noite*. É pessoa para se sair bem do recado. Tem alguma sugestão a fazer? Vista de Lisboa? figuras? cena do livro? A sua visualização da capa será com certeza uma boa achega para o desenhador» (Saramago, 2010: 67). E de facto o autor chega mesmo a fazer estas sugestões: «(...) — Quanto ao *Homem*, vai no volume a minha sugestão para a capa: a foto (meio sorriso) da pag. 3, com o título, etc. dava uma capa soberba! (E é difícil reconhecer o autor). Também se pode inverter a chapa, mas eu acho melhor como está. Deste modo evitamos novo problema, como o da *Páscoa*» (Miguéis, 2010: 190). Por outro lá vai dizendo que, por vezes, o artista é de trato impossível não acolhendo bem algumas possíveis críticas ou sugestões: — «Hoje mesmo fiz seguir por avião (...) um exemplar da *Páscoa* que hoje saiu para a rua na sua nova farda (Não gosto da capa, nem ninguém aqui gosta, mas aceitámo-la porque de cada vez que há discussão com o Luís Filipe, há zangas e quase corte de relações» (Saramago, 2010: 179).

E autor e editor, entre prazos, contratos, pagamentos, confissões pessoais e revisões de provas, lá vão trocando opiniões sobre o design e as qualidade das capas<sup>185</sup>.

Da boa relação entre editor e designer existem testemunhos recorrentemente muito favoráveis de editores em relação aos seus designers. Parece haver um respeito mútuo de inteligência crítica e criativa bem como uma troca de ideias, estimulante para ambas as partes. Isto verifica-se tanto em contexto editorial português como no de outros países. Leia-se, por exemplo, o que afirma Fernando Guedes (*in* Sebastião Rodrigues designer, 1995: 70), editor da Verbo, acerca deste designer: «Durante mais de 30 anos não me recordo de lhe ter recusado um único trabalho. Civilizadíssimo, a sua principal característica seria um sentido extremamente apurado do exacto, do correcto; uma noção profundamente perspicaz da ténue linha que separa o genial do ridículo».

Sobre a relação entre Figueiredo de Magalhães, dono da Ulisseia, e António Garcia, o seu capista, Robin Fior (Fior, 2010: 19) deixa um simpático quadro:

«Em 1954 António Garcia obtém o primeiro prémio do concurso promovido pela Editora Ulisseia (...). É o início de uma relação próxima e duradoura com Figueiredo de Magalhães», que se «destacou dos outros editores seus contemporâneos não só pela sua cultura, mas também pelo seu carácter generoso, empreendedor e visionário. (...) Para a Ulisseia António Garcia concebeu as capas dos livros da colecção «autores modernos» a um ritmo quinzenal a partir de (divertidos) resumos do editor, dactilografados em duas ou três páginas».

Também dos Estados Unidos, através de Heller (1999: 96), nos chegamos às reacções às propostas de capas de Paul Rand para a editora *Knopf*, por volta de 1945, quando o designer inicia a sua colaboração na que era considerada a mais prestigiada pequena editora literária. Percebemos que o designer não teria problemas em fazer aceitar as suas propostas. «Na *Knopf*, as ideias de Rand nunca foram questionadas», afirma Heller recordando as palavras do director

185 Por exemplo, a de *Um Homem Sorri à Morte com Meia Cara*: «A ideia da meia cara com meio sorriso, do Correia, continua a parecer-me estupenda; e sempre envaidece ver a cara estampada na capa (embora o sorriso seráfico e a falta de olhos me sirvam de disfarce). Mas a cor e o traçado demasiado leve das letras anulam o efeito forte que eu esperava. As palavras homem e morte deviam sobressair brutalmente. Dadas as cores pálidas, suaves, e na *Páscoa* o desenho arrendado, espumante, entrei definitivamente no género 'confeitaria'! Houve quem me dissesse aqui, da capa da *Páscoa*: «é uma galinha que se rompeu e derramou ovos». São ovos! E não amêndoas... Sinto-me quase o Júlio Dantas, com estas capas rosadas...» (Miguéis, 2010: 200); Ou sobre a capa de *Onde a Noite se Acaba*: «da capa da Noite já lhe falei, e a minha impressão coincidiu com a do Correia, como lhe disse. Mas o efeito é fulgurante. Foi bom que o artista lesse a Anamita, como eu propus. Alguns amigos americanos têm apreciado muito esta e a da *Leah*» (Miguéis, 2010: 24).

Ou sobre a do *Páscoa Feliz*: «O Luís Filipe anda às voltas com a capa e, caso curioso, a ideia em que se fixou vai ao encontro, sem que nada se lhe tenha dito aqui, de uma velha ideia sua: a cena da escada, com as amêndoas a rolar pelos degraus...» (Saramago, 2010: 175). «Meu querido amigo, Quanto à capa da *Páscoa*, «passona»!... Já esperava a sua reacção, que foi igualzinha à minha, ou, para melhor dizer, à nossa. Mas o Luís Filipe é um sujeito impossível, que se tomou da mania de que nós somos descabidamente exigentes. Esqueçamos o caso mas fiquemos prevenidos» (Saramago, 2010: 181).

de produção e director de artes<sup>186</sup>: «fazíamos tudo o que era possível para lhe dar o que ele pretendia, porque ele era muito bom.» Percebe-se contudo que a estratégia gráfica da *Knopf* não seria a mais habitual nas editoras norte americanas da época: «(...) as editoras concorrentes estavam estagnadas nas suas formas de trabalho, e poucas estavam dispostas a copiar o que Rand fez. No entanto, havia um consenso generalizado de que seu método era revolucionário» (Heller, 1999: 104).

Ainda nos EUA leia-se a opinião do editor James Laughlin acerca da abordagem de Lustig na criação da sobrecapa da edição de 1941 de *The Wisdom of the Heart* de Henry Miller. O editor terá ficado surpreendido mas bem impressionado encomendando-lhe de seguida as capas para os primeiros vinte e quatro livros da reimpressão da colecção *New Classics* de ficção e poesia, que Lustig desenharia de forma moderna e inovadora (Heller, Cohen, 2010: 49).

De facto, as palavras de Laughlin parecem confirmar a célebre máxima que já referimos anteriormente, «good design means good business»<sup>187</sup>, uma vez que os editores, para além de se mostrarem satisfeitos com a qualidade das capas dos seus livros, confirmam ter retorno financeiro expressivo. Dizia Joaquim Figueiredo Magalhães: «Não se perde dinheiro quando se esgotam os livros todos» (Portas, 2008). E também, uma vez mais, dos EUA nos chegam testemunhos dos editores de Lustig e de Rand. E se o editor português não especifica se é devido à qualidade do design das capas que vende todos os livros, já o americano Laughlin tinha, como referido anteriormente, estabelecido essa relação muito claramente na colecção *New Directions*.

Também Drew e Sternberg (2005: 44) concluem, referindo-se concretamente ao panorama norte americano, que as capas de livros foram «um resultado de uma maior autoconsciência por parte de editores e de designers», na qual o universo editorial «reconheceu a possibilidade de uma comunicação visual marcante como meio de orquestrar a sua identidade e informar a audiência, tornando o designer um elo essencial entre as entidades corporativas e o seu mercado, e criando o vocabulário visual da cultura de consumo americana. (...) O modernismo terá servido bem essa linguagem comercial fornecendo meios de articular um design, que era funcional mas que não era simplista nem óbvio». E esse apelo à inteligência não só seduzia a audiência como inspirava outros artistas e designers. As capas de Lustig e a «sua rejeição do literalismo» não tiveram impacto apenas no aumento das vendas — calculado em 300 por cento — mas também na sociedade e noutros designers e artistas, como em Ed Ruska (Heller, Cohen, 2010: 15) e Sebastião Rodrigues (1995: 94). Mas se Lustig influenciou artistas seus contemporâneos e posteriores foi, por seu lado,

186 Harry Ford foi diretor de produção e diretor de arte da editora Knopf de 1947 a 1959.

187 Em 1960 Salter cobrava 250\$ por capa; só em 1979 esse valor se tornou o valor médio no mercado (Hansen, 2005: 37).

também ele influenciado, nomeadamente por europeus, como Paul Klee e Joan Miró, tal como é referido por Heller (1999: 122) .

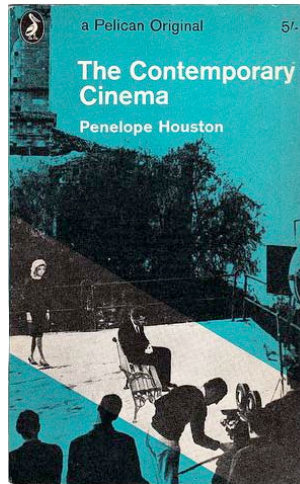
Também a gestão da imagem social e de contactos eram, sem dúvida, como hoje ainda são, de grande importância. Por exemplo, se pegarmos uma vez mais no caso de Alvin Lustig, sabemos por Heller e Cohen (2010: 84) que ele foi apresentado pelo seu amigo e editor James Laughlin a Blanche Knoff, mulher do também editor Alfred Knopf, que não era de modo algum um nome menor na cena editorial». Blanche tinha «ligações próximas a autores europeus e editava Sigmund Freud, Andre Gide e Simone du Beauvoir», tendo mais tarde encomendado a Lustig as capas de uma dúzia de livros. Nesses estavam incluídos «alguns títulos muito importantes», o que terá levado Lustig a comentar, divertido: «a minha cotação na Knopf está muita alta neste momento... Sinto a necessidade de ter um modesto guarda-costas a fim de manter à distância os autores admiradores que clamam por uma sobrecapa minha» (Heller, Cohen, 2010: 87).

A boa gestão de bens era tão importante como a de conhecimentos e a opinião de alguém com acesso à informação, à influência e à decisão. Isto verifica-se nos EUA tal como em Portugal ou em Inglaterra, tanto na recomendação de designers de capas como nos títulos ou autores a publicar. Se nos EUA Lustig tinha cuidado na gestão dessas ligações, em Portugal as recomendações também existiam na edição. Segundo Luís Filipe «Figueiredo Magalhães terá recebido recomendação da parte de Sena da Silva para António Garcia fazer capas para a editora...» (Fragoso, 2009: 452).

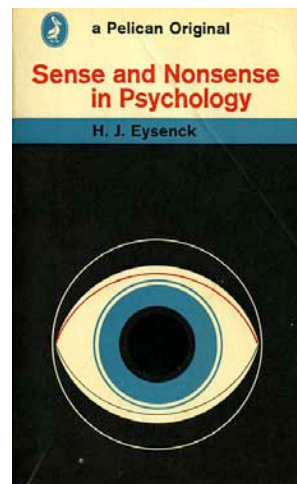
De acordo com Catarina Portas (2008) o mesmo Figueiredo Magalhães, em Londres, terá conhecido um guia intérprete português chamado Neves Pedro, em quem reconheceu «boa ilustração» para lhe propor ser seu agente, e que lhe veio a recolher imensos títulos, que foram publicados pela primeira vez em português pela Ulisseia, como «Hemingway, Faulkner, Orwell, Steinbeck, Caldwell, Doris Lessing, Kingsley Amis, Pratolini, Coccioli, Moravia, Julien Green, Mauriac, Sagan [...] o *Quarteto de Alexandria*, de Lawrence Durrell, o *On the Road*, de Kerouac, *As Memórias de Adriano*, de Marguerite Yourcenar, *O Americano Tranquilo*, de Graham Greene (...). Como tinha mais direitos de livros do que aqueles que conseguia editar, vendia-os aos outros. Foi o primeiro editor português a ir à feira de Frankfurt, ficou a conhecer bem a Alemanha porque *já tinha tudo comprado antes*».

E mais uma vez eram precisas algumas qualidades, de gestão social e de risco, para conseguir comprar direitos de publicação dos títulos que muitas editoras desejavam. Segundo Connolly (2009: x) a inglesa *Faber & Faber*<sup>188</sup> terá sido a excepção na prática dominante na maioria das editoras, que costumavam

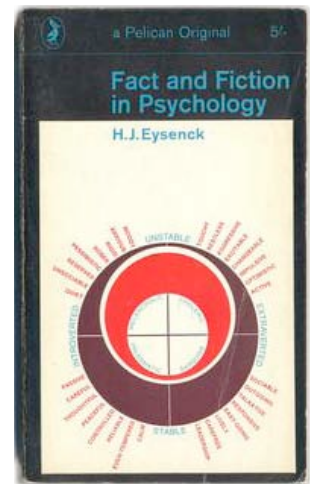
<sup>188</sup> «Todos, exceto a Faber. Em 1958 começaram a publicar os seus próprios livros de bolso, habitualmente projectados por Wolpe e intitulados, com elitismo preguiçoso, “Faber paper covered editions” (Edições Faber cobertas a papel), e com esta designação estilosa ou incómoda, dependendo da perspectiva, grafada verticalmente ao longo da borda externa de cada livro. Eram mais expansivos e maiores do que os Pans ou Penguins, embora infinitamente mais estilosos para mostrar em público» (Connolly, 2009: x).



494.



495.



496.

Capas originais da inglesa Pelican e edições portuguesas pela Ulisseia.

—

494. *The Contemporary Cinema*, de Penelope Houston. Londres, Penguin, 1963.

495. *Sense and Nonsense in Psychology*, de H. J. Eysenck. Londres, Penguin, 1966.

496. *Fact and Fiction in Psychology*, de H. J. Eysenck. Londres, Penguin, 1965

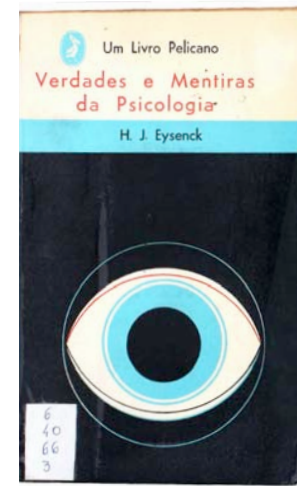
497. *O Cinema Contemporâneo*, de Penelope Houston. Lisboa, Ulisseia, s/d.

498. *Verdades e Mentiras da Psicologia*, de H. J. Eysenck. Lisboa, Ulisseia, s/d.

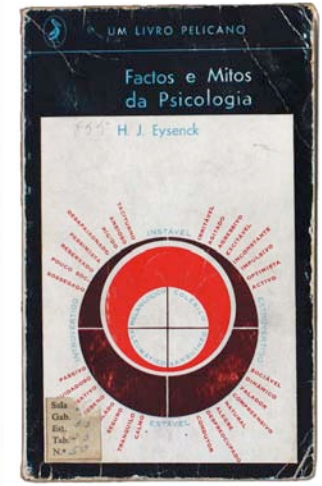
499. *Factos e Mitos da Psicologia*, de H. J. Eysenck. Lisboa, Ulisseia, s/d.



497.



498.

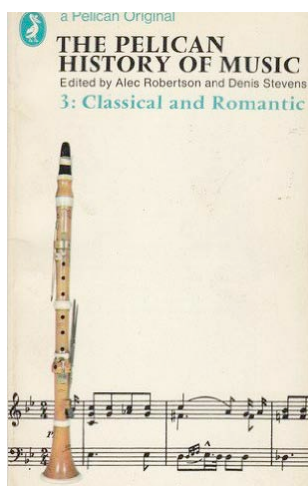


499.

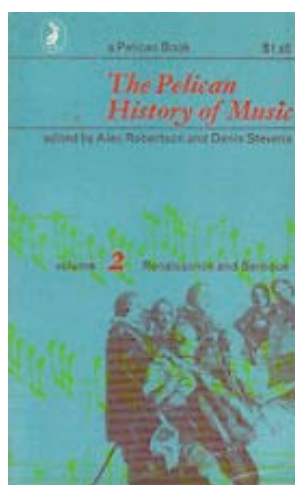
vender os direitos dos seus livros; «assim que obtinham um sucesso de vendas mal esperavam para ceder todos os direitos a outras editoras, por baixo valor». Segundo o autor esta foi a altura em que surgiram muitas edições em capa mole que, através de editoras, como a *Penguin*, se tornaram muito poderosas durante os anos 1950 e 1960, porque assim facilitavam o acesso do grande público a muitos livros e em enormes quantidades, e vulgarizando aqueles que eram «a nata» da lista de publicações de outras editoras.

Mas se a Penguin comprava muitos direitos de edição, também os vendia. Nomeadamente a Joaquim Figueiredo Magalhães que, segundo Catarina Portas (2008) precisou de boa parte da sua perícia social para conseguir os direitos de publicação para Portugal e Brasil dos cobiçados livros *Pelican*<sup>189</sup> As capas

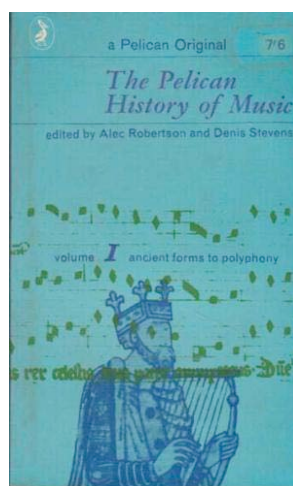
189 Numa história que Catarina Portas (2008) conta assim: «O nosso episódio preferido era a 'história do grande bluff' ou de como Joaquim Magalhães conseguiu arrancar à Penguin os direitos para Portugal e o Brasil da sua famosa coleção Pelican, que tantos dos seus pares cobiçavam à época. Para tal informou-se sobre os aposentos mais exclusivos na cidade de Londres e assim reservou por uma única noite a suite n.5 do Dorchester Hotel. «Tinha um hall extraordinário, com uma tapete que parecia uma savana,



500.



501.



502.



503.



504.



505.

500. *The Pelican History of Music 3*, de Alec Robertson e Dennis Stevens (eds.). Londres, Penguin, 1968

503. *História da Música «Pelicano» 3* de Alec Robertson e Dennis Stevens (eds.). Lisboa, Ulisseia, s/d.

501. *The Pelican History of Music 2*, de Alec Robertson e Dennis Stevens (eds.). Londres, Penguin, 1963

504. *História da Música «Pelicano» 2* de Alec Robertson e Dennis Stevens (eds.). Lisboa, Ulisseia, s/d.

503. *The Pelican History of Music 1*, de Alec Robertson e Dennis Stevens (eds.). Londres, Penguin, 1960

505. *História da Música «Pelicano» 1* de Alec Robertson e Dennis Stevens (eds.). Lisboa, Ulisseia, s/d.

deste livros da colecção *Pelican*, que Joaquim Figueiredo Magalhães tão astutamente negociou para Português eram, supostamente, iguais às das edições originais em inglês. Contudo, verificam-se diferenças, sobretudo na qualidade investida na tipografia que tinha, obrigatoriamente, de ser feita de novo por causa da mudança de idioma. Fazendo um paralelo entre as capas originais e as portuguesas podemos ver que não se trata de menos recursos no material ou na impressão, mas sim na educação visual e na atenção ao detalhe. «It's all in the touch» e «God is in the details», diziam Alvin Lustig (Heller, Cohen, 2010: 87), e Frank Loyd Wright, respectivamente. E tinham razão. No design é

daquelas em que as pessoas parece que se enterram até ao pescoço. E fez saber que, editor de passagem na cidade, gostava de se encontrar com Sir Allan Lane, o célebre dono da Penguin. Este, impressionou-se devidamente e mandou o Rolls Royce buscá-lo. Nesse almoço, Figueiredo de Magalhães convenceu-o. E ainda convidou Tom Maschler, o editor da Pelican, a vir a Portugal mas, para evitar a ruínosa diária no Ritz, sugeriu-lhe que fosse passar a semana a bordo do seu iate no Algarve. «A história espalhou-se. O Sir Collins já me queria dar a representação da Phaedon, a Carmen Bacelos procurou-me em Barcelona... Achavam que eu era o Onassis da edição!»



506.

506. Detalhes das diferenças no tratamento da tipografia nas capas originais da inglesa Pelican e nas edições portuguesas pela Ulisseia

frequente um resultado ou produto ser bom ou mau consoante o somatório ou o encadeamento de detalhes, também eles bons ou maus. A tipografia é, como já referimos anteriormente, ainda hoje, sobretudo em Portugal, uma disciplina, e sobretudo uma prática, muito desconsiderada e que torna frequentemente medíocre o resultado final de um projecto.

Neste caso concreto, analisemos as diferenças entre versões, original em inglês, e em português. No livro *Verdades e Mentiras da Psicanálise* o desalinhamento dos textos, o tamanho e composição das letras, a entrelinha e a própria escolha do tipo são francamente piores. Não faltará quem considere que são pormenores, mas tal conclusão é falsa. Tudo somado, o cabeçalho da capa inglesa — visualmente forte e coesa, legível a boa distância — torna-se fraco, desvanecido, frágil e inseguro na capa portuguesa. Comparando lado a lado ambas as capas, é por demais perceptível que quem compôs as letras e as linhas da versão portuguesa não percebeu a grelha nem a lógica de organização visual que estava a trabalhar.

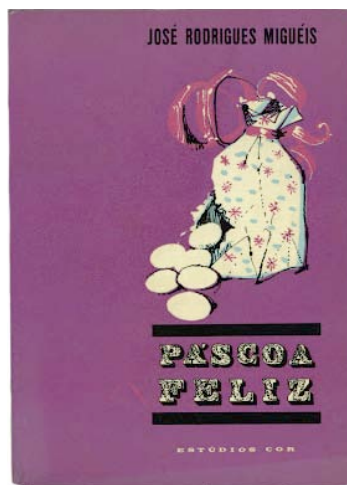
Já o escritor José Rodrigues Miguéis recorrentemente ao longo da década de 1960, se queixava, por carta de Nova Iorque, onde vivia, ao seu amigo José Saramago, em Lisboa. Lamentava não só o trabalho gráfico das capas, como também dos miolos dos seus livros, queixando-se tanto da composição. («O que mais abunda no texto são as letras desalinhasadas, talvez porque o linotipista trabalha à pressa»); como da impressão, que considerava fraca: «Seria bom chamar a atenção do impressor para as páginas que saíram baças, ou desiguais, por falta de tinta: algumas parecem enevoadas (...) a mania portuguesa de não imprimir PRETO, para a gente ler bem! Ou será que os leitores na verdade NÃO lêem, e por isso não se queixam? Tipos finos, de arame, espaços em barda, brancos, muitos brancos, impressão evanescente — tudo ao contrário do que a boa visão, a saúde do leitor e a boa tipografia recomendam no mundo bárbaro cá de fora! Mas enfim, eu já desisti de pregar estas coisas — e outras mais importantes...» (Miguéis, 2010: 84).



507.



508.



509.



510.

Ao longo destas cartas Miguéis confessa a sua admiração pelos tipos bodonianos e, na verdade, já Bodoni, séculos antes, dizia que «(...) quanto melhor se distinguem as letras, bem pretas, menos necessário é cravar o olhar sobre elas. Infelizmente, com os anos, o papel vai ficando mais escuro e a tinta vai desvanecendo. Não é mérito de uma boa impressão agradar só quando é nova».

A expressão de cansaço e os reparos gráficos que Miguéis aponta deveriam ser trabalho e responsabilidade de um profissional contratado para esse efeito, como se faz no controlo de qualidade na produção de qualquer objecto industrial por parte da gráfica, ou, melhor ainda, por parte da própria editora. Foi precisamente por esse motivo, e por aí, que começou o seu trabalho, na *Penguin*, o designer Jan Tschichold, mais de uma década antes<sup>190</sup>.

Segundo Eskilon (2012: 301-303), quando, em 1947, o alemão Jan Tschichold chegou à *Penguin* terá «herdado uma situação caótica» resultante das centenas de livros compostos «por uma grande variedade de pessoas». Contudo, tanto Eskilon (2012: 301-303) como Baines (2005: 57) referem que a sua estratégia de acção foi tudo menos «dogmática» ou «radical». Apercebendo-se que em Inglaterra, «excepto o trabalho desenvolvido por Morrisson para a *Monotype*», a qualidade das publicações não estava ao nível superior da Alemanha ou da Suíça, o designer e tipógrafo optou por criar um célebre folheto de quatro páginas ao qual chamou «Penguin Composition Rules», no qual reuniu um conjunto de orientações tipográficas que deveriam ser respeitadas na composição dos livros da *Penguin*, e que «unificavam o design de todos as colecções enquanto simultaneamente trazia harmonia e economia ao programa editorial» (Dou-

507. Capa de Infante do Carmo para *Páscoa Feliz*, 2a. ed. de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, Estúdios Cor, 1958.

508. Capa de Luís Filipe Abreu para *Onde a Noite se Acaba*, 2a. ed. de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, Estúdios Cor, 1959.

509. Capa de Luís Filipe Abreu para *Páscoa Feliz* de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, Estúdios Cor, 1965.

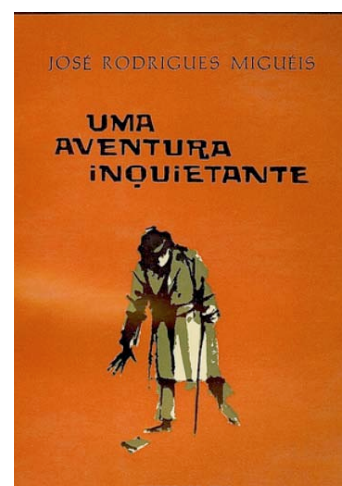
510. Capa de Manuel Correia para *Um Homem Sorri à Morte com Meia Cara* de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, Estúdios Cor, 1965.

190 «Os primeiros títulos da Penguin apareceram numa época em que os papéis do designer, do director de arte e do impressor não eram claramente diferenciados. As capas com bandas horizontais básicas, bem como o próprio pinguim, foram concebidos por Edward Young, que se tornou o primeiro Director de Produção. O código de cores, usadas para indicar o tema (ao princípio apenas laranja para ficção, verde para crime, azul escuro para biografias, rosa escuro para viagens e aventura, vermelho para dramaturgias) foi um aspecto do design do grafismo original que sobreviveu por muito tempo. (...) O preço era impresso não na própria capa, mas na sobrecapa, que em todos os demais aspectos era idêntica à capa que protegia» (Baines, 2005: 19).





511.



512.

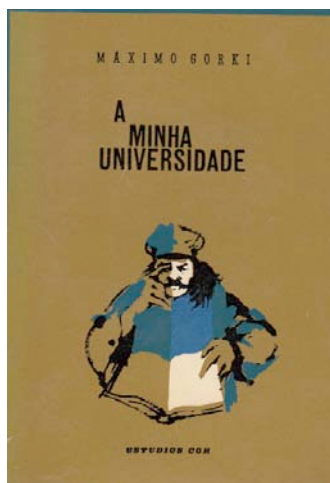
511. Capa de Manuel Correia para *A Escola do Paraíso* de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, Estúdios Cor, 1960.

512. Capa de Luís Filipe para *Uma Aventura Inquietante*, de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, Estúdios Cor, 1963.

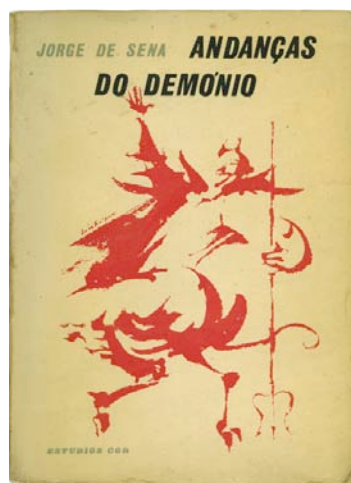
bleday, 2006: 15). Este documento, que circulou por todos os compositores e impressores envolvidos no desenho e impressão dos livros<sup>191</sup>, defendia que mesmo fazendo-se uso de tipos de letras diferentes se deveriam seguir normas relativas ao design, que incluíam indicações para detalhes como «tamanho, peso e posição de cada elemento tipográfico até ao desenho do logo (...) e ao cuidado colocado no espaçamento óptico das letras em caixa alta, tanto nas capas como no interior dos livros» (Baines, 2005: 57). E ainda entrelinhamento, pontuação, maiúsculas e versaletes, itálicos, folios, figuras, referências, notas de rodapé e a impressão de teatro e poesia (Doubleday, 2006: 15). Tschichold sistematizou e redesenhou ainda muitas capas, o que, em conjunto com o bom resultado gráfico dos miolos, originava livros cuja qualidade gráfica estava acima do que era habitual nos livros de produção em massa da época, assim pondo em prática o que William Morris tinha pregado, ainda no século XIX, mas não tinha conseguido praticar. «Não precisamos de livros pretensiosos para os endinheirados, precisamos é de mais livros comuns verdadeiramente bem feitos» dizia Tschichold (Eskilon, 2012: 301-303).

Já em Portugal, a José Rodrigues Miguéis, crítico da composição tipográfica dos seus livros, teria certamente agradado que a que a *Estúdios Cor* contratasse alguém para o controlo do design dos livros, que não tratasse apenas da revisão tipográfica: «Vejo que os tipógrafos recompuseram várias passagens para ajustar o número de linhas, e como sempre espacejando mais o texto. O ideal dos tipógrafos portugueses é fazer páginas brancas (...). Encontro

<sup>191</sup> Depois de definir esses padrões de design, Tschichold teve a responsabilidade de explicá-los aos grandes grupos de compositores e impressores de livros da Penguin, muitos dos quais mostravam pouco entusiasmo com o intenso nível de escrutínio e envolvimento no seu trabalho. A presença de Tschichold foi mais evidente nas salas de composição, locais que visitou frequentemente para fazer árduas revisões a arranjos tipográficos e paginações. Tschichold afirmou: «Todos os dias eu tinha que percorrer milhares de correções (frequentemente dez livros por dia). Fiz um carimbo de borracha: «equalizar o espaçamento das letras de acordo com seu valor visual». Foi completamente ignorado; os compositores manuais continuaram a espaçar as maiúsculas nas páginas de título (onde o espaçamento óptico é essencial) com espaços de igual espessura». Apesar da resistência inicial, Tschichold persistiu, e pode então centrar as suas energias no design de livros propriamente dito» (Doubleday, 2006: 15).



513.



514.

também o que já tinha notado nas provas (...): um número excessivo de viúvas, isto é, de linhas com uma só palavra! — cerca de 71 ou mais, das quais 27 são palavras cortadas!» (Miguéis, 2010: 199); sentindo a falta de alguém que fosse mais além, tal como a *Penguin* fizera com Tschichold. Contudo, assim não parece ter acontecido uma vez que o escritor continuou a apontar falhas, demonstrando ter conhecimentos tipográficos incomuns para alguém que não seria especialista em artes gráficas: «O tipo é exactamente o que eu não esperava! (...) É um tipo arame, velhote e espalhado, bom para publicações periódicas, e não para romance: falta-lhe o negro e o vigor e a sobriedade, um bocado ‘amador’ em suma. (...) Eu não quero luxo, mas um tipo sólido lisonjearia o leitor. Sou pelos tipos dedos, apertados, que prometem chorume ao comprador: como o 10 Bodoni, negro, que aí vimos (bem sei que é caro)» (Miguéis, 20120: 64,65).

Mas Miguéis (2010: 93) queixa-se a Saramago também das qualidades físicas dos livros:

«Depois, o aspecto gráfico e a manufactura. Lembra-se que objectei contra este tipo que se tornou agora, em Portugal e no Brasil, (...): florido, complicado, para mim detestável. Gráficamente, a escola (...) está abaixo dos vossos padrões. Papel muito grosso, a brochura e a costura, a impressão por vezes desigual. E a própria capa (nua, pálida, antiquada) (...). Já lhe falei na colecção da Ulisseia, veja a cartanagem que eles usam!, faz pensar nos paper-covers americanos. Sei que o meu amigo compreende o meu ponto de vista, e é natural que como autor e como pedagogo eu tenha estas preocupações gráficas.»

E Saramago respondia contrariando:

«(...) mas ainda aqui, e não é querer inventar escusas, podemos alegar alguma coisa em nossa defesa... O papel, por exemplo. Que é muito grosso, diz o meu querido Amigo. Mas o papel grosso é mais caro, e foi escolhido por fazer mais livro, por dar qualidade à edição. Reconheça que é pouca sorte nossa virar-se contra nós a boa intenção de fazer trabalho asseado... Não me diga, ao citar-nos a

513. Capa de Luís Filipe de Abreu, para *A Minha Universidade*, de Máximo Gorki. Lisboa, Estúdios Cor, 1963.

514. Capa de Luís Filipe de Abreu, para *Andanças do Demónio*, de Jorge de Sena. Lisboa, Estúdios Cor, 1960.

Ulisseia como exemplo para as cartonagens, que gostaria de ver os seus livros no papel que eles usam! Apesar de tudo, dos erros que praticamos, há diferenças, que diabo! A capa não é completamente feliz? Estamos de acordo, embora eu ache que (...) esteve muito perto da atmosfera do livro (o desenho original vale mais que a reprodução na capa, que saiu realmente baça, com pouca intimidade). Em todo o ocaso, penso que não é assim tão merecedora da sua severidade...» (Saramago, 2010: 100)

Ou justificando com o argumento dos custos:  
«Quanto à apresentação do livro (...) talvez se use um papel menos bom, mas nas linhas gerais será o mesmo estilo. Publicada isoladamente, com outra vestimenta, pareceria o princípio de uma nova colecção, e o tempo não vai — ainda que o contrário pareça a uns tantos Gallimards cá da terra — para colecções novas...» (Saramago, 2010: 35).

### 3.2.3. PROFISSÃO *do RISCO*<sup>192</sup>: DESIGNER

Desta época lembrada como ‘de ouro’, como já foi referido antes, são vários os autores que, destacam a qualidade dos trabalhos feitos. Contudo, se para Maria João Baltazar o período «entre os anos 50 e 70, o design português foi premiado por uma profíqua geração», a autora não especifica nomes, referindo genericamente «designers que realizaram, com particular sensibilidade e rigor, inúmeros projectos cuja relevância histórica importa conhecer e comunicar» (Baltazar, 2016: 30). Mas se Baltazar não particulariza, nas palavras de outros autores surgem, recorrentemente, os mesmos capistas. Vítor de Almeida (2009: 85) diz que «(...) há a destacar, neste período (...) Victor Palla e Sebastião Rodrigues como a mais representativa deste legado modernista ‘tardio’», deste último notando que «a obra separa-se da dos seus predecessores e, pela sua variedade, torna-se introdutora de um novo legado modernista em Portugal e, ao mesmo tempo, substitui o perfil dogmático que enformou as gerações anteriores de artistas». Contudo, o nome de António Garcia<sup>193</sup> também surge quando o autor (Almeida, 2009: 79) refere as influências recebidas do estrangeiro, em particular «do outro lado do oceano Atlântico».

192 António Garcia: «Tenho pena de a indústria nunca me ter batido à porta», desabafa o designer, que agora revisita cerca de 75 [anos?] dedicados ao «ofício», palavra que melhor se ajusta a uma trajectória diversificada, encetada a milhas da adopção do estrangeirismo «designer». «O designer era o que desejava, mas na verdade não há um correspondente directo em português. Talvez lhe possamos chamar «o risco», como se estivéssemos na «sala do risco» (<https://ionline.sapo.pt/263633>, consultado a 7 de Junho de 2017).

193 «Do outro lado do oceano Atlântico uma geração de designers modernistas, dos quais faziam parte Ben Shahn, Paul Rand, Lester Beall, Alvin Lustig e Alexey Brodovitch, começou a ser observada com especial atenção pelos designers europeus, designadamente, por alguns portugueses, como Sebastião Rodrigues, Victor Palla e também António Garcia. O jogo da tipografia e das cores encenado pelo desenho impunha-se face aos revivalismos europeus do pós guerra e ao conforto estilístico do racionalismo da tipografia suíça» (Almeida, 2009: 79).

Com Orlando da Costa<sup>194</sup> (1995: 82) a lista aumenta lembrando também Sena da Silva, António Garcia e Luís Filipe Abreu. Pedro Piedade Marques (2015: 9) recorda João Câmara Leme como alguém que «concebeu o esquema visual de algumas das mais perenes e ubíquas colecções de literatura em Portugal», destacando «tantos e tão espantosos exemplos de um designer cujos trabalhos fizeram parte do tecido da cultura visual portuguesa, nessa sua «década prodigiosa» de 60». Finalmente Bártolo (2015:5) refere, na década de 1950, a «qualidade das capas dos livros assinadas por Sebastião Rodrigues, Victor Palla, António Domingues ou João da Câmara Leme», lembrando ainda Paulo-Guilherme. Assim, ao cruzarmos as referências expostas, a «geração especial» do design de capas portuguesas inclui os sete nomes recorrentemente referidos: António Domingues (1921-2004), Victor Palla (1922-2006), António Garcia (1925-2015), Sebastião Rodrigues (1929-1997), Câmara Leme (1930-1983), Paulo Guilherme (1932-2010) e Luís Filipe de Abreu (n. 1935).

O grupo de designers escolhido para análise é então constituído por estes seis nomes e foi definido pela soma e cruzamento dos nomes mais frequentemente referidos por diferentes autores em estudos, artigos e colecções da área. Escolhemos entrevistar capas pelos designers que as desenharam, e não pelas editoras que as publicaram, por serem estes os profissionais mais próximos de nós e da nossa actividade, que suporta esta investigação. Também porque muitos dos designers desenharam para várias editoras tornando mais interessante ver a sua abordagem em clientes diferentes e, sobretudo, porque nos interessa aqui a perspectiva dos designers ainda iniciais, enquanto ilustradores, tipógrafos ou designers. Interessa-nos pois, que a investigação se debruce sobre a actividade, abordagem e perspectiva do designer, capista tal como praticada pelos seis nomes escolhidos, por serem os mais referidos e enquanto casos exemplares e merecedores de atenção.

De fora ficam outros que mereceriam atenção mas que, pelo facto de a quantidade de trabalho específico em capas não ser muito significativa, não são considerados. Pensamos sobretudo em nomes como António Charrua, Espiga Pinto, António Domingues, Infante do Carmo, Otelo Azinhais, Cândido da Costa Pinto, Octávio Clérigo, Adalberto Sampaio, Pilo da Silva, João Carlos, Manuel Correia, Lima de Freitas, Tossan, José Escada, Figueiredo Sobral. Deixada esta ressalva, faremos de seguida uma observação sintetizada e individualizada de cada um dos seis designers definidos.

Arriscando-nos a incorrer num erro de que já outros autores foram acusados, incluindo o próprio Meggs<sup>195</sup>, de criar grupos de nomes que incluem ou excluem outros, e de como esse aspecto poderá influenciar, em última análise,

194 «(...) Os mais reputados designers de então conhecidos no nosso mercado — Sena da Silva, António Garcia, Luís Filipe Abreu, Eduardo Anahory e Sebastião Rodrigues» (Orlando da Costa, in *Sebastião Rodrigues designer*, 1995: 82).

195 Philip Baxter Meggs (1942 – 2002) foi um designer gráfico norte-americano, professor, historiador e autor de vários livros sobre design gráfico, o mais reconhecido dos quais é a 'sua' *História do Design Gráfico*, cuja autoria partilha com Alston Purvis.

a consideração ou desconsideração imerecida<sup>196</sup>, passamos a analisar os seis capistas já anteriormente referidos.

### 3.2.3.1. VICTOR PALLA (1922 – 2006)

Victor Palla nasceu em Lisboa em 1922 e, embora tenha começado o curso de Arquitectura em Lisboa, veio a formar-se na Escola Superior de Belas-Artes do Porto<sup>197</sup>. Segundo as suas próprias palavras começou a desenhar capas ainda enquanto estudante: «Estava eu no 2º ano, o Francisco Tenreiro, que ia publicar um livro de poemas em Coimbra pediu-me que lhe desenhasse um boneco para a capa. O boneco lá saiu, e mal eu sabia que uma coisa tão simples ia condicionar o curso da minha vida»(Palla, 1986: 44). Na verdade, pouco depois assim começava essa mudança e Palla fazia a sua entrada para o mundo editorial português. Primeiro com a Coimbra Editora: «Quando a Coimbra Editora me escreveu a perguntar se eu queria fazer as capas dos livros, respondi logo, sem pestanejar: “sim, sim claro, quando quiserem”» (Palla, 1986: 45). Depois, ainda em Coimbra a editora Atlântida: «E lá corri eu os dois quarteirões que separavam a Coimbra Editora da Atlântida. Não se punha sequer a questão de fazer livros iguais aos da outra. Não. Era preciso o que agora se chama de um novo “visual” uma nova “imagem” (Palla, 1986: 46).

De capa em capa foi deixando rasto da sua autoria de tal forma que «Fui ouvindo dizer que estava a criar um estilo. Tudo isto eu percebi depois, porque na altura eu estava a cumprir um dos trabalhos que me ofereciam. (...) não sabia que estava a criar um papel tão ponderoso que até inventaram uma palavra: «capista». Para mim era uma das muitas coisas, quase um sub-produto, do que tinha de fazer». (Palla, 1986:45)

Mais tarde, já de Lisboa, em 1952, também a editora Gleba contacta o capista

«para estudar como voltar à actividade. Remoio o caso, um mês ou dois depois apresentei-lhes uma longa memória descritiva do que aconselhava: uma colecção de «livros de bolso». Foi a primeira vez

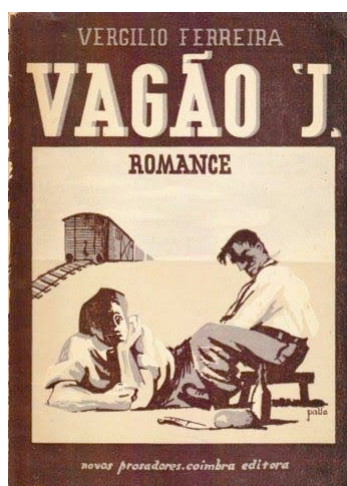
196 «A história do design fornece-nos terminologia, um atalho para reflectir sobre o design de uma época. Encontramos frases como «Escola de Nova York», sob a qual Philip Meggs, na sua «História do Design Gráfico», agrupa inovadores como Paul Rand, Saul Bass, ... A Escola de Nova York é composta por designers sobre os quais já chegamos a um consenso: a maioria de nós acredita que eles eram os grandes designers da década de cinquenta e sessenta. Mesmo assim, olhar para o seu trabalho dá uma visão muito enviesada e limitada dessas décadas. Se nos lembrarmos dos anos cinquenta e sessenta, sabemos que a maioria das coisas não pareciam ter sido desenhadas por Herb Lubalin. Estamos conscientes do elitismo contido na expressão Escola de Nova Iorque. E também sabemos, em primeira mão, de quão seletiva é a história do design a recordar» (Kalman et al, 1994: 25-26).

«A lente da história é simultaneamente uma forma de ver (ou incluir) e uma forma de não ver (ou excluir). Quando olhamos para trás, para épocas que estão além da nossa experiência e memória pessoal, estamos mais dependentes do que vemos pela lente. O que não vemos, de facto, não existiu». (Kalman et al, 1994: 26).

197 «Na segunda metade da década de 40 dispara uma propensão calorosa de reforma das artes e arquitectura, bem como o debate e reflexão da condição da sociedade em geral. Os artistas, arquitectos e escritores tiveram, assim, um papel fulcral nessa contenda, até porque eram os que tinham mais acesso ao exterior e à informação que lá existia. Em 1943, começaram a ter lugar as exposições do grupo dos independentes em que Victor Palla e outros alunos das Belas Artes do Porto foram especialmente dinamizadores» (Oliveira, 2007: 45).



515.



516.

que em Portugal essa característica teve nome expresso (havia livros que se podiam meter na algibeira, mas a expressão não era conhecida). Livros de bolso, autores estrangeiros e portugueses (quando inéditos). Sugeri títulos, marca, formato, autores, Depois dirigi a colecção, escolhi os livros, pedi direitos, traduzi alguns, fiz a publicidade e as relações públicas. Foram Os Livros da Três Abelhas, que o Lyon de Castro depois comprou. Incidentalmente também fazia todas as capas<sup>198</sup>» (Palla, 1986: 46).

Como já referimos antes, tal como tantos outros profissionais ligados às artes visuais do século xx português, exerceu não só a arquitectura, mas ainda um punhado de actividades próximas, como fotografia, cerâmica, pintura, tradução, edição, curadoria e capas de livros<sup>199</sup>, estas últimas, segundo Robin Fior (2005: 252), inicialmente para poder pagar os estudos em arquitectura, que concluiu em 1945, desenhando muitas capas de livros para as editoras de Coimbra, Atlântida e Coimbra Editora e cuja expressão estética denotava a sua entrada para o grupo neorrealista de Coimbra (Martins, 2011:123).

O neo-realismo nas capas de Victor Palla<sup>200</sup> está presente não apenas em termos temáticos e no objecto e cenas que escolhe para representar, pois

198 «Victor Palla concebia o livro no sentido literal da palavra, sendo o próprio a escrevê-los ou a traduzi-los. (...) Em suma, envolvia-se no todo projectual. Desde o conhecimento total dos conteúdos até a concepção visual e à produção gráfica» (Oliveira, 2007: 237).

199 Segundo Martins (2011:127) paralelamente foi ainda «cinéfilo, bibliófilo, poliglota e melómano».

200 O neo-realismo «impõe-se e por volta de 1945. No Diário do Porto *A Tarde*, surge uma página dedicada ao realismo, organizada por Júlio Pomar, Victor Palla e Fernando Lanhas, averbando a tendência. As exposições gerais de Artes Plásticas (...) em Lisboa, a partir de 1946. Facto que não se verificou durante muito tempo, pois a crise realista começava a sentir-se, quando alguns pintores passaram a integrar o movimento surrealista.

É neste encadeamento em ebulição que sugem as primeiras capas desenhadas e concebidas por Victor Palla. A ligação à corrente neo-realista ressalta no primeiro trabalho datado de 1942, *O Novo Cancioneiro*. Está patente de igual modo, nas primeiras capas da Editora Atlântida, na colecção *Antologia do Conto Moderno*, nem como em obras da Coimbra Editora» (Oliveira, 2007: 46).

515. Capa de Victor Palla para *Ilha de Nome Santo*, de Francisco José Tenreiro. Coimbra, Coimbra Editora, 1942.

516. Capa de Victor Palla para *Vagão J.*, de Vergílio Ferreira. Coimbra, Coimbra Editora, 1946.

Semelhanças de trabalhos de capistas portugueses e estrangeiros.

—

517. Capa de Alvin Lustig para *27 Wagons Full of Cotton*, de Tennessee Williams. Nova Iorque, New Directions, 1949.

518. Capa de Victor Palla para *Domingo à Tarde*, de Fernando Namora. Lisboa, Arcádia, 1962.

519. Capa de Max Bill para catálogo *USA baut*. Zurique, Kunstgewerbemuseum, 1945.

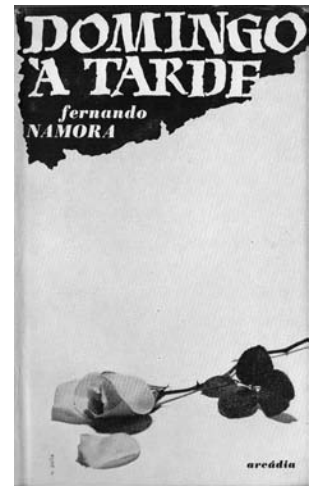
520. Capa de Victor Palla para *Encontro nos Infernos*, de Maurice Druon. Lisboa, Arcádia, 1961.

521. Capa de Alvin Lustig para *The Confessions of Zeno*, de Italo Svevo. Nova Iorque, New Directions, 1946.

522. Capa de Victor Palla para *As Escarpas do Medo*, de Luís Cajão. Lisboa, Arcádia, 1958.



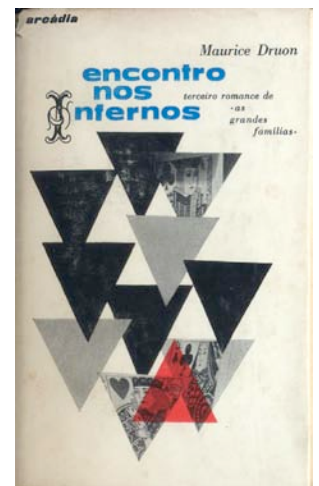
517.



518.



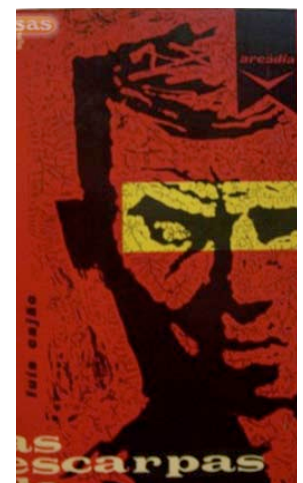
519.



520.



521.



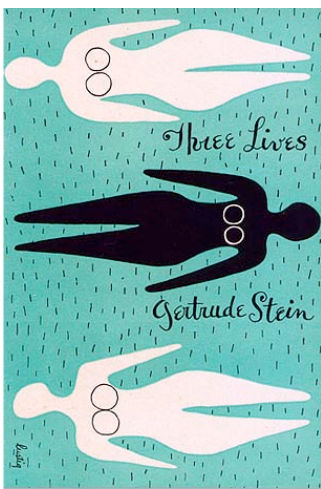
522.



523.



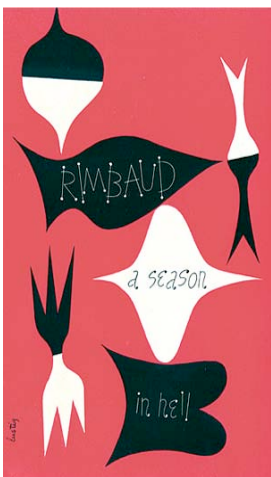
524.



525.



526.



527.



528.

523. Capa de Roy Kuhlman, para *The Hostage*, de Brendan Behan Nova Iorque, Grove Press, 1959.

524. Capa de Victor Palla para *Um Homem na América*, de André Bay. Lisboa, Arcádia, 1959.

525. Capa de Alvin Lustig para *Three Lives*, de Gertrude Stein, New Directions, 1945.

526. Capa de Victor Palla para *O Homem Nu*, de Francesco di Franco. Lisboa, Arcádia, 1960.

527. Capa de Alvin Lustig para *A Season in Hell*, de Rimbaud. Nova Iorque, New Directions, 1945.

528. Capa de Victor Palla para *Zezé lavrador de trigo*, Coimbra, Coimbra Editora, 1952.

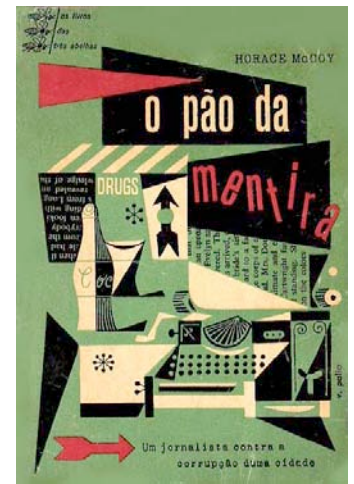




529.



530.



531.

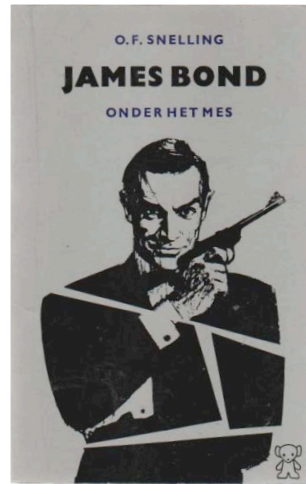
Semelhanças de trabalhos de capas portuguesas e estrangeiras.

529. Capa de revista *Shelf Appeal*. Reino Unido, 1936.

530. Capa de Alvin Lustig para newsletter *Staff*. Des Moines, Look magazine, 1944-1945



532.



533.

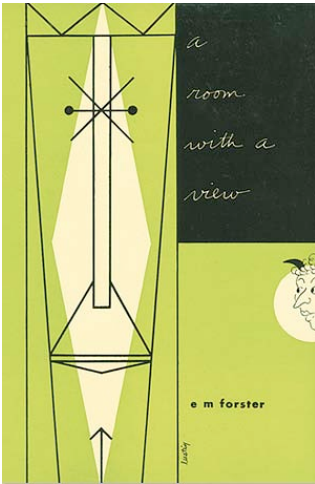


534.

533. Capa de Dick Bruna para *James Bond*, de O. N. Sneilling. Amestredão, Zwart Beertje, 1964.

534. Capa de Victor Palla para *O Homem Disfarçado*, de Fernando Namora. Lisboa, Arcádia, 1957.

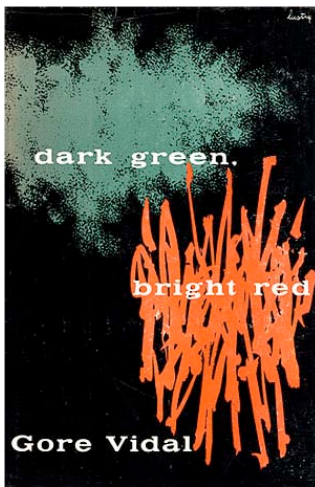
532. Cartaz de Saul Bass para *Anatomy of a Murder*, de Otto Preminger. Los Angeles, 1959.



535.



536.



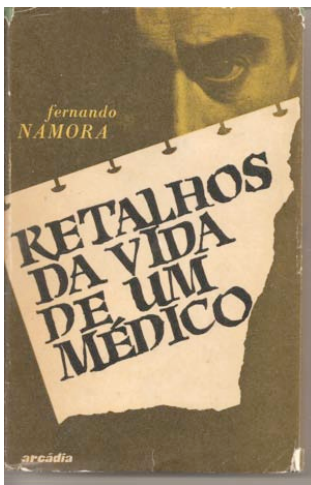
537.



538.



539.



540.

535. Capa de Alvin Lustig para *A Room With a View*, de E. M. Forster. Nova Lorque, New Directions, 1943.

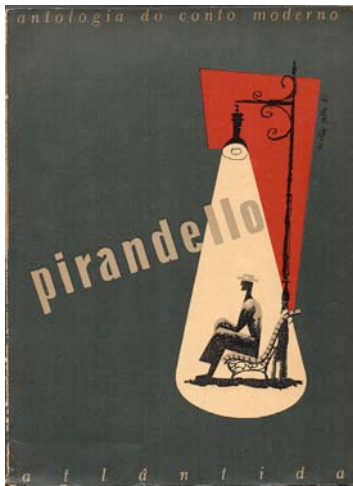
536. Capa de Victor Palla para *A Rapariga dos Olhos de Ouro*, de Honoré de Balzac. Lisboa, Arcádia, 1958.

537. Capa de Alvin Lustig para *Dark Green Bright Red*, de Gore Vidal. Boston, EP Dutton, 1950.

538. Capa de Victor Palla, para *O Livro das Sombras*, de Mário Braga. Lisboa, Arcádia, 1960.

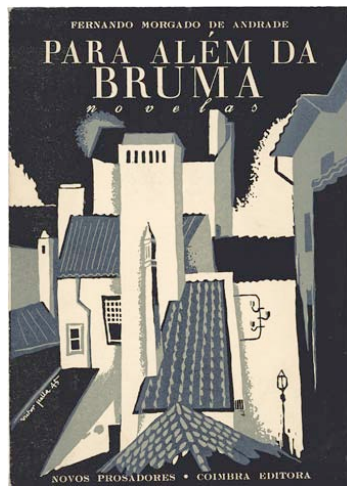
539. Capa de Alvin Lustig para *Miss Lonelyhearts*, de Nathaniel West. Nova Lorque, New Directions, 1946.

540. Capa de Victor Palla, para *Retalhos da Vida de um Médico* de Fernando Namora. Lisboa, Arcádia, 1960.



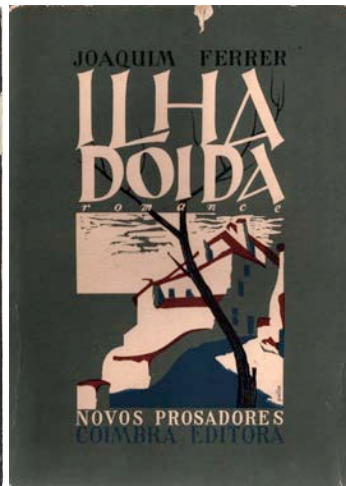
541.

541. Capa de Victor Palla para *Antologia do Conto Moderno — Pirandello*. Coimbra, Atlântida, 1953.



542.

542. Capa de Victor Palla para *Para Além da Bruma*, de Fernando Morgado de Andrade. Coimbra, Coimbra Editora, 1945.



543.

543. Capa de Victor Palla para *Ilha Doida*, de Joaquim Ferrer. Coimbra, Coimbra, 1945.



544.

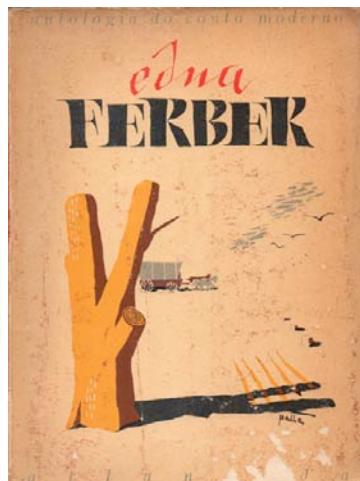
544. Capa de Victor Palla para *Uma Abelha na Chuva*, de Carlos de Oliveira. Coimbra, Coimbra Editora, 1953.

«são vários exemplos onde encontramos o enfoque no trabalho e nas classes mais desfavorecidas», como afirma Coutinho (2011: 7), mas também na forma e na técnica a que recorre fazendo «uso da cor saturada e do traço grosso e incisivo, o acentuar expressivo do gesto, o trabalho rude da figura, o exagero nas proporções do corpo, característica de uma linguagem de denúncia que Palla utiliza quando trabalha sobre autores ou títulos que se inserem nesta corrente» (Ibid, idem). A mesma autora (2011: 5) justifica as diversas qualidades estéticas de Palla com a sua multidisciplinidade, relacionando «a sua sólida sensibilidade espacial» com «diferentes enquadramentos arquitectónicos», a «simultaneidade de escalas», ou a «sucessão de planos de cor» com a sua formação como arquitecto e o seu «rigoroso sentido plástico»; e «um apurado sentido de composição», com a sua prática de pintura e fotografia. Robin Fior (2005: 194) lembra as suas palavras «neste período de faltas» acerca da abordagem ao desenho de novas capas para os livros da Atlântida e da Coimbra Editora: «É necessário ter aquilo a que hoje se chama de um novo “visual”, uma nova “imagem”. Decidimo-nos por livros que fossem grandes, vistosos, coloridos e brilhantes. Mas estávamos no fim da guerra. Eu queria cartolina brilhante, não havia nenhuma...»

Para além destas faltas materiais Fior refere ainda carências de outra natureza, e que não diziam respeito à capacidade técnica que, segundo ele, se verificava. «Em Portugal, existiam gravadores capazes de produzir blocos de meios tons de qualidade equiparável [a países mais desenvolvidos], e estavam disponíveis tipografias para as imprimir em papel» (Fior, 2005: 198). O problema era, sim, uma falta de cultura gráfica em Portugal que não terá ajudado a que mesmo tomando como exemplos objectos de excelente qualidade — vindos dos EUA e da Suíça — Palla nem sempre tenha conseguido obter tão bons resultados finais quanto os dos exemplares que admirava. Fior refere ainda, como reponsáveis, «a minúcia da configuração da máquina aponta para o constante declínio na formação do pessoal, no sub-investimento e manutenção de equipamentos, que foram objecto regular de alertas dos líderes da



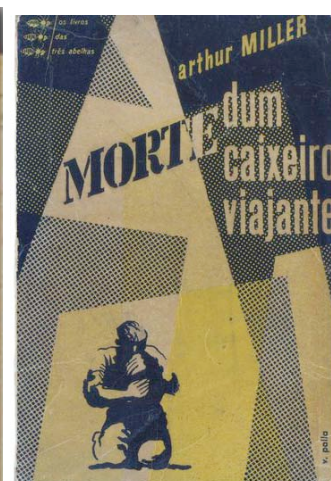
545.



546.



547.



548.

indústria durante mais de vinte anos» (*idem*). Palla terá pois sentido alguma distância entre o que procurava pôr em prática, fruto de aprendizagens e influências do estrangeiro, ainda segundo Fior (2005: 252), nomeadamente de Max Bill no que toca a tipografia e design de livros, e o que conseguiu. Embora, segundo Martins (2011:125), do curso sobre produção de livro que frequentou em Londres tenha trazido capacidades que o levaram a «fazer renascer, com Cardoso Pires, a *Editorial Gleba*. Segundo Fior (2005: 195–196), «pela influente e pioneira colecção *Os Livros das Três Abelhas* conquistou um leal conjunto de jovens seguidores que comprava os livros mal estes saiam, funcionando como um clube não oficial do livro, que era um fenómeno observável pela Europa nesse tempo (...)».

Segundo Sanches Oliveira desse mesmo curso frequentado em Inglaterra por volta de 1953, Palla poderá ter trazido uma nova consciência ou «especialização sobre estas questões do livro-objecto e da tipografia» funcionando como «um complemento daquilo que aprendera no contacto com as oficinas tipográficas, [e] o acesso aos catálogos de tipos e publicações da especialidade, que carinhosamente colecionava (...)» (Oliveira, 2007: 146).

Victor Palla desenhava muitas letras criando um universo gráfico que raia o vernacular, de uma tipografia caligráfica ou caligrafia tipográfica que, não sendo tipografia também não é caligrafia, mais se aproximando de *lettering* (de fantasia). Ainda Sanches Oliveira inclina-se a «enquadrá-lo na tendência daqueles que acreditam no papel dominante da tipografia como técnica de transposição da mensagem escrita», uma vez que Palla utilizava a tipografia aplicando-a «segundo as regras para ser lida, e expressiva quando precisava de gerar maiores focos de empatia e identidade» (Oliveira, 2007: 217).

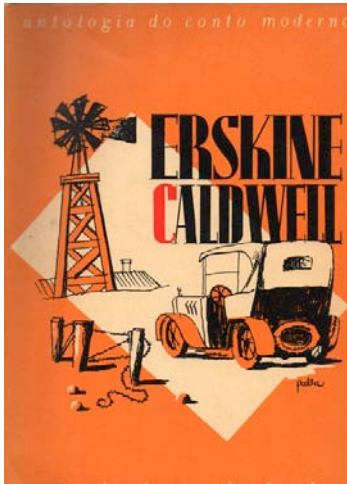
Num grande número das suas capas aquilo que, à primeira vista, aparentam ser caracteres tipográficos são, afinal, letras desenhadas à mão. É fácil verificar esta afirmação numa observação mais cuidada das letras em muitas das suas capas. Nesses exemplos, cujos títulos ou nomes dos autores repetem caracteres podemos observar que estes não são iguais, como deveriam ser se

545. Capa de Victor Palla para *Novos Contos da Montanha*, de Miguel Torga. Coimbra, Coimbra Editora, 1945.

546. Capa de Victor Palla para *Antologia do Conto Moderno — Edna Ferber*. Coimbra, Atlântida, 1953.

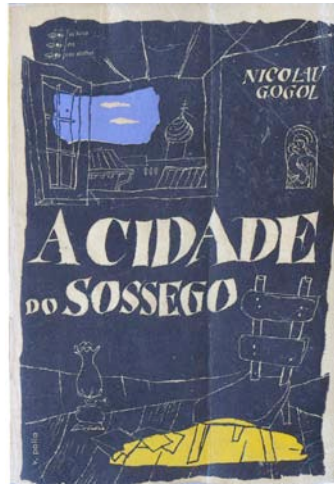
547. Capa de Victor Palla para *Histórias de Amor*, de José Cardoso Pires. Lisboa, Livros das 3 Abelhas, 1952.

548. Capa de Victor Palla para *Morte de um Caixeiro Viajante*. Lisboa, Livros das 3 Abelhas, 1952.



549.

549. Capa de Victor Palla para *Antologia do Conto Moderno* — Erskine Caldwell. Coimbra, Atlântida, 1946.



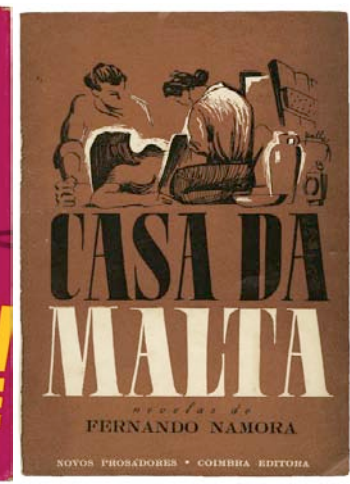
550.

550. Capa de Victor Palla para *A Cidade do Sossego*, de Nicolau Gogol. Lisboa, Livros das Três Abelhas, 1952.



551.

551. Capa de Victor Palla para *Peyton Place*, de Grace Metalious. Lisboa, Arcádia, 1958.



552.

552. Palla para *A Casa da Malta*, de Fernando Namora. Coimbra, Coimbra Editora, 1945.

fossem exemplares duplicados do mesmo carácter em chumbo. Não são por isso tipos móveis mas sim letras desenhadas. Na capa do livro *A Casa da Malta* é curioso verificar que os cinco A's presentes no títulos não são a reprodução mecânica da mesma matriz mas antes um desenho manual que tenta reproduzir o industrial.

Por vezes, alguns dos seus caracteres são diferentes, não só no desenho, mas também no seu tamanho relativo. Na capa do livro *Edna Ferber* incluído na colecção *Antologia do Conto Moderna* da *Coimbra Editora*, os R's elevam-se acima das restantes letras da mesma palavra; ainda na capa «Alcateia», de Carlos de Oliveira, tanto no nome do autor como no título do livro a letra «L» eleva-se acima das restantes.

Ainda no tratamento que Victor Palla dá às letras são de assinalar alguns casos localizados em que se verificam algumas fragilidades na tipografia<sup>201</sup>. Na série de capas datadas de 1958-60 da editora *Arcádia*, na sua colecção *Autores Estrangeiros*, os critérios determinados para a coleção e mantidos em várias das capas, nomeadamente o nome do autor composto integralmente em caixa baixa (minúsculas) é composto num tipo *script*; os títulos compostos num tipo *didone* destacam parte das suas palavras recorrendo, para isso, ao uso localizado de letras em caixa alta. Mas esta regra, mantida, e bem, em várias capas, é quebrada de forma pouco compreensível na capa de *Os Hóspedes Inesperados*, em que o destaque, ao invés de ser dado a uma palavra ou conjunto de palavras, é dado a três dos caracteres partilhados por duas delas. Neste caso Palla destaca-os aumentando-lhes o tamanho do caractere e não alterando a sua «caixa». No caso da capa do livro *A Noiva do Silêncio*, incompreensivelmente já não é aplicada qualquer variação ou destaque, sendo o título integralmente composto em caracteres de caixa baixa.

201 Talvez por nem sempre recorrer aos profissionais da tipografia, ou ter tido no passado, como já referimos, algumas más experiências com eles, Victor Palla «ao contrário dos relatos que contam, que muito do trabalho de composição era deixado para os compositores tipográficos, a intervenção de Victor Palla decorria, na maioria dos casos, até à últimas consequências» (Oliveira, 2007: 51).



553.

554.

555.

556.

557.

Na capa do livro *Pedro e João*, pelo contrário, o título é composto utilizando apenas caracteres em caixa alta.

Ainda digno de ser referida é a conjugação das letras com os fundos onde são aplicadas. É de notar um excesso de efeitos que resulta em desarmonia, no por vezes necessário e exigente jogo de perícia de design para obter um feliz convívio entre textos e fundos; entre letras e imagens. Sendo o contraste um dos princípios básicos do design, como explicar o desempenho tipográfico na capa do livro *O Segredo de Luca*. Nela, para além da perturbação da leitura provocadas pela variação caixa alta/caixa baixa, o texto é já sujeito a duas orientações diferentes, vertical e horizontal. A somar a estas fragilidades são de referir ainda mais dois aspectos que para ela contribuem: o poluído contraste do texto com o fundo dos primeiros e últimos caracteres do título. Não se chega a entender o que leva Palla a optar por tal disposição do texto, mas o resultado final do design da capa fica, sem dúvida, bastante comprometido.

Talvez se explique pela intensidade e volume de trabalho a que o próprio Palla faz referência: (...). Em 1958 foi convidado para ser designer de uma nova editora, a Arcádia, que estava a arrancar e tinha um programa de quatro ou cinco colecções, formatos ou estilos para desenvolver. Na Arcádia, «durante poucos anos fiz quase uma centena de capas. Fico cansado.(...) Sugiro Sebastião Rodrigues para continuar»(Palla, 1986: 46).

### 3.2.3.2. Sebastião Rodrigues (1929–1997)

Segundo as suas próprias palavras, Sebastião Rodrigues nasceu no Dafundo em 1929 e cedo começou a frequentar a tipografia do jornal onde o seu pai trabalhava (Rodrigues, 1995: 87). «Em 1940, exactamente depois da 4.ª classe, matriculei-me na escola Industrial Marquês de Pombal, no curso de serralheiro mecânico. Foram meus professores de desenho, na altura, Aires Carvalho, Calvet de Magalhães, Frederico Jorge e Frederico Aires (...)». Mas a serralharia mecânica iria, entretanto, deixar de ser o seu objectivo, voltando-se para

553. Capa de Victor Palla para *Alcateia*, de Carlos de Oliveira. Coimbra, Coimbra Editora, 1944.

554. Capa de Victor Palla para *Os Hóspedes Inesperados*, de Henrich Boll. Lisboa, Arcádia, 1960.

555. Capa de Victor Palla para *A Noiva do Silêncio*, de Constantine Amariu. Lisboa, Arcádia, 1960.

556. Capa de Victor Palla para *Pedro e João*, de Guy de Maupassant. Lisboa, Arcádia, 1960.

557. Capa de Victor Palla para *O Segredo de Luca*, de Ignazio Silone. Lisboa, Arcádia, 1959.



558

558. Capa de Sebastião Rodrigues para catálogo de *Salão dos Novíssimos*. Lisboa, SNI, 1959.



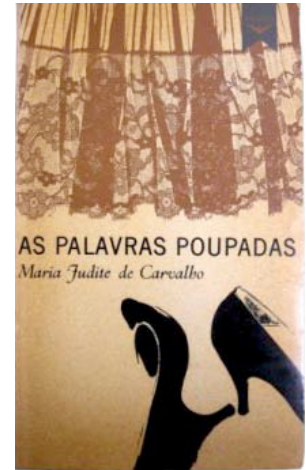
559

559. Capa de Sebastião Rodrigues para *A Fronteira*, de Uwe Johnson. Lisboa, Arcádia, 1963.



560

560. Capa de Sebastião Rodrigues para *Berlim Cidade Refém*, de John Mander. Lisboa, Arcádia, c.1963.



561

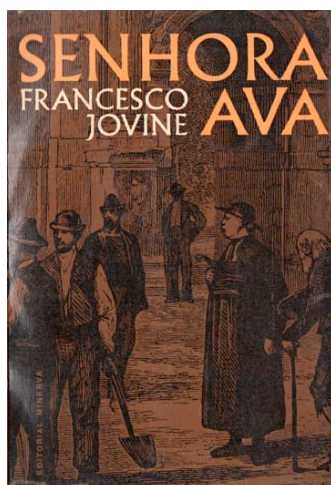
561. Capa de Sebastião Rodrigues para *As Palavras Pougadas*, de Maria Judite de Carvalho. Lisboa, Arcádia, 1961.

as artes gráficas: «Em 1945 resolvi tornar-me profissional. Fui para a APA — Agencia de Publicidade Artística...» (Rodrigues, 1986: 63).

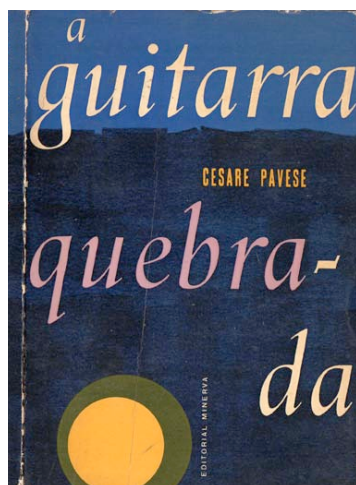
Segundo Vítor de Almeida (2009: 86) a sua formação não foi diferente da de tantos outros artistas gráficos da época, tendo entrado no «*mundo das artes* através do relacionamento com algumas personalidades que circulavam nas instalações do jornal monárquico *A Voz*, junto às instalações da APA», onde veio a trabalhar, em 1946. E embora por um período curto, terá durado tempo bastante para ter sido, segundo palavras do próprio Sebastião Rodrigues, «uma escola para ele». Essa experiência «permitiu-lhe aprender com muitos mestres e aproveitar as oportunidades que escasseavam para qualquer jovem aprendiz». Daí terá passado para o SNI, onde terá trabalhado junto a uma geração já lançada de artistas gráficos como *Fred Kradolfer*, *Bernardo Marques*, *Carlos Botelho*, e o francês *Paul Colin* que, segundo Almeida (2009: 87), «dominavam o panorama lisboeta, marcadamente conservador das artes gráficas», mas que «dispunha de um vasto leque de contactos» que lhes deu acesso a projectos de envergadura nacional e internacional<sup>202</sup>. Contudo, segundo Cristina Azevedo Tavares (1995: 30) «para além de Sebastião Rodrigues se reconhecer numa concepção do grafismo moderno, que Bernardo Marques, Tom ou Carlos Botelho haviam integrado, teve necessidade de ir mais longe.»

De Sebastião Rodrigues disse o seu par profissional António Garcia que «(...) como gráfico, na minha opinião, era um indivíduo sem grandes influências» (Fragoso, 2009: 531). Contudo parece haver indicadores de que não terá sido tanto assim. Na verdade, Sebastião Rodrigues era significativamente mais jovem que os nomes atrás referidos, excepto de Victor Palla, de quem a diferença de idades era de sete anos apenas. Talvez tenha sido esse o factor de proximidade e, por isso, ele reconhecesse neste último uma referência mais

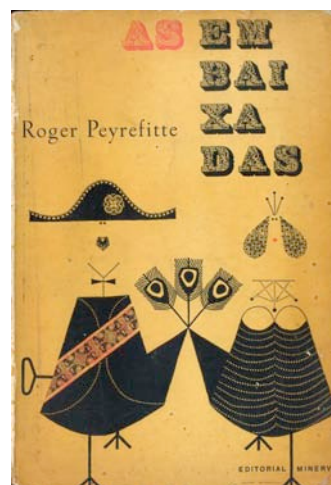
202 «Entre 1937 e 1958, permitiu-lhes projectar os pavilhões de Portugal, na Exposição Internacional de Paris em 1937 (...), na Exposição Internacional de São Francisco e de Nova Iorque em 1939(...). O grupo integrou ainda as equipas da Exposição do Mundo Português, em 1940, e da Exposição Mundial de Bruxelas em 1958» (Almeida, 2009: 87).



562.



563



564.



565.

fresca, aproximada da linha inglesa e, sobretudo, norte americana. Assim refere também novamente Cristina Azevedo Tavares (1995: 30) lembrando que Sebastião Rodrigues articulou neste período a sua formação técnica. Bártolo (2016: 45) confirma lembrando as visitas a tipografias e oficinas pois Sebastião Rodrigues «passava quase tanto tempo nas oficinas gráficas (fazendo testes, acertando cores, discutindo soluções com os mestres tipógrafos) como no estirador... recebendo influências de novas linhas americanas do design, através de Victor Palla. (Bártolo, 2016: 30): «Por um lado, explorando as potencialidades oferecidas pela nova tecnologia *off-set*, por outro, vinculando-se a um tipo de grafismo mais da tradição inglesa e americana, permitindo-lhe uma manipulação de design, senão vanguardista, pelo menos francamente diferente e inovadora. Concepção igualmente professada por Victor Palla, por exemplo». (Bártolo, 2016: 30). Nas palavras do próprio Sebastião Rodrigues terá sido Victor Palla quem mais o influenciou, sobretudo no trabalho com capas de livros:

«Quando entrei para a profissão fui para a APA. Aquele ano para mim foi muito intenso. Eu tentava absorver o mais possível. Foi um período em que apareceu um grupo liderado por Victor Palla, que fez a grande ruptura entre as antigas capas de livro, e as novas feitas pelo Victor Palla. E eu admirava muito o Victor Palla. O Victor Palla era do grupo neo-realista de raiz americana, e foi das pessoas que mais me influenciou, tanto no aspecto formal como na própria mensagem e grafismo. Depois houve um americano que também teve a sua influência sobre o meu trabalho, que era o Alvin Lustig, um gráfico norte americano» (Rodrigues, 1995: 94).

Sebastião Rodrigues refere Saul Bass cujos genéricos de filmes gostava de ver e com quem partilhava o interesse por peças de arqueologia. Contudo, não apenas Saul Bass, mas também Alvin Lustig e Paul Rand, foram importantes referentes para o designer português. Estes últimos, por sua vez, assumiam as influências que recebiam de artistas europeus. É interessante notar que o jogo

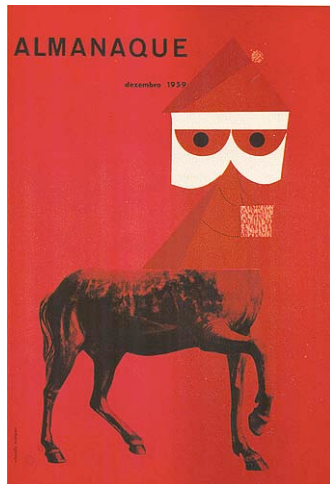
562. Capa de Sebastião Rodrigues para *Senhora Ava*, de Francesco Jovine. Lisboa, Minerva, 1965.

563. Capa de Sebastião Rodrigues para *A Guitarra Quebrada*, de Cesare Pavese. Lisboa, Minerva, 1960.

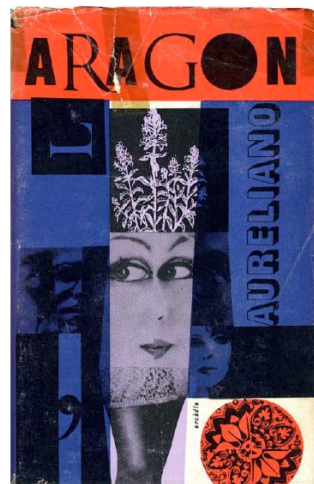
564. Capa de Sebastião Rodrigues para *As Embaixadas*, de Roger Peyrefitte. Lisboa, Minerva, 1960.

565. Capa de Sebastião Rodrigues para *Um Leito Nas Trevas*, de William Styron. Lisboa, Minerva, 1962.

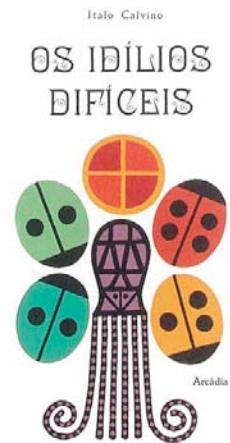




566.



567.



568.

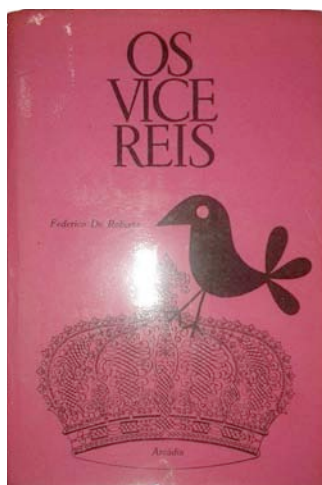
566. Capa de Sebastião Rodrigues para revista *Almanaque*. Lisboa, 1959.

567. Capa de Sebastião Rodrigues para *Aureliano*, de Louis L. Aragon. Lisboa, Arcádia, s/d.

568. Capa de Sebastião Rodrigues para *Os Idílios Difíceis*, de Italo Calvino. Lisboa, Arcádia, 1962.

de influências se processava em diversos sentidos e direcções: da Europa e dos Estados Unidos que, por sua vez, as tinham recebido da Europa como também era assumido pelo próprio Paul Rand, que afirmava: «Eu sei que nas outras agências ninguém andava a fazer isto», admitiu Rand, «mas nunca pensei que fosse um grande feito, porque eu estava simplesmente a fazer o que se fazia na Europa» (Heller, 1999: 34). Sebastião Rodrigues forma-se, enquanto artista gráfico, num caldeirão de contrastes. «Assim se fez ele como artista e criou a unidade de expressão que o tornou inconfundível. O estirador como lugar de iniciação. O desenho e a tipografia. O livro e o cinema como configurações culturais» (Pires, 1995: 15). Por um lado a aprendizagem técnica — que absorve nas muitas horas que passou nas oficinas tipográficas — por outro, a aprendizagem estética — que recebe dos seus predecessores no ambiente nacionalista decorativo do SNI. Por outro ainda, de Victor Palla e de algumas referências que iam chegando do estrangeiro, reforçadas por algumas viagens que fez a outros países. Segundo Robin Fior (1995: 47-51): «O mundo gráfico lisboeta dos anos 50 não era uma ilha totalmente isolada no fim da Europa, como se poderia imaginar: revistas e livros apareciam nas livrarias de arte e eram comprados e estudados cuidadosamente». E no amplo leque de influências reconhecíveis no trabalho de Sebastião Rodrigues, Fior identifica, entre outros, a pintura de Klee e de Amadeo, os genéricos para filmes de Saul Bass, desenhos animados da *United Productions of America* (UPA), ou Alvin Lustig. Estas influências externas foram reforçadas por idas ao estrangeiro (Brasil, Itália, Bruxelas, Finlândia) e podem parecer algo paradoxais pois expondo-o ao exterior, «ajudaram-no na sua busca de identidade cultural e de contrição da sua 'Portugalidade' pessoal. Para Sebastião Rodrigues que trabalhava para o SNI com um folclore empacotado, a busca duma cultura verdadeiramente tradicional foi uma necessidade profissional<sup>203</sup>» (Fior, 1995: 47-51).

203 «Como ilustração desse distanciamento e da procura de referências úteis à actividade na assunção de que as várias componentes metodológicas do projecto deveriam ser desenvolvidas pelo designer, no início da década de 1960, Sebastião Rodrigues fez uma reconhecimento fotográfico do norte do país com o



569.



570.

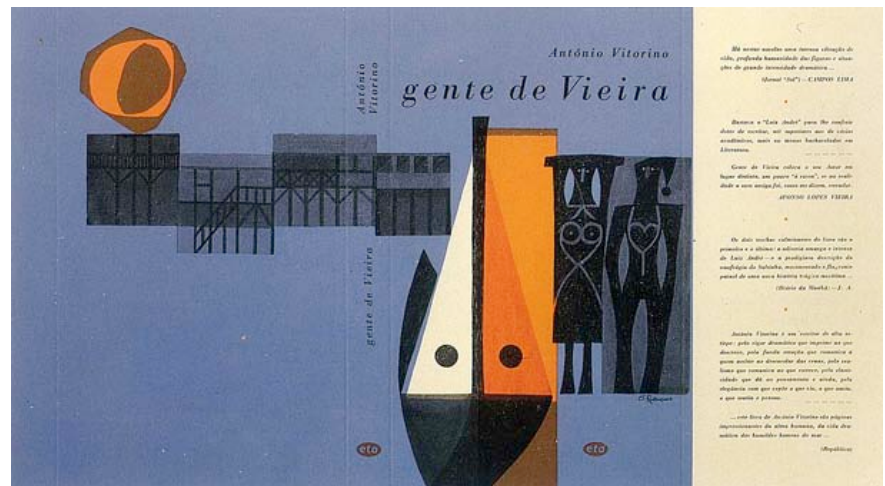
Consta que Sebastião Rodrigues não gostava de viajar e na sua monografia podemos ler uma ideia curiosa. Viajar só nos é útil se conseguirmos aprender com o que vimos lá fora a relacionar o que temos cá dentro, ou seja, não faz sentido projectar para dentro o que se vê lá fora, mas sim trazer essa novidade para percebermos o que temos e o que devemos manter ou alterar. Não se trata de importação de coisas, mas sim de um ganho de visão à distância sobre nós próprios, uma espécie de vista de pássaro que nos permite analisar e perceber o que estamos por vezes demasiado viciados por sobreexposição para podermos ter um olhar fresco e crítico necessário à evolução. Fernando Pessoa dizia algo aproximado questionando-se para que havia ele de ir à muralha da China se quando lá chegasse se iria encontrar apenas a ele próprio?

«Sebastião Rodrigues sabia que *ser culto é ser de um sítio*» (Silva, 1995:24). Sítio de onde se parte para outras terras que iremos ver com os olhos com que nascemos. O cinema e os livros, a música e o teatro permitem-nos ir mais longe que os aviões a jacto e regressar à origens em qualquer momento. Para a desprovincianização efectiva dos nosso comportamentos, as viagens a lugares distantes não deixam de ser úteis; mas corremos o risco de nos tornarmos «provincianos» de Milão, ou «provincianos» de Paris, de Osaka ou de Barcelona». É na confrontação regular com o meio onde nascemos e no interesse permanente pelas coisas próximas e distantes, que podemos encontrar o sentido da cultura que vamos construindo. Para Sebastião Rodrigues, o material para a comunicação — como embrião ou peça acabada — está em todo o lado; pron-

569. Capa de Sebastião Rodrigues para *Os Vice Reis*, de Frederico de Roberto. Lisboa, Arcádia, 1963.

570. Capa de Sebastião Rodrigues para *Ciências da Natureza*, de Rómulo de Carvalho. Lisboa, Sá da Costa, 1972.

apoio de uma bolsa de seis meses concedida pela Fundação Calouste Gulbenkian» (Almeida, 2009: 83–84). «À semelhança da revista *Almanaque* destaca-se também (...) a revista *Binário*, com início da publicação em 1958, sob a direcção de Manuel Taíña, a revista debate a incapacidade do discurso do Movimento Moderno entender a importância das narrativas locais. [...] A influência do 'regionalismo crítico' alastrou-se aos designers pela via directa, através dos ateliers de arquitectura. Deste modo, o contacto com as 'origens' populares fora dos programas patriótico-clerical do Estado Novo, do universalismo neo-realista, e do individualismo surrealista, fez com que alguns designers portugueses encontrassem a tradição histórica dos lugares e as múltiplas escalas da atividade humana que, nos anos de 1960, os levaria a distanciarem-se naturalmente do modernismo local/regional do Estado Novo (Almeida, 2009: 83).



571.

571. Primeira capa de Sebastião Rodrigues. *Gente de Vieira*, Lisboa, ETA, 1949.

to a ser usado, manipulado, subvertido ou valorizado como genuíno produto cultural (Sena da Silva, 1995:24).

A palavra 'genuíno' é, no trabalho de Sebastião Rodrigues muito significativa. Por não tentar produzir um trabalho cujo resultado fosse parecer o de outros designers de outros países, Sebastião Rodrigues filtrou as influências que recebeu, orientando-as mais para o modo de pensar, relacionar, compor e até brincar, do que no desenho ou resultado final. A influência está presente mais no processo do que no resultado. E é esse aspecto, a nosso ver, que torna a obra de Sebastião Rodrigues tão especial e valiosa: não ficou datada, não perdeu carácter, nem geografia, nem sentido de oportunidade, porque continua a fazer sentido a abordagem que fez dando uso ou usos, por vezes quase em jeito de homenagem, ao que era genuinamente português, do seu sítio e da sua cultura. A abordagem era nova e moderna, contudo a matéria era intemporal. Ao não optar pela cópia seguidista e oca, Sebastião Rodrigues deu ao design português a oportunidade de se expressar em português, com símbolos, padrões, signos e formas portuguesas.

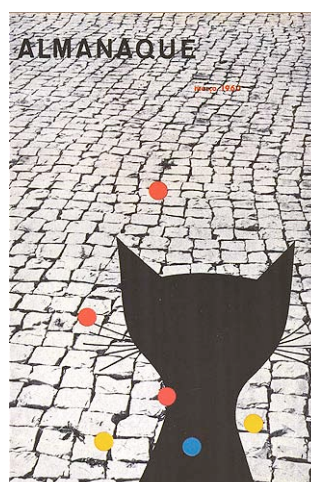
E sobretudo marcou a diferença, por fazê-lo sem recorrer às perspectivas e abordagens gráficas saudosistas «(...) da superficialidade anteriormente imposta (...)» como referia Fernando Azevedo (1995: 35–45). Apesar disso, segundo Vítor de Almeida (2009: 84–85), foi «o contacto que Sebastião Rodrigues estabelece com a estetização popular, que vinha da geração da *Exposição do Mundo Português* (1940), que lhe permitiu intensificar a pesquisa em redor dos motivos populares, fossem estes históricos ou populares, até se tornarem uma marca identitária do seu trabalho». E o primeiro autor defende que Sebastião Rodrigues foi responsável pela 'subida' ou ascensão das categorias do popular, da etnografia e do folclore a algo mais considerado, ao «valor dos mitos» passando a valer como «imagens residuais, culturalmente profundas e assim justificadas», e usando-as como «o seu arsenal manejável, o seu léxico, o seu vocabulário essencial, a sua escrita e o seu imaginário, sobretudo». E um outro, Pires (1995: 15) refere que Sebastião Rodrigues «descobriu na etnografia e na



572.



573.



574.

arqueologia um fascinante território de achados motivadores e os museus Leite de Vasconcelos e o de Arte Popular tornaram-se santuários obrigatórios das suas interrogações às formas e ao tempo português. Símbolos, siglas, elementos totémicos, tudo isso viria depois a influenciar as suas composições, enriquecendo-as de novidade e identificando-as ainda mais com a nossa tradição cultural.»

É pois com Sebastião Rodrigues que o imaginário visual português, popular e arqueológico é revitalizado e aproveitado por todas as frentes: usado e transformado como matéria e resultando em mensagem. Assim descrevia Sena da Silva (1995:23) o modo de operar de Rodrigues: «A qualidade e a poética da comunicação eficaz orientam todo o seu trabalho. Para isso vale tudo! A pesquisa iconográfica, a harmonização de sinais com as origens mais inesperadas, o recurso a uma paciência quase ilimitada para a práticas artesanais julgadas indispensáveis e — porque não? — um virtuosismo deliberadamente afirmado, mas nas doses certas...».

Esta abordagem culta de Rodrigues que se, por um lado, respeita, por outro apropria-se e altera as referências e a história da cultura local e do passado, sentindo-se suficientemente confiante para saber ‘brincar’ e ‘usar-se’ delas, como sucedia em Paul Rand, que ele admirava. Ambos recebem influências modernistas e talvez porque as quebram, respeitando os seus próprios princípios cultos, históricos e humorados, as suas obras se tornaram especiais para nós e lhes reconhecemos uma voz própria.

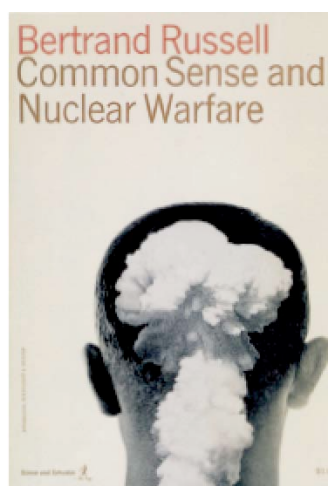
Existem, aliás, outras semelhanças ou proximidades no trabalho destes dois designers. Talvez o mais importante seja um sentido de humor que aplicavam com espírito brincalhão na abordagem que faziam à visualidade<sup>204</sup>. Talvez

572. Capa de Sebastião Rodrigues para *Portugal o Mediterrâneo e o Atlântico*, de Orlando Ribeiro. Lisboa, Sá da Costa, 1963.

573. Capa de Sebastião Rodrigues para *Poesias Completas* de António Gedeão. Lisboa, Sá da Costa, 1983.

574. Capa de Sebastião Rodrigues para revista *Almanaque*. Lisboa, 1960.

204 Se podemos reconhecer em Sebastião Rodrigues (segundo Fior e Almeida) um caso particular na absorção e expressão do modernismo, em Rand há outros autores, como Drew e Sternberg (2005: 63) que defendem algo parecido reconhecendo que, neste designer, «a sua abordagem caprichosa ao design fornece algumas importantes visões na interpretação americana do design modernista». Tal como Alvin Lustig, Rand encarava o design enquanto um meio legítimo de se expressar criativa e individualmente. Recorrendo àquilo a que ele próprio chamava de «play instinct» quando se referia a essa abordagem humorada ao trabalho e que, apesar da expressão poder indicar alguma ligeireza, estava longe de significar um modo de trabalho superficial. A brincadeira, a intuição, e a espontaneidade eram componentes sérias



575.



576.

Semelhanças de trabalhos de capas de capistas portugueses e estrangeiros.

—

575. Capa de Brownjohn, Chermayeff, Geismar para *Common Sense and Nuclear Warfare*, de Bertrand Russell. Nova Iorque, Simon and Schuster, c.1957-1960.

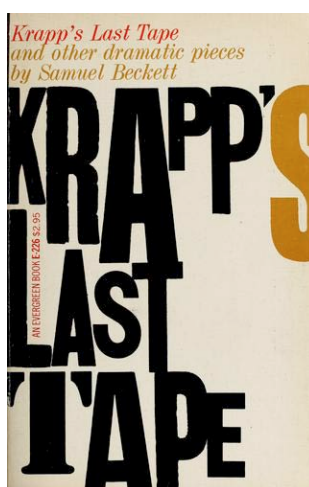
576. Capa de Sebastião Rodrigues para *Senso Comum e Guerra Nuclear*, de Bertrand Russell. Lisboa, Ulisseia, c.1963.

577. Capa de Roy Kuhlman para *Krapp's Last Tape, and Other Dramatic Pieces*, de Samuel Becket. Nova Iorque, Grove Press, 1960.

578. Capa de Sebastião Rodrigues para *Frente Argelina*, de Herbert Steinhouse. Lisboa, Ulisseia, 1962.

579. Capa de Roy Kuhlman para *Ping Pong*, de Arthur Adamov. Nova Iorque, Grove Press, 1959.

580. Capa de Sebastião Rodrigues para *Pierrot meu Amigo*, de Raymond Queneau. Lisboa, Minerva, 1961.



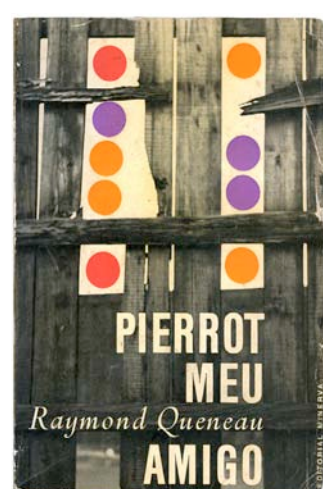
577.



578.



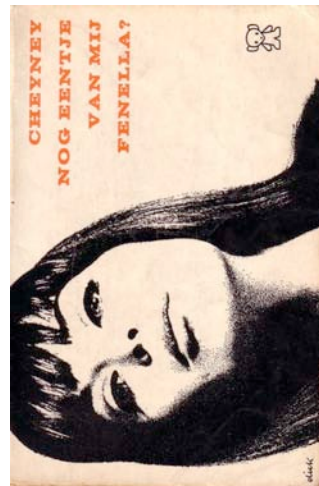
579.



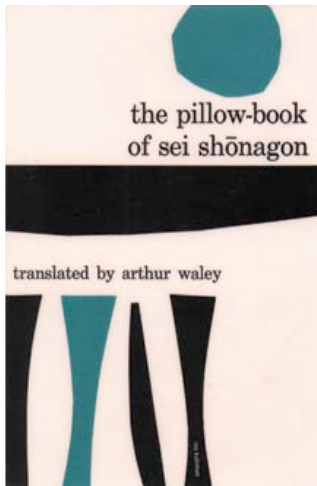
580.



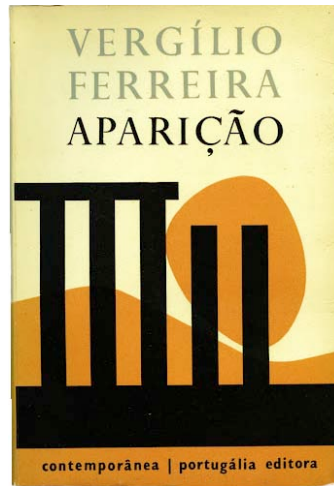
581.



582.



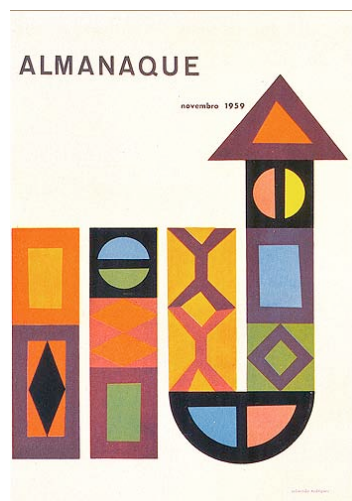
583.



584.



585.



586.

581. Capa de Sebastião Rodrigues, para *Os Anões Gigantes*, de Gisela Elsner. Lisboa, Arcádia, 1965.

582. Capa de Dick Bruna, para *Nog eentje van mij Fenella?* de Peter Cheyney. Amsterdão, A.W. Bruna & Zoon, 1967.

583. Capa de Roy Kuhlman para *The Pillow-book of Sei Shonagon*. Nova Iorque, Grove Press c. 1952-53.

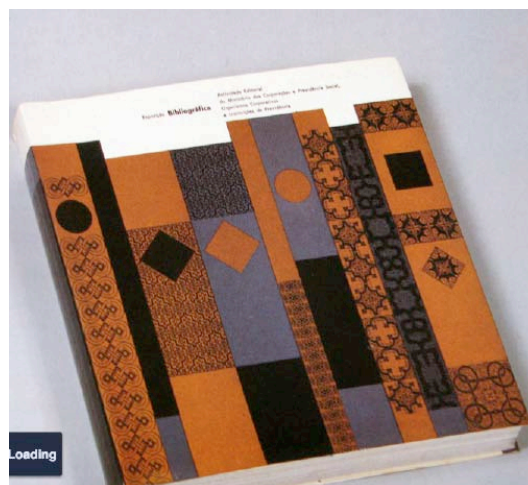
584. Capa de Sebastião Rodrigues para *Aparição*, de Vergílio Ferreira. Lisboa, Portugália, 1960.

585. Capa de Albert Squillace para *Creative America*, Nova Iorque, Trident Press, 1962.

586. Capa de Sebastião Rodrigues para revista *Almanaque*. Lisboa, 1959.



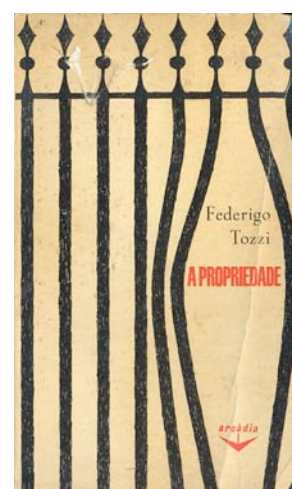
587.



588.



589.



590.

Semelhanças de trabalhos de trabalhos de capas portuguesas e estrangeiros.

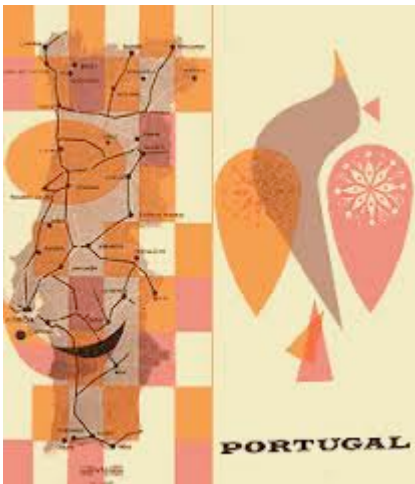
—

587. Capa de Giusti para revista *Holiday*. Filadélfia, The Curtis Publishing Company, 1957.

588. Capa de Sebastião Rodrigues para catálogo de *Exposição Bibliográfica*. Lisboa, Ministério das Corporações, 1966.

589. Capa de Roy Kuhlman para *A Walker in the City*, de Alfred Kazin. Nova Iorque, Grove Press, c.1951.

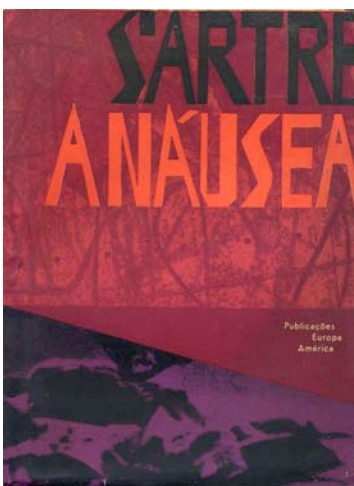
590. Capa de Sebastião Rodrigues para *A Propriedade*, de Federigo Tozzi. Lisboa, Arcádia, 1961.



591.



592.



593.



594.

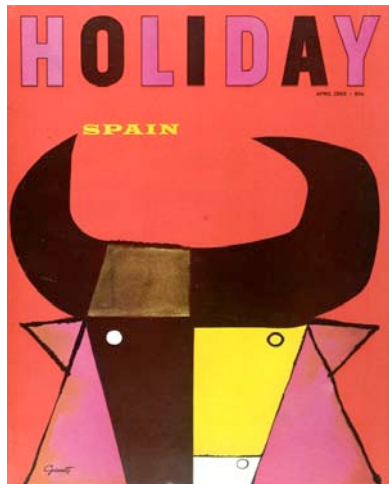
591. Design de Sebastião Rodrigues para desdobrável *Portugal*. Lisboa, Secretariado Nacional da Informação, s/d.

592. Capa de George Giusty para revista *Interiors*. Nova Iorque, 1952.

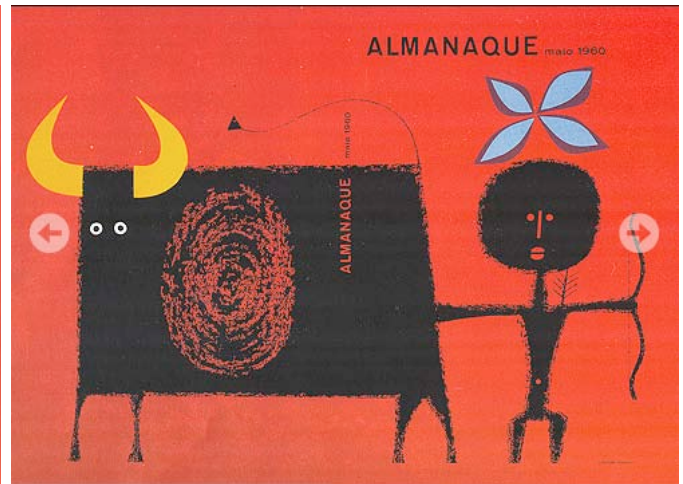
593. Capa de Sebastião Rodrigues para *A Náusea*, de Jean Paul Sartre. Lisboa, Europa-América, 1964.

594. Capa de Roy Kuhlma para *Look Out, Whitey! Black Powers Gon' Get Your Mama!*, de Julius Lester. Nova Iorque, Grove Press, 1969.





595.



596.

Semelhanças de trabalhos de capas de revistas portuguesas e estrangeiras.

595. Capa de Giusty para revista *Holiday – Spain*, Abril de 1965.

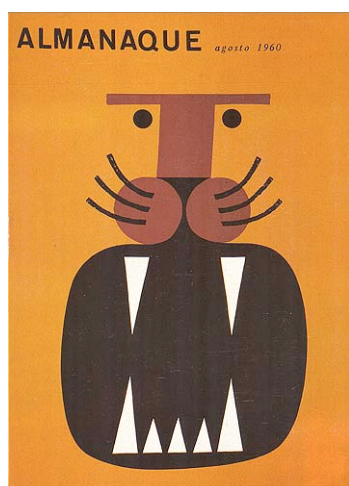
596. *Almanaque*, capa de Sebastião Rodrigues, Maio de 1960.

tenha sido precisamente este lado lúdico e brincalhão do modernismo, em especial do americano, que mais serviu a Sebastião Rodrigues pois são vários os testemunhos de seus contemporâneos que referem o seu «humor-ironia, o traço mais subtil e o mais indelével do seu desenho e da sua lucidez...» e «(...) O humor, pois. Entre o mais, foi essa credencial que me ocorreu quando trouxe Sebastião Rodrigues para começarmos o *Almanaque*...», uma revista que publicou 14 números ao longo de cerca de dois anos, que resultou da ideia do intrépido editor da *Ulisseia*, Joaquim Figueiredo Magalhães<sup>205</sup> e do escritor José Cardoso Pires, que foi seu director, e que a recorda desta forma:

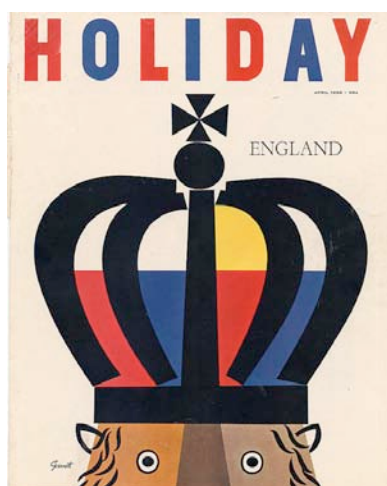
«... uma revista, escrevi eu em acta de lançamento, cujo programa se resumia a «ridicularizar os provincianismos cosmopolitizados ou não, sacudir os bonzos contentinhos e demonstrar que a austeridade é a capa do medo e da falta de imaginação». Isto, simplesmente. O *Almanaque* foi talvez uma rebeldia sem bandeira, sim, talvez isso, pouco mais. Mas sem estatuto de cultura, esclareça-se de uma vez por todas, já que a benemérita censura salarazenta não apreciava grandemente contratempos de inteligência. (...) Enfim, mal ou bem, com Sttau Monteiro e Sebastião ao lado, Alexandre O'Neill, Vasco Pulido Valente, José Cutileiro e Augusto Abelaira lá navegámos naquela jangada durante quase dois anos de mar da palha com militares

do seu trabalho permitindo uma «verdadeira expressão criativa». Já Alvin Lustig, referindo-se ao trabalho específico em capas de livros que «sugeriam um processo brincalhão de design», considerava que o seu autor poderia alcançar «verdadeira expressão criativa» transcendendo a mera abordagem formalista e «transformando prosa em poesia através da instuição e pensamento (Drew, Sternberg, 2005: 63).

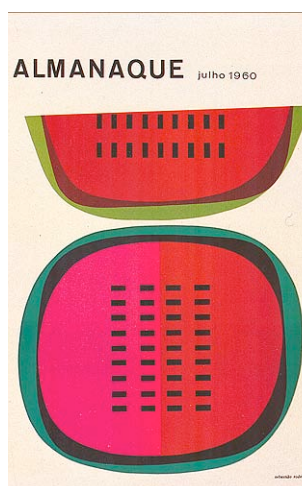
205 «O fundador das chancelas *Ulisseia* e *Meridiano*, Joaquim Figueiredo Magalhães teve a arrebatada ideia de publicar uma revista semanal seguindo o modelo de *L'Express* de Pierre Mendes — França, e em 1959 enviou José Cardoso Pires para um estágio na «*Época*» em Milão. «*Época*» era uma revista mais gráfica do que a *L'Express*, e que explorava a rotogravura; mas a censura deixou claro que o projeto seria «impraticável». Figueiredo Magalhães não era de desistir facilmente uma vez que já tinha conseguido convencer Allan Lane, da Penguin, a deixar que a *Ulisseia* publicasse os livros da Pelican em português, algo que não tinha precedentes. Assim, o projeto mudou para uma antologia mensal no formato da «*Perspectives*» EUA, e Sebastião Rodrigues foi convidado a desenhar e a fazer a direcção de arte» (Fior, 2005: 203).



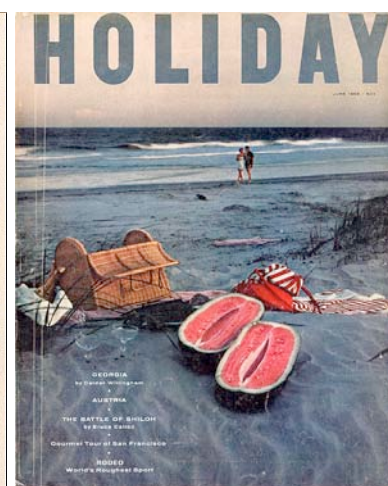
597.



598.



599.



600.

e padrecas a ladearem-nos da beira-cais ameaças de excomunhão. E por acaso íamos todos muito contentes, verdade se diga. Contentes por incomodarmos umas dezenas de respeitáveis taciturnos e por alegrarmos a meia dúzia de inteligentes que nos lia. De capa em capa e de página em página, ao longo de 14 números, Sebastião Rodrigues foi ensaiando relações diversas de escrita com o layout» (Pires, 1995: 15).

Não deixa de ser interessante salientar o papel do designer nesta revista que, apesar de ter contado com a participação de tantos nomes de artistas e escritores, a verdade é que, conforme repara Bártolo (2011: 51), «na ficha técnica do primeiro número da *Almanaque*, publicado em Outubro de 1959, apenas dois nomes são creditados: o director, Joaquim Figueiredo Magalhães e orientador gráfico Sabastião Rodrigues. O grande editor moderno português e o grande designer moderno português...».

O trabalho de Sebastião Rodrigues na *Almanaque* torna-se, aqui, interessante sobretudo pelas suas capas. Se Sebastião Rodrigues brincou com os elementos visuais, retirando-os do contexto, alterando a sua leitura ou reciclando o seu universo, foi nas capas da *Almanaque*. Esta ideia é também referida por Fior (2005: 206–207) que explica que «(...) dado o eclectismo dos assuntos, recaia sobre as capas — e seu designer — a tarefa de vender a revista, com a sua qualidade gráfica e impressão a procurar compensar uma certa aspereza do miolo». Fior refere a diferença para as capas da revista *Perspectives USA*, «uma influência admitida, e que eram encomendadas a diferentes designers americanos, uma vez que a revista era uma montra oficial da cultura americana», enquanto nas capas da *Almanaque* «Rodrigues via-se obrigado a expressar esse eclectismo estabelecendo simultaneamente a continuidade».

Associando cada capa ao signo do zodíaco do mês correspondente e usando técnicas de ilustração que podiam ir do desenho, ao guache, ao corte e colagem, Sebastião Rodrigues punha e dispunha usando a frente,

Semelhanças de trabalhos de capistas portugueses e estrangeiros.

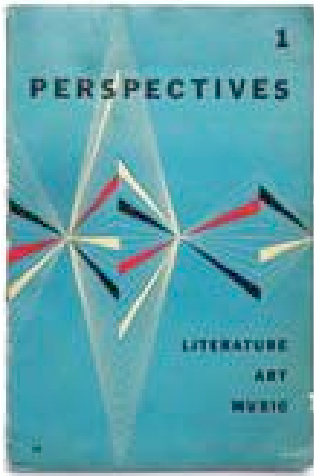
—

597. Capa de de Sebastião Rodrigues para *Almanaque*, Agosto de 1960.

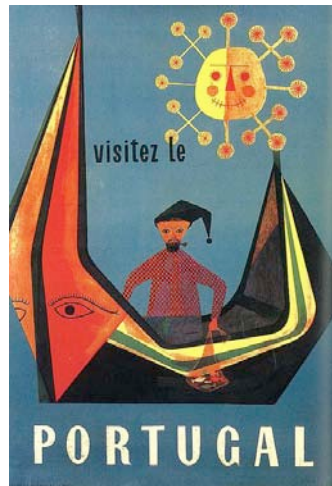
598. Capa de George Giusti para revista *Holiday*, Abril de 1958.

599. Capa de de Sebastião Rodrigues para *Almanaque*, Julho de 1960.

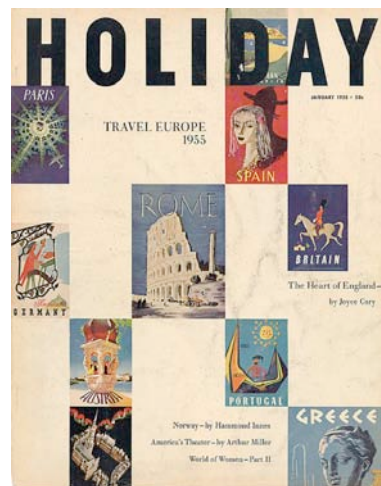
600. Capa de George Giusti para revista *Holiday*, Junho de 1956.



601.



602.



603.

601. Capa de Alvin Lustig para revista *Perspectives*, nº1., Nova Iorque, Outubro 1952.

602. Cartaz de Sebastião Rodrigues *Visitez le Portugal*, 1953.

603. Capa de Giusti para revista *Holiday – Travel Europe*, Filadélfia, Abril de 1955.

as costas, ora revelando, ora escondendo, trabalhando o suporte como um todo. Quando comparamos com a revista *Holiday*, cujo design é de Giusti ficam bem perceptíveis algumas semelhanças. E se num primeiro momento podemos pensar que foi Sebastião Rodrigues quem sofreu influência do seu par profissional, ao atentarmos nas datas nas capas das revistas vemos que o sucedido foi também o inverso verificando-se que algumas capas de Sebastião Rodrigues são anteriores às de Giusti. E não apenas pela tipografia, como também pela disposição do título, temas abordados/desenhados, cores aplicadas, pela reutilização de elementos com recurso a apropriações algo *ready made*, é notória a influência de Rodrigues sobre Giusti. Sendo certo, por outro lado, a influência da revista *Perspectives*, desenhada por Lustig, sobre Sebastião Rodrigues, como, de resto, já assinalámos.

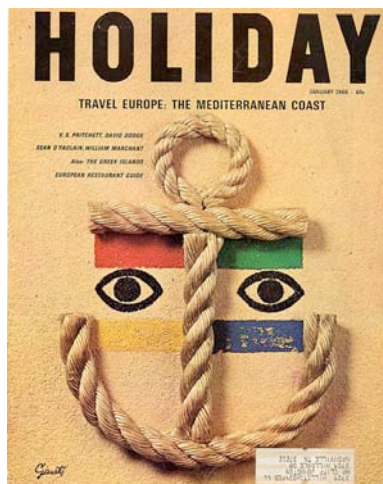
Um outro sinal indicador de que Giusti conheceria a obra de Rodrigues é visível na capa da revista *Holiday* de Janeiro de 1955 (uma revista que tinha frequentemente como tema um país ou países) que, entre vários cartazes turísticos de países europeus, exibe um cartaz desenhado por Sebastião Rodrigues para promover Portugal.

À partida parece ser mais natural que fosse Sebastião Rodrigues a ser influenciado por Giusti, uma vez que este era mais velho e tinha um percurso mais visível e cosmopolita<sup>206</sup>. Contudo, também Sebastião Rodrigues participou em diversos trabalhos e exposições no estrangeiro onde foi distinguido, nomeadamente, com o «Diploma de Honra no Cartaz para as Olimpíadas de Helsínquia (1952); Prémio «Silver Prize» da *International Travel Competition*, Tóquio (1955); Prémio na Feira Internacional de Lisboa (1962); e *Award of Excellence* pelo *International Council of Graphic Associations* (1991)». Assim,

206 George Giusti (1908–1990), foi um designer nascido em Itália, educado na Suíça e tendo trabalhado nos EUA durante mais de 40 anos, onde chegou a colaborar com Herbert Matter no projecto do pavilhão suíço na Feira Mundial de Nova Iorque, em 1939. Foi professor de design na Cooper Union e membro do American Institute of Graphic Arts, Alliance Graphique Internationale, International Center for Graphic Art e Art Directors Club que o seleccionou como Art Director do ano em 1958 (in <http://thinking-form.com/2012/10/10/thinking-george-giusti-10-10-1908/>). Thinking Form é um estúdio independente em Brooklyn.



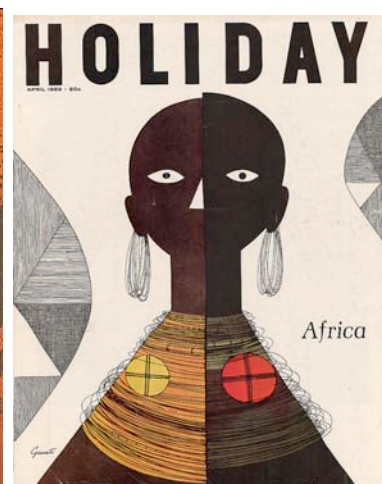
604.



605.



606.



607.

os indicadores referidos atrás parecem dar-nos indicações em contrário mostrando que a influência se terá processado nos dois sentidos.

Apesar desta investigação se focar essencialmente nas capas de livros, e sendo muito do trabalho realizado por Sebastião Rodrigues dessa natureza, é inevitável referir de novo, o seu trabalho gráfico na revista *Almanaque*, que até hoje se mantém como um marco na sua obra gráfica. Para além disso, e talvez até mais significativo para este estudo, uma afirmação de Robin Fior (1995:47-51) torna muito relevante esta experiência de trabalho de Sebastião Rodrigues: «(...) A crescente «tipocondria» de Sebastião Rodrigues no fim dos anos 50 mudou quantitativamente com a sua experiência de ano e meio de design e produção de *Almanaque* (...)» Apesar de Fior sublinhar a ideia de quantidade, sabemos que muitas vezes a qualidade é um derivado natural da quantidade. Nesse sentido é sabido que a experiência traz saber. É natural que sejamos melhores a fazer aquilo que fazemos mais vezes. Ao longo da sua obra é perceptível uma evolução no tratamento dado à tipografia. Não apenas pela melhoria do seu tratamento formal, como também enquanto matéria prima para a solução gráfica. Ora isto pressupõe uma forma de encarar a tipografia que, na época, não era habitual em Portugal. Como já referimos, as letras, quando não eram letras desenhadas pelo próprio artista, pareciam ser frequentemente decididas no fim do projecto com a ajuda do compositor da oficina gráfica e a escolha do tipo era habitual ser deixada para o final do trabalho. Segundo Bártolo (2016: 48) «quando Sebastião Rodrigues inicia a sua actividade de designer gráfico, a tipografia era em Portugal essencialmente confiada ao linotipista e ao compositor que, por sua iniciativa ou indicação do 'desenhador', podiam optar pela utilização dos tipos de chumbo com caracteres Elzevir, Bodoni ou Futura». Mas Rodrigues terá «retirado profundos conhecimentos junto dos grandes litógrafos modernos portugueses» ao longo «das inúmeras horas passadas nas oficinas de produção gráfica» (Bártolo, 2016: 48).

O despertar de consciência de Sebastião Rodrigues, nesses anos de finais de 1950 e inícios de 1960, para a tipografia enquanto material de trabalho

Semelhanças de trabalhos de capas de revistas portuguesas e estrangeiras.

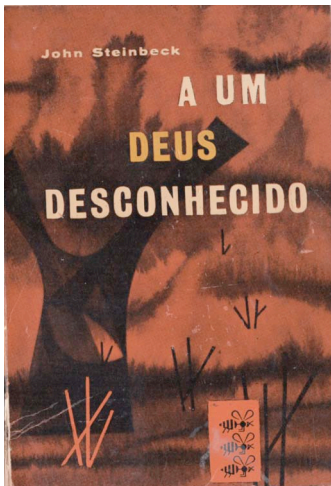
—

604. Capa de Sebastião Rodrigues para revista *Almanaque*. Lisboa, Abril de 1960.

605. Capa de George Giusti, para revista *Holiday — travel Europe Mediterranean Coast*. Filadélfia, Janeiro de 1966.

606. Capa de Sebastião Rodrigues para revista *Almanaque*. Lisboa, Dezembro de 1966.

607. Capa de Giusti para revista *Holiday — Africa*. Filadélfia, Abril de 1959.



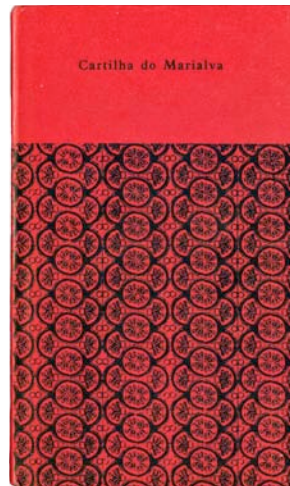
608.

608. Capa de Sebastião Rodrigues para *A um Deus Desconhecido*, de John Steinbeck. Lisboa, Os Livros das Três Abelhas, 1958.



609.

609. Capa de Sebastião Rodrigues para *As Estrelas Empalidecem*, de Karl Bjarnhof. Lisboa, Minerva, 1960.



610

610. Capa de Sebastião Rodrigues para *Cartilha do Marialva*, de José Cardoso Pires. Lisboa, Ulisseia, 1960.



611.

611. Capa de Sebastião Rodrigues para *Nova Gramática do Português Contemporâneo*, de Celso Cunha e Lindley Cintra. Lisboa, Sá da Costa, 1984.

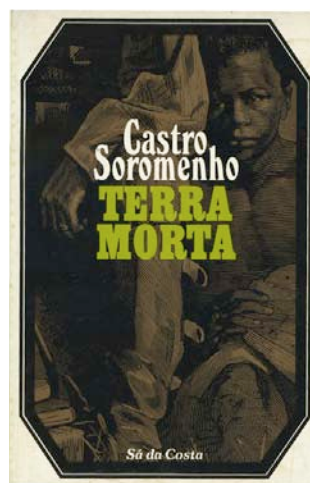
merecedor de atenção e até de estudo, é ainda notado em dois momentos. Um deles é o livro *Divertimento com sinais ortográficos*, que Rodrigues compôs em colaboração com o poeta Alexandre O'Neil, que o dedica «A Sebastião Rodrigues, que se distraía a refinar graficamente esta diversão; Ao tipógrafo e compositor que trabalharam juntos neste livro» (Fior, 2005: 214). O outro foi o convívio, repetido por várias vezes, com Nicolette Gray, uma inglesa, especialista em tipografia, que terá estado em Portugal por cinco vezes entre 1961 e 1969, para recolhas fotográficas de tipografia e iconografia urbana, e que terá sido muito acompanhada e apoiada por Sebastião Rodrigues e sua mulher, Eila Maria Rautarkop, que «serviram de intérpretes e de guias da cultura e da história portuguesas nas primeiras viagens de Nicolette Gray e que, por sua vez, despertou no designer português o interesse pela história universal, pela antropologia, pela etnografia e pelo vernáculo associado à tipografia» (Almeida, 2009: 84). Por sua vez Nicolette terá influenciado Sebastião Rodrigues «emprestando e recomendando livros e revistas (...) e, além disso, encorajou-o na sua forma individual e histórica de usar o ornamento ou a combinação de tipos e o seu gosto pelo vernáculo, um gosto de que ela também partilhava (Fior, 2005: 215).

Ainda segundo Fior (2005: 204) é em 1956 que Sebastião Rodrigues dá início a uma «actividade regular» em capas e sobrecapas de livros. Primeiro com a *Ulisseia* e com a *Europa-América* e depois para *Os Livros das 3 Abelhas*, Rodrigues tem, a par com grande actividade, uma também grande variedade de técnicas e abordagens que adopta nos seus trabalhos. A par com a revista *Almanaque* e as capas para as editoras mencionadas, Sebastião Rodrigues colabora ainda, como pintor, participando «na primeira e segunda edições da Exposição de Artes Plásticas, da Fundação Calouste Gulbenkian, em 1957 e 1961» (Almeida, 2009: 87).

Vejam os alguns casos onde é visível a boa qualidade de trabalho no tratamento dado à tipografia na obra de Sebastião Rodrigues. Duas capas em que usa apenas tipografia como material gráfico e que trabalha com grande



612.



613.



614.

requisite, economia e sofisticação, sem erros de entrelinha, de *kerning* ou de escolha dos próprios tipos. A composição é exímia, a hierarquia e os contraste de cor bem conseguidos em ambas, há uma aparente e centrada formalidade, que depois é cortada com grande subtiliza e elegância, e que lhe conferem uma contemporaneidade clássica. São capas clássicas e modernas tanto hoje como na altura em que foram desenhadas e publicadas, e que demonstram inequivocamente como Sebastião Rodrigues evoluiu ao longo da sua obra.

As capas desenhadas para a editora e livraria Sa da Costa «para quem», segundo Fior (2005: 224), «Rodrigues trabalhava desde 1961», são exemplos de capas onde a tipografia é também merecedora de nota. Trabalhando a par com gravura, desenho ou fotografia, centrada ou composta assimetricamente, o resultado é sempre muito bom e nota-se uma abordagem altamente segura e profissional. Não há desvios nem cores mal contrastadas, e as imagens estão bem enquadradas, fortes, vibrantes. Mas, sobretudo, sejam as imagens de que natureza forem estão sempre muito bem acompanhadas por textos compostos com grande mestria independentemente de se tratarem de tipos sem serifa egípcios ou fantasia *script*. Também Bártolo (2016:74) dá conta desse requinte afirmando que Sebastião Rodrigues se dedica «com incrível rigor, sobretudo ao design editorial». E chama a atenção para detalhes como «a riqueza das artes finais, o cuidado com as guardas, as aberturas, os planos, as grelhas, a diversidade de soluções de acabamento (papéis, tecidos, relevos, cortantes, espolinados, direcção da fibra, cosedura, tratamentos térmicos)» ajudando a fazer de Sebastião Rodrigues, nos anos 1980, «reconhecidamente o maior designer gráfico português» (Bártolo, 2016:74). E dono de uma «obra imensa e radicalmente inovadora [...] a quem devemos muito da educação do nosso olhar, e que não merece permanecer na humilde obscuridade do colofón do material gráfico que produziu» (Támen, 1995: 7). Finalmente concluímos com palavras de Robin Fior (2005: 249) em que este autor,

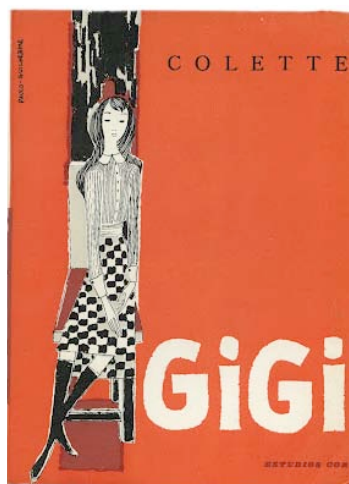
612. Capa de Sebastião Rodrigues para *Carlos de Oliveira Trabalho Poético*. Lisboa, Sá da Costa, 1978.

613. Capa de Sebastião Rodrigues para *Terra Morta*, de Castro Soromenho. Lisboa, Sá da Costa, 1979.

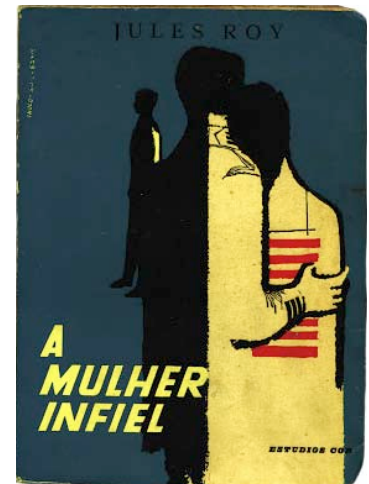
614. Capa de Sebastião Rodrigues para *Lutar por Eduardo Mondlane Moçambique*, de Eduardo Mondlane. Lisboa, Sá da Costa, 1975.



615.



616.



617.

615. Capa de Paulo Guilherme para *A Conjura*, de Irving Wallace. Lisboa, Clássica, 1971.

616. Capa de Paulo-Guilherme para *Gigi*, de Colette- Lisboa, Estúdios Cor, 1958.

617. Capa de Paulo-Guilherme para *A Mulher Infidel*, de Jules Roy. Lisboa, Estúdios Cor, 1959.

também designer, e seu contemporâneo, reclama para Sebastião Rodrigues o título de «*the first professional graphic designer and typographer in Portugal*» e justificando que «ele tratou textos como texto», «usou ornamentos metaforicamente e programaticamente», «desenvolveu instinto para impressão artesanal e tecnológica», «usou recursos de tipografia com um pragmatismo inglês» e, «à semelhança de colegas em França, Suíça ou Alemanha, usou Times New Roman em grandes formatos com uma frescura e autoridade de que os ingleses eram incapazes», «gostava do conhecimento e fez questão de o usar» e o seu trabalho metafórico de retornar às suas fontes, de as re-examinar e reinterpretar podem ser caracterizadas como hermenêutica»

### 3.2.2.3. PAULO GUILHERME (1932–2010)

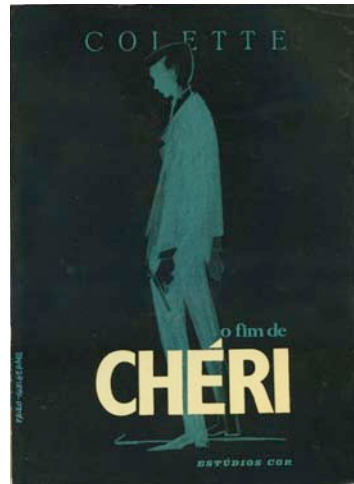
Paulo Guilherme foi um artista gráfico português que, à semelhança de outros neste período, estudou Pintura nas Belas Artes tendo vindo a desenvolver, como de resto já foi dito, trabalho em muitas e diversas áreas, como a «ilustração, capas de livros, capas de discos, selos, projectos de arquitectura, decoração de interiores, medalhas (...) fotografia de reportagem e de publicidade, tapeçarias e painéis de azulejos», tendo sido portanto «arquitecto, pintor, escultor, cineasta, escritor, dono de bares» e ainda «director gráfico e literário de vários semanários» (Bastardo, 2012: 123-127).

Esta prática multifacetada é referida por diversos autores. A propósito de uma capa que desenhou para o livro *A Conjura*, assim começa um artigo publicado na revista inglesa *Creative Review* por Paul Belford (2016: 28):

«A obra aqui representada é uma sobrecapa de 1971 do designer português Paulo Guilherme. Se bem que dizer que ele é apenas designer é estar a fazer-lhe um grande desserviço. (...) Mas claramente também sabia o que andava a fazer no design gráfico».



618.



619.

Segundo Moura (2012: 7–9) terá, como outros, recebido influências em capas de livros que desenhou onde é reconhecível «um conhecimento evidente das tendências contemporâneas», e onde «é possível encontrar, aqui e ali, rastros de Saul Bass, Paul Rand ou de Raymond Savignac», embora «sempre combinadas com uma verve própria», pois, ainda segundo o mesmo autor, «apesar do cosmopolitismo das referências nunca se tratou de repetir cegamente uma tendência internacional».

Estas influências mostram no seu trabalho uma «modernidade alegre» que claramente vai beber não só ao original modernismo europeu, austero e rígido mas, sobretudo, à modernidade americana, bem humorada e ilustrativa. «Sem o espartilho de um programa, com humor e elegância mas ainda sem a ironia e o pastiche corrosivos do pós-modernismo» (...) e concretizando «uma aplicação pessoal e emotiva, num ponto de equilíbrio entre tendências internacionais e estética pessoal» (Moura, 2012: 9).

Ao observarmos as capas desenhadas por Guilherme nota-se, com o avançar das datas, uma evolução em termos do desenho e ilustração, em que a abstracção — e portanto o poder simbólico — das imagens, é mais trabalhado, mais gráfico, menos ilustrativo e de composição menos preocupada. Se nas capas da década de 1950 se nota grande preocupação com a composição do espaço vazio (vejam-se *Gigi*, *Isabel*, *A Mulher Infiel* e *Chéri*; nas capas mais recentes das décadas de 1960 e 1970 o motivo em imagem aumenta, aproxima-se, enche o suporte por completo aparentando uma menor preocupação e recurso ao estilo, agora substituído por ideias ou abordagens conceptualmente mais fortes que não precisam nem recorrem a disposições tão compostas (*O Homem*, *Novos Padres*, *A Conjura*, *Grande Gatsby* e *Os Eygletière*).

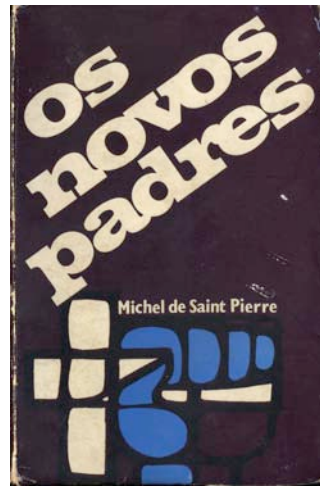
Assim, à medida que o tempo vai passando pela sua obra, o ilustrador parece ser, cada vez mais, substituído pelo artista gráfico; sentindo menos

618. Capa de Paulo-Guilherme para *Chéri*, de Colette. Lisboa, Estúdios Cor, 1960.

619. Capa de Paulo-Guilherme para *O fim de Chéri*, de Colette. Lisboa, Estúdios Cor, 1960.



620. Capa de Paulo-Guilherme para *Os Novos Pais*, de Michel de Saint Pierre. Lisboa, Clássica, 1965.



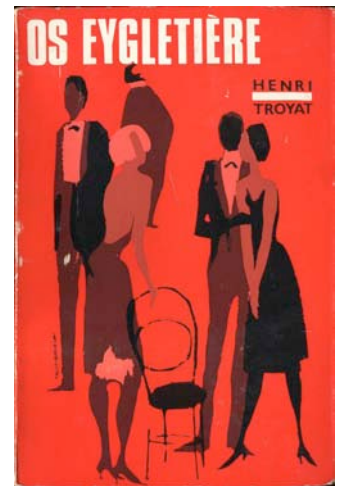
620.

621. Capa de Paulo-Guilherme para *O Grande Gatsby*, de F. Scott Fitzgerald. Lisboa, Portugalíia, 1970.



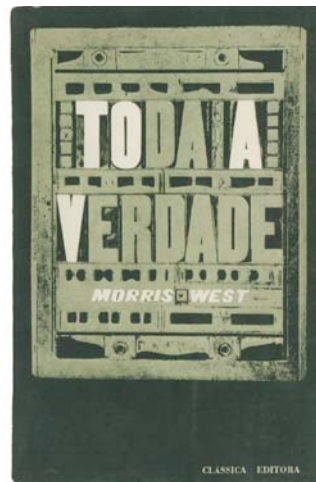
621.

622. Capa de Paulo-Guilherme para *Os Eygletiere*, de Henry Troyat. Lisboa, Clássica, 1965.



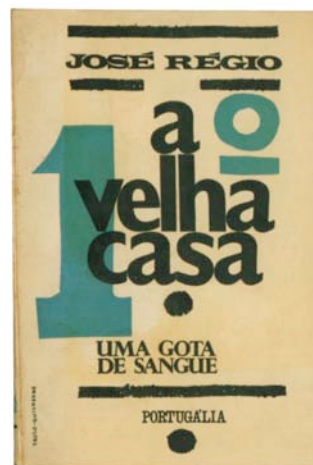
622.

623. Capa de Paulo-Guilherme para *Toda a Verdade*, de Morris West. Lisboa, Clássica, 1966.



623.

624. Capa de Paulo-Guilherme para *A Velha Casa 1.*, de José Régio. Lisboa, Portugalíia, s/d.



624.

625. Capa de Paulo-Guilherme para *O Amor, o Dinheiro e a Morte*, de Olavo D'Eça Leal. Lisboa, ETA, 1960.



625.

626. Capa de Paulo-Guilherme para *Férias Perigosas*, de Daniel Gray. Lisboa, Organizações, 1960.

627. Capa de Paulo-Guilherme para *Velha França*, de Roger Martin du Gard. Lisboa, Portugalíia, s/d.

628. Capa de Paulo-Guilherme para *Angústia para o Jantar*,

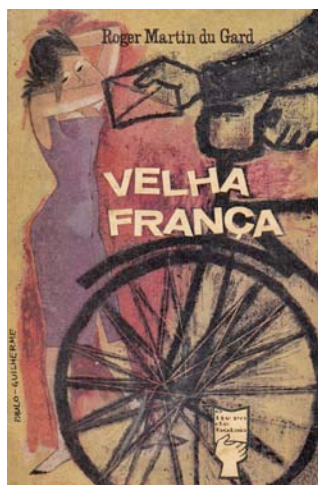
necessidade de recorrer a tantas linhas ou à profundidade de planos e perspectivas, e fazendo mais uso das cores e das manchas gráficas.

Paulo Guilherme usa a tipografia como parte da ilustração: estruturada, expressiva, arrojada, não neutra nem apenas 'correta' e/ou 'bonita'. Vejam-se por exemplo as diferentes abordagens que faz às letras nas capas *Pela Estrada Fora*, *Toda a Verdade* e *A Conjura* (ver figs. 493 p.312, 623 p.354 e 615 p.352).

Na década de 1950 usa letras mais fantasiosas, contudo de modo formal, a tipografia raramente é o motivo ou a solução primeira e principal (com exceção de *A Velha Casa I*, *Toda a Verdade*, *O Amor o Dinheiro e a Morte*). Se em muitas capas do início da década de 1960 se nota o uso das letras, percebe-se também que a abordagem é mais experimental e rebelde, tentando exprimir, pela sua composição menos formal, mais expressiva e intervencionada, algo do próprio tema do livro. Nas capas mais recentes Guilherme parece já não sentir essa necessidade, recorrendo a tipografia que aplica de forma intervencionada



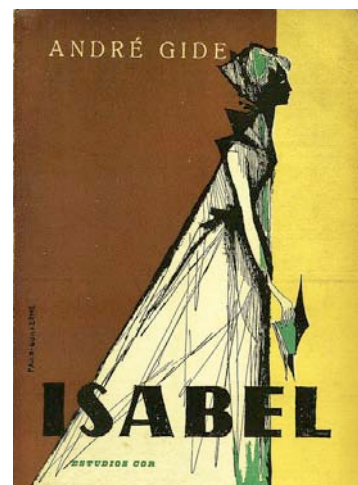
626.



627.



628.



629.



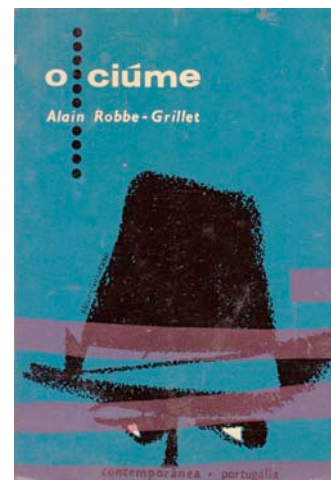
630.



631.



632.



633.

(*Os Novos Padres* e *Toda a Verdade*) mas correcta e respeitando as letras enquanto formas desenhadas.

A sua obra em capas é, pois, vasta, mais na qualidade que na quantidade, no sentido de muito ampla nas suas experimentações visuais. Nas suas abordagens nota-se claramente uma evolução no sentido gráfico e redutor das suas representações. Mostra um uso criativo do texto e um bom encaixe deste com a imagem, quer se trate de letras desenhadas, quer de tipografia, e ainda uma cuidada gestão do espaço no qual gere bem cheios e vazios.

É, talvez, um dos capistas com maior variedade de abordagens, passando pela representação figurativa, o simbólico quase abstrato ou iconográfico, o estilo 'comics', desenho em linha fina, a mancha de recorte em alto contraste, a ilustração ao estilo dos designers de moda, o traço grosso, o expressivo, a exploração do espaço vazio, a estética psicadélica e o uso da tipografia como recurso, tanto exclusivo como em articulação com imagem, obtendo alguns casos muito bem conseguidos.

de Luís de Sttau Monteiro. Lisboa, Ática, c.1962.

629. Capa de Paulo-Guilherme para *Isabel*, de André Gide. Lisboa, Estúdios Cor, 1958.

630. Capa de Paulo-Guilherme para *Conceituado Comerciante*, de Olavo D'Eça Leal. Lisboa, Editora Gomes e Rodrigues, 1958.

631. Capa de Paulo-Guilherme

para *História Singela de uma Menina Bonita*, de J. M. Boavida Portugal. Lisboa, Século, 1961.

632. Capa de Paulo-Guilherme para *A Meia Idade da Sra. Eliot*, de Angus Wilson. Lisboa., Portugal, s/d.

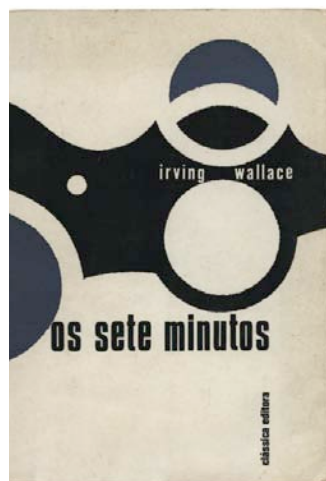
633. Capa de Paulo-Guilherme para *O Ciúme*, de Alain Robbe-Grillet. Lisboa, Portugal, c. 1961

634. Capa de Paulo-Guilherme para *A Pedra Folha, e Tesoura*, de Henri Troyat. Lisboa, Clássica, 1973.

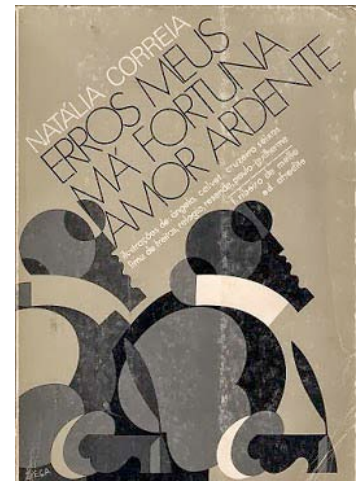


634.

635. Capa de Paulo-Guilherme para *Os Sete Minutos*, de Irving Wallace. Lisboa, Clássica, 197.



635.



636.

636. Capa de Paulo-Guilherme para *Erros Meus Má Fortuna Amor Ardente*, de Natália Correia. Lisboa, Afrodite, 981.

637. Capa de Paulo-Guilherme para *Torre de Babel*, de Morris West. Lisboa, Clássica, 1969.

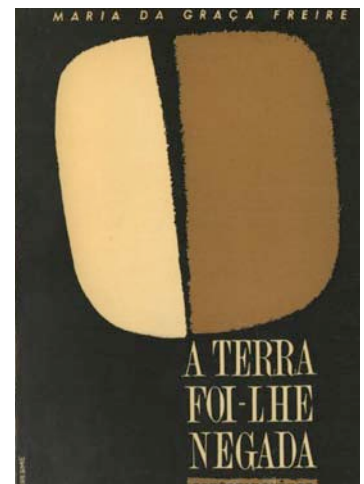


637.

638. Capa de Paulo-Guilherme para *Espaco e Tempo*, de José da Silva. Edição de autor, 1961.



638.



639.

639. Capa de Paulo-Guilherme para *A Terra Foi-lhe Negada*, de Maria da Graça Freire. Lisboa, Portugália, s/d.

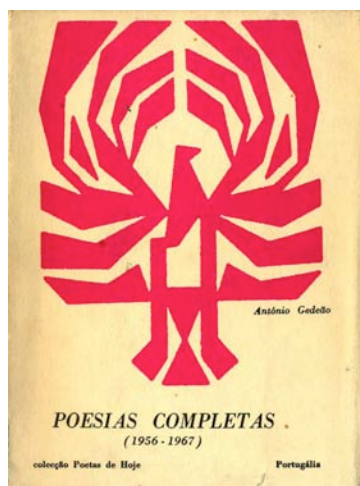
### 3.2.3.4. CÂMARA LEME (1930–1983)

João da Câmara Leme nasceu em Moçambique, viveu e trabalhou para ateliers gráficos e agências de publicidade em Paris e Helsínquia, tendo casado com a designer finlandesa Mirja Toivoila.

A partir de 1959 começou em Lisboa cerca de uma década de trabalho em capas de livros da editora Portugália com quem «inicia uma frutuosa colaboração (...) tornando-se o seu quase exclusivo capista e ilustrador durante toda a década de 1960» (Silva, 2015: 127). E à qual, segundo Marques (2015: 7), «apesar da importância de Fred Kradolfer na Portugália dos anos 1940 (...), Leme conseguiu dar à segunda reencarnação de editora (...) um cunho gráfico pleno de personalidade inventiva visual e um decisivo *aggiornamento* das capas, num panorama gráfico europeu em grande ebulição e evolução criativa (...)». «Uma das provas maiores foi a imposição da colecção de livros de bolso da Portugália como uma das referências centrais da primeira onda da revolução do paperback em



640.



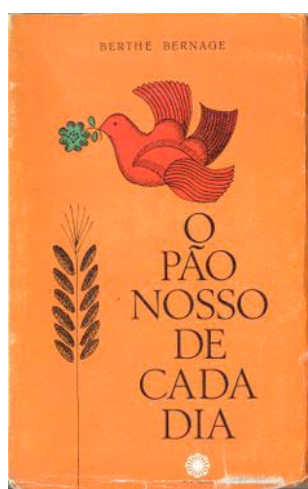
641.



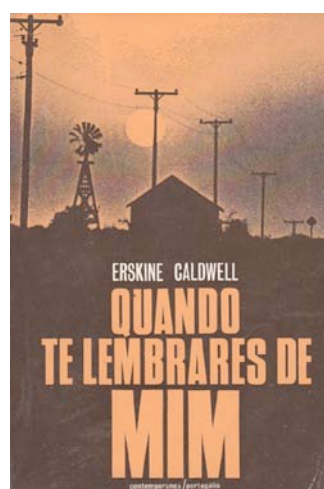
642.



643.



644.



645.

640. Capa de João da Câmara Leme para **O Barão**, de Branquinho da Fonseca. Lisboa, Portugal, 1962.

641. Capa de João da Câmara Leme para **Poesias Completas**, de António Gedeão. Lisboa, Portugal, 1964.

642. Capa de João da Câmara Leme para **A Serpente de Esmeraldas**, de Jeanine Delpéch. Lisboa, Portugal, 1963.

643. Capa de João da Câmara Leme para **O Parque das Corças**, de Norman Mailer. Lisboa, Portugal, s/d.

644. Capa de João da Câmara Leme para **O Pão Nosso de Cada Dia**, de Berthe Bernage. Lisboa, Portugal, 1967.

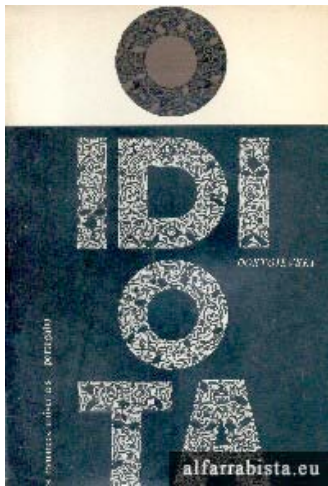
645. Capa de João da Câmara Leme para **Quando te Lembrares de Mim**, de Erskine Caldwell. Lisboa, Portugal, 1968.

Portugal». Apesar da sua obra se relacionar sobretudo com as capas da Portugal, é referido que o seu trabalho como ilustrador, director gráfico ou capista passa ainda pela *Almanaque*<sup>207</sup>, a *Estúdios Cor*, a revista *Diana* e o *SNI*.

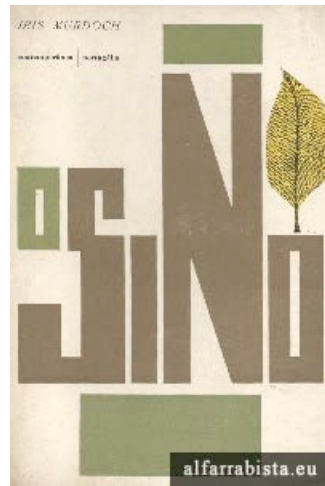
Num texto de três páginas sobre as capas de Câmara Leme, Pedro Piedade Marques (2015: 9) dedica 3 linhas à tipografia. Nelas refere que «a tipografia, quando expressiva e desenhada, impõe-se pontualmente, com resultados surpreendentes, como em *O Idiota* ou em *O Calamento*, em que o título é literalmente pescado nas redes».

Câmara Leme é talvez, dos capistas desta época, o mais ilustrador de todos. Embora a partir de meados de 1960, capas como a de *O Homem que Ninguém Via*, *O Idiota* e *O Sino*, em que ele usa as letras como o

207 Em 1960-61, ilustra os números de Dezembro/Janeiro, Fevereiro e Março/Abril do *Almanaque* sob direcção artística de Sebastião Rodrigues (Silva, 2015:127).



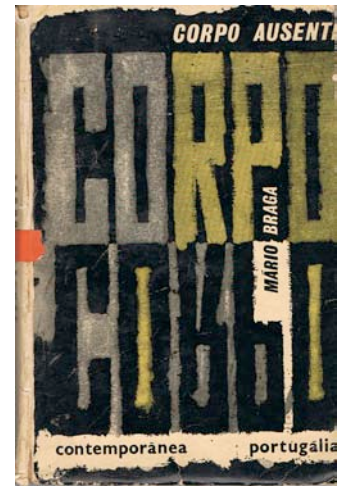
646.



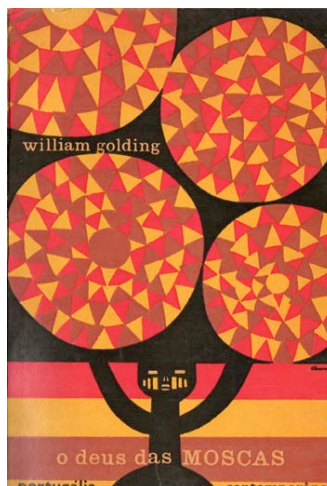
647.



648.



649.



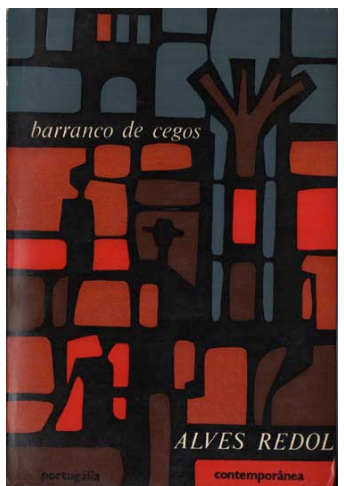
650



651.



652.



653.

Capa de João da Câmara Leme

646. *O Idiota*, de Dostoiévski. Lisboa, Portugal, 1963.

647. *O Sino*, de Iris Murdoch. Lisboa, Portugal,

648. *Calamento*, de Romeu Correia. Lisboa, Portugal, 1964.

649. *Corpo Ausente*, de Mário Braga. Lisboa, Portugal, 1961.

650. *O Deus das Moscas*, de William Golding. Lisboa, Portugal, 1965.

651. *Zazie no Metro*, de Raymond Queneau. Lisboa, Portugal, 1967.

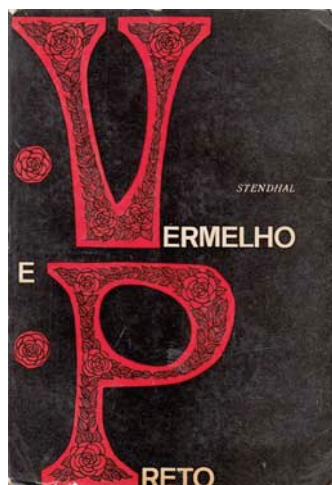
652. *Uma Inglesa no Cativoiro*, de Elizabeth George Speare. Lisboa, Portugal, 1962.

653. *Barranco de Cegos*, de Alves Redol. Lisboa, Portugal, 1961.

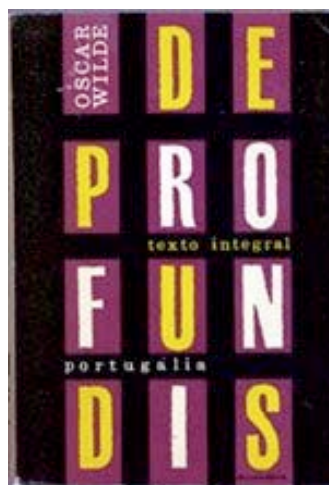
motivo principal, na grande maioria de suas capas até então recorre primordialmente ao desenho e, em particular, à ilustração. Percebe-se que era esta a sua abordagem mais natural, a sua resposta mais imediata e comum (apesar de haver algumas exceções como a capa de *Corpo Ausente* em que ele usa letras desenhadas expressivamente para resolver toda a capa. A grande maioria são, todavia, capas completamente ocupadas pela ilustração — seja neo realista, lírica, ou geometrizada, como um vitral a caminho da abstracção — o texto é claramente um elemento de segunda linha, colocado onde sobrou alguma área que a ilustração não ocupou. Isto é por demais verificado em capas como *Barranco de Cegos*, *Uma Inglesa no Cativoiro*, *O Barão*, *O Deus das Moscas*, *Zazie no Metro*, em que por vezes o texto por pouco quase cai da capa. Mesmo em casos como os das capas *Estranha Solidão*, ou *O Visconde Cortado ao Meio* em que os textos são encaixados com alguma criatividade fazendo uso de diferentes orientações, estamos perante uma solução de submissão do



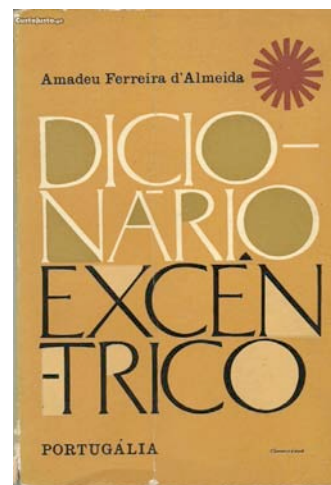
654.



655.



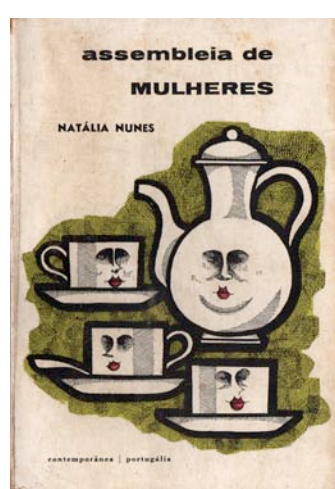
656.



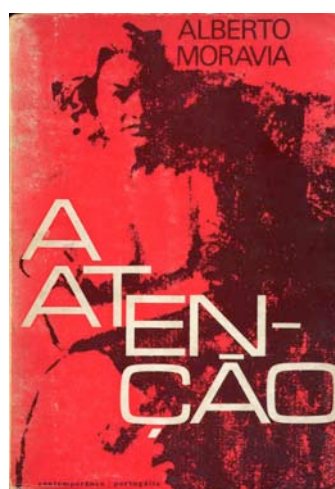
657.



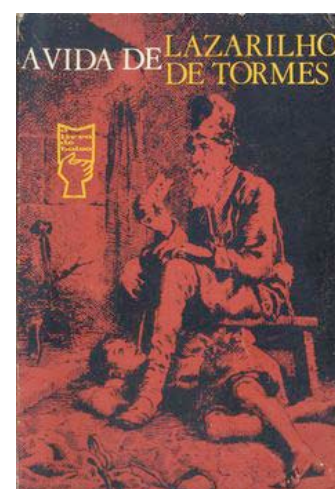
658.



659.



660.



661.

texto à ilustração. Contudo João Câmara Leme tem capas onde o texto e a imagem convivem com bastante equidade, pois embora a imagem tenha um papel predominante é deixado ao texto espaço em quantidade e qualidade suficientes para este poder ser composto de uma forma bem casada com a imagem

Uma coisa se nota observando capas mais tardias da Portugália, como a de *A Atenção* ou a *Vida de Lazarilho de Tormes*, em que o designer usa imagem que não parece ser criada por ele. Isto parece-nos significativo uma vez que implica já uma atitude 'de designer', mais do que 'de artista' ou 'de ilustrador', que Leme parece manter até aqui. Para 'um artista' contratado para desenhar uma capa não faz sentido usar 'a arte' de outro, mas para 'um designer' sim. Já antes capas como a de *Solidão* e de *Serranos* mostram que usa fotografia reduzida a contorno e mancha de alto contraste combinada com tipografia forte e neutra não expressivamente intervencionada.

654. *Sartre, Thomas Mann, Lawrence, Steinbeck, Panait Istrati*. Lisboa, Portugália, s/d.

655. *O Vermelho e o Preto*, de Stendhal. Lisboa, Portugália, 1964.

656. *De Profundis*, de Oscar Wilde. Lisboa, Portugália, 1962.

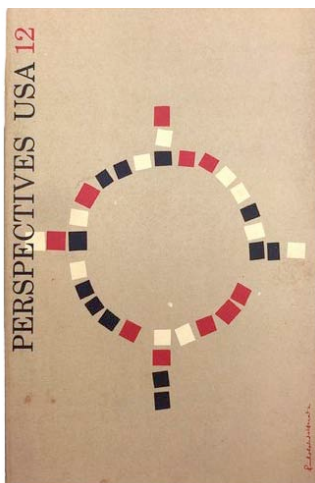
657. *Dicionário Excêntrico*, de Amadeu Ferreira d'Almeida. Lisboa, Portugália, 1961.

658. *O Prémio*, de Irving Wallace. Lisboa, Portugália, 1964.

659. *Assembleia de Mulheres*, de Natália Nunes. Lisboa, Portugália, 1964.

660. *A Atenção*, de Alberto Moravia. Lisboa, Portugália, 1969.

661. *A Vida de Lazarilho de Tormes*, Lisboa, Portugália, 1967.



662.



663.

Semelhanças de trabalhos de capistas portugueses e estrangeiros.

—

662. Capa de Rudolph de Harak para *Perspectives USA* 1. Nova Iorque, Verão de 1955.

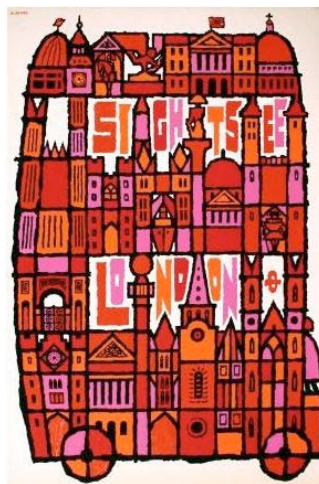
663. Capa de Câmara Leme para *O Mundo dos Outros*, de José Gomes Ferreira. Lisboa, Portugal, 1969.

664. Poster, Abram Games, *Sightsee London*. Londres, 1968.

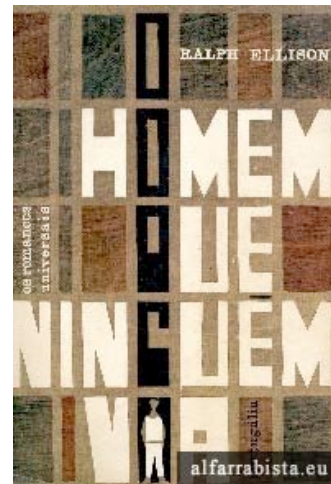
665. Capa de Câmara Leme para *O Homem que Ninguém Via*, de Ralph Ellison. Lisboa, Portugal, 1964.

666. Capa de Paul Rand para *The Anatomy of Revolution*, de Crane Brinton. Nova Iorque, Vintage, 1956.

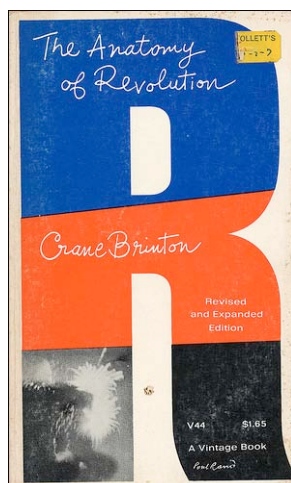
667. Capa de Câmara Leme para *O Senhor Sete*, de Trindade Coelho. Lisboa, Portugal, 1961.



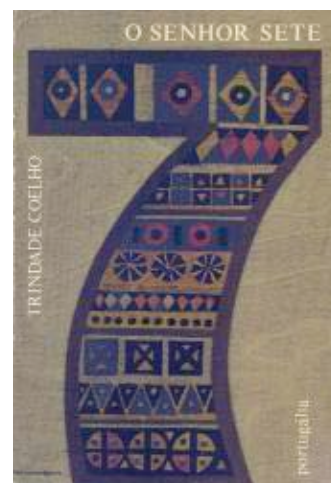
664.



665.



666.



667.



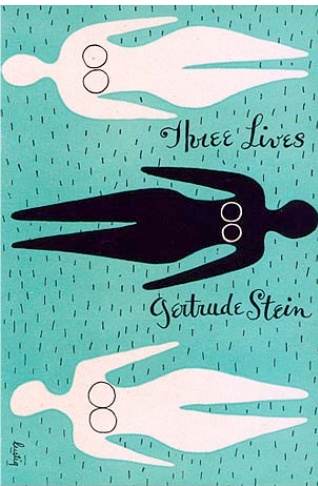
668.



669.



670.



671.



Starring James Stewart Lee Remick Ben Gazzara Arthur O'Connell Eve Arden Kathryn Grant and Joseph N. Welch as Judge Weaver With George C. Scott Dixon Brian Murray Hamilton Brooks West  
Screenplay by Wendell Mayes Photography by Sam Leavitt Production designed by Boris Leven  
Music by Duke Ellington Produced and Directed by Otto Preminger A Columbia release

672.



673.

667o. Capa de Câmara Leme para *O Cavaleiro Inexistente*, de Italo Calvino. Lisboa, Portugalía, 1965.

671. Capa de Alvin Lustig para *Three Lives, de Gertrude Stein*. Nova Iorque, New Directions, 1945.

672. Cartaz de Saul Bass para filme *Anatomy of a Murder*, de Otto Preminger. Los Angeles, 1959.

673. Capa de Câmara Leme para *Estranha Solidão*, de Philippe Sollers. Lisboa, Portugalía, 1963.

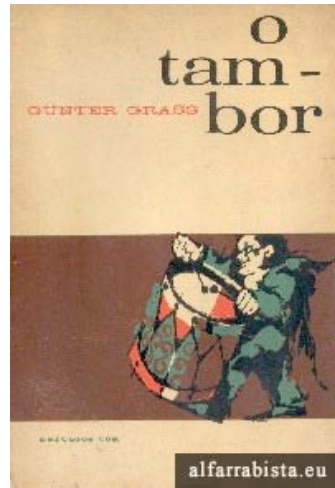
668. Capa de Câmara Leme para *O Visconde Cortado ao Meio*, de Italo Calvino. Lisboa, Portugalía, 1961.

669. Estudo de Abram Games, para cartaz, *Horse Guard*. Londres, London Transport, 1963.





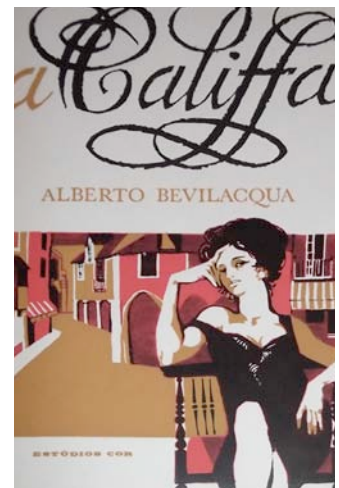
674.



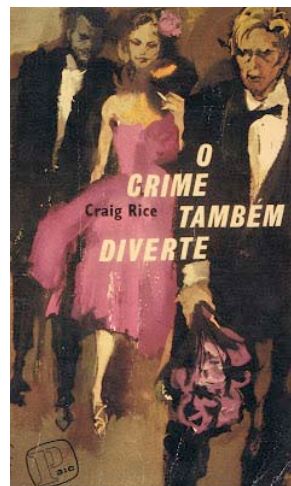
675.



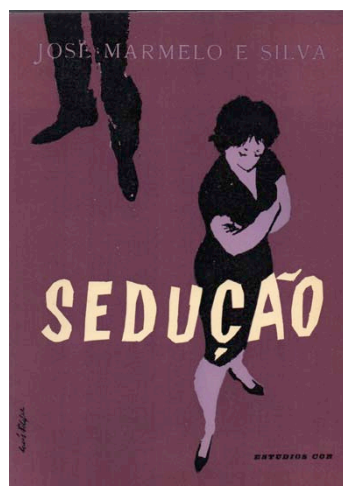
676.



677.



678.



679.



680.

Capas de Luís  
Filipe de Abreu

674. *Herzog*,  
de Saul Bellow.  
Lisboa, Estúdios  
Cor, 1966.

675. *O Tambor*,  
de Gunter Grass.  
Lisboa, Estúdios  
Cor, 1964.

676. *A Gente  
com Quem Ela  
Anda*, de Mary  
McCarthy. Lisboa,  
Estúdios Cor,  
1967.

677. *A Califa*,  
de Alberto  
Bevilacqua.  
Lisboa, Estúdios  
Cor, 1968.

678. *O Crime  
Também Diverte*,  
de Craig Rice.  
Lisboa, Ulisseia,  
1962.

679. *Sedução*, de  
José Marmelo  
e Silva. Lisboa,  
Estúdios Cor,  
1960.

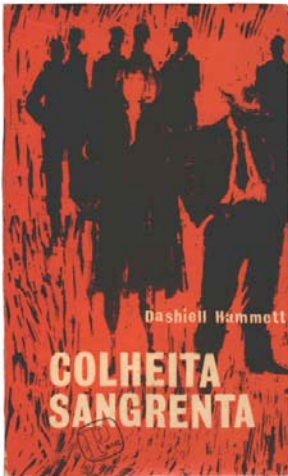
680. *O Cavaleiro  
da Noite*, de  
Robert Penn  
Warren. Lisboa,  
Estúdios Cor,  
1959.

### 3.2.3.5. LUÍS FILIPE ABREU (n. 1935)

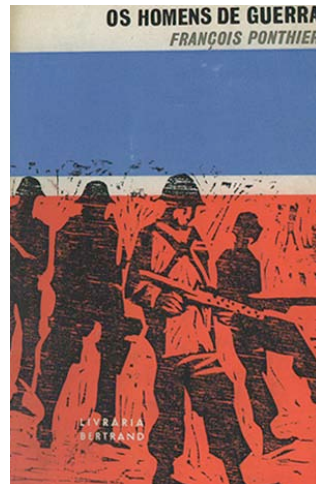
Luís Filipe Abreu nasceu em Torres Novas em 1935 e estudou Pintura nas Belas Artes de Lisboa onde mais tarde veio a ser Professor Catedrático e a receber várias distinções e prémios<sup>208</sup> e deixou uma vasta obra em ilustração, em capas de livros, em artigos de imprensa e anúncios publicitários, mas também desenhou selos, medalhas, notas, tapeçarias, cenários, vitrais, murais e painéis de azulejos, tendo «também desempenhado funções como consultor artístico e técnico no domínio das artes visuais e design junto de entidades públicas e privadas e organismos de estado»<sup>209</sup>. No seu trabalho pesa, no entanto,

208 «distinguido pela academia de Belas-Artes com os prémios «missão estética», «Ferreira Chaves», «Miguel Lupi» e «Anunciação» (Luís Filipe de Abreu, *Espontaneidade e Rigor*. Lisboa: Fundação Portuguesa das Comunicações 2001).

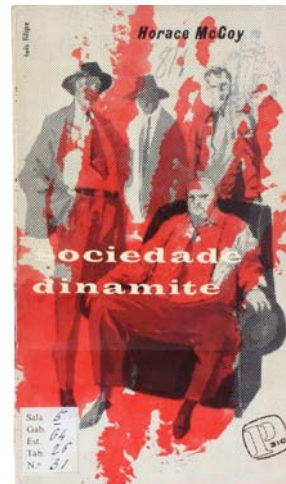
209 «Luís Filipe de Abreu, *Espontaneidade e Rigor*», Lisboa: Fundação Portuguesa das Comunicações 2000.



681.



682.



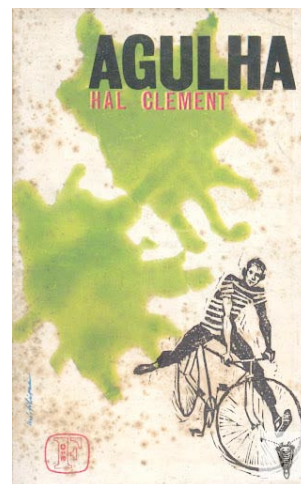
683.



684.



685.



686.

sobretudo a ilustração<sup>210</sup>. António Garcia (2009: 531) disse: «O Luís Filipe Abreu é, na minha opinião, um ilustrador excepcional (...)\», contudo, apesar da importância primordial dada à ilustração na solução de design, nota-se que Luís Filipe abordava a tipografia do título e do autor como matéria trabalhável, não se limitando a colocá-la no espaço que sobrava sem intervenção para além da banalidade. Pelo contrário, é visível que tentava construir algum tipo de composição com as letras, de forma a que jogassem com a imagem. Também na escolha dos tipos se vê um esforço para experimentar fazendo uso tanto de tipografia, inclusivamente da categoria fantasia, assim como de letras desenhadas. Contudo, em alguns casos, como na coleção Latitude, das edições da Estúdios Cor (vejam-se as capas *Herzog*, *O Tambor*, *A Gente Com Quem Ela Anda* ou *A Califfa*) nem sempre o conjunto resulta coeso ou forte. Se na capa *As Máscara Finas* parece haver uma abordagem semelhante à já

681. *Colheita Sangrenta*, de Dashiell Hammett. Lisboa, Ulisseia, 1961.

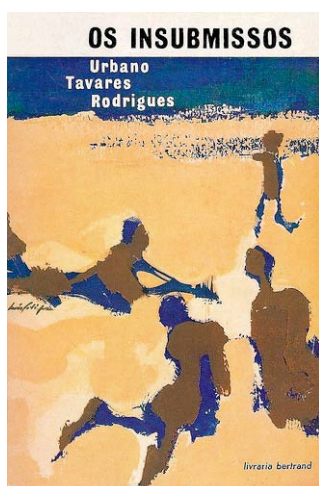
682. *Homens de Guerra*, de François Ponthier. Lisboa, Bertrand, 1961.

683. *Mocidade Dinamite*, de Horace McCoy. Lisboa, Ulisseia, s/d.

684. *Diz Adeus ao Dia de Amanhã*, de Horace McCoy. Lisboa, Ulisseia, 1967.

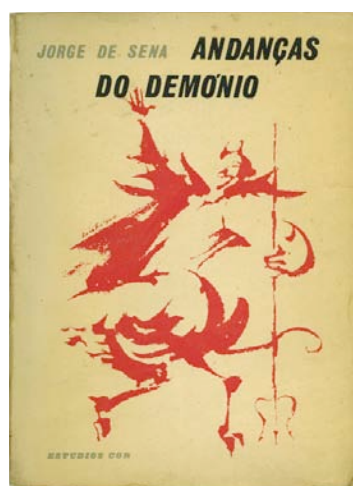
685. *O Navegador*, de Jules Roy. Lisboa, Estúdios Cor, 1959.

686. *A Agulha*, de Hal Clement. Lisboa, Ulisseia, s/d.



687.

687. Capa de Luís Filipe de Abreu para *Os Insubmissos*, de Urbano Tavares Rodrigues. Lisboa, Bertrand, 1961.



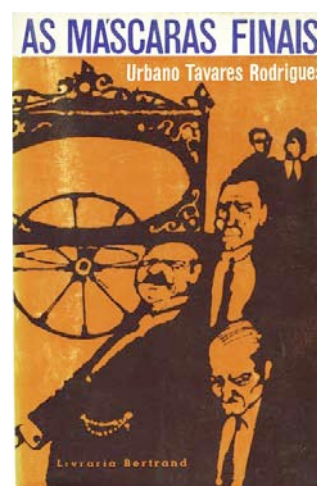
688.

688. Capa de Luís Filipe de Abreu para *Andanças do Demónio*, de Jorge de Sena. Lisboa, Estúdios Cor, 1960.



689.

689. Capa de Luís Filipe de Abreu para *O Homem que Veio de Longe*, de T. Flynn. Lisboa, Ulisseia, 1961.



690.

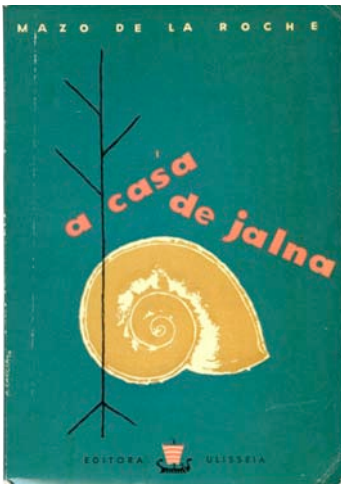
690. Capa de Luís Filipe de Abreu para *As Máscaras Finais*, de Urbano Tavares Rodrigues. Lisboa, Bertrand, 1963.

referida em Câmara Leme — o espaço sobran­te é a área destinada ao texto — na maioria dos casos não é isso que se repara: quer ao uso de tipos sem serifa quer com serifa, Luís Filipe tenta sempre intervir na composição nunca, ou raramente se limitando a centrar o título ou alinhá-lo à esquerda ou à direita sem mais cuidados.

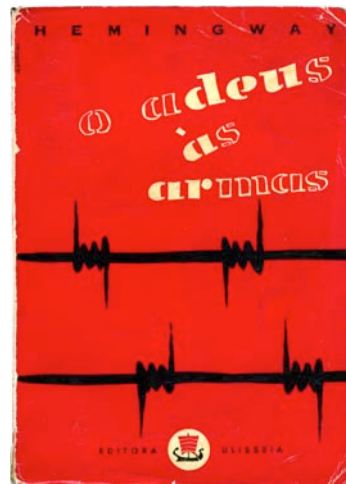
Em termos de ilustração Luís Filipe também varia muito, indo da representação realista em capas como a de *O Homem que Veio de Longe*, passando por expressões mais caricaturais como em *As Máscaras Finas*, até outras mais futuristas ou dinâmicas como em *Andanças do Demónio* e quase na abstracção de *Os Insubmissos*. Relativamente ao desenho de colecções percebe-se uma sensibilidade apurada para conseguir variar em estruturas que se mantêm como na colecção Latitude da Estúdios Cor, *A Califá* e *O Tambor* mesmo quando a tipografia tem um presença significativa em termos de tamanho na capa, foi claramente uma escolha posterior ao desenho. Como o próprio artista refere «a minha obra é toda baseada no desenho. Fazendo pintura, azulejos, capas de livros ou tapeçaria, é sempre a mão que está na base desta atividade.» E também por isso faz questão de ser ele a realizar, se não todo, pelo menos grande parte do trabalho. «É uma coisa gestual, não se imita. A minha expressão vive disso. Não faço estudos para um trabalho final. Faço várias versões e depois escolho a que acho melhor. Aposto numa espontaneidade controlada. Acho que essa é a principal característica do meu trabalho»<sup>211</sup>.

Capas como as de *Herzog* e de *O Tambor* mostram que Luís Filipe de Abreu tira partido não só do espaço vazio — pela composição geral — mas também da tipografia partindo as palavras, e com­pondo-as e tratando-as criativamente e como material trabalhável, que pode ser visto para além de ser lido.

211 (in <http://www.dn.pt/artes/interior/luis-filipe-abreu-desenha-os-selos-pequenos-e-os-grandes-murais-5209013.html>)



691.



692.

### 3.2.3.6. ANTÓNIO GARCIA (1925–2015)

António Garcia nasceu em 1925 em Lisboa e frequentou a escola António Arroio no final dos anos 1940, estudando para desenhador litográfico. À semelhança de outros capistas de época a sua formação teve muito de autodidacta e de aprendizagem prática, no terreno. A sua prática profissional dividiu-se por diferentes áreas e colaborações, que foram do projecto de arquitectura — entre os quais se destaca a fábrica para a gasosa *Canada Dry* — ao design de equipamento — representando Portugal na exposição Universal de 1970, no Japão, com a cadeira *Osaka* — design gráfico de maços de cigarros, como o *sg Ventil* ou o *Ritz*, e claro, às capas de livros, particularmente para a editora *Ulisseia*, para quem venceu um concurso de desenho de capas nos inícios da década de 1950, com as capas para *O Adeus às Armas*, de Hemingway e *A Casa de Jalna*, de Mazo de la Roche. Sobre estas capas vencedoras do concurso da *Ulisseia*, Robin Fior avança que «sem ter conhecimento dos outros projectos concorrentes, podemos supor que a maquete ganhou pela sua força e por ser apelativa, qualidades consideradas necessárias para lançar a iniciativa editorial. E António Garcia sabia que a sua arquitectura gráfica permitia registos diferentes, conforme a natureza do livro, sem sacrificar estas qualidades» (Fior, 2010: 26).

Aliás, por palavras do próprio Garcia percebemos que dispunha de várias soluções, ou abordagens, para resolver o desenho de uma capa. Em 1961, explica, em entrevista ao *Diário de Lisboa* o porquê e o como de fazer capas ilustradas para literatura:

«A necessidade, por parte dos editores, de atrair algumas camadas de público de certo modo afastadas do hábito de comprar livros. Muito simplesmente, procurou-se tornar os livros mais apetecíveis recorrendo a meios de expressão implícitos nas corrente actuais das artes plásticas e a dados técnicos definidos pelos investigadores no campo da psicologia aplicada à publicidade visual. Estas determinações não excluem um factor de criação de natureza poética, que só

691. Capa de António Garcia para *A Casa de Jalna*, de Mazo de La Roche. Lisboa, Ulisseia, 1954.

692. Capa de António Garcia para *O Adeus às Armas*, de Hemingway. Lisboa, Ulisseia, 1954.

ele permitirá atingir uma identificação entre o poder de evocação da capa, por meios plásticos, e a mensagem literária do conteúdo; (...) todos os meios gráficos, desde a imagem decritiva ao simples 'sinal', são igualmente válidos dependendo apenas da natureza do livro ou camada de público que se pretende atingir» (Garcia, 1961).

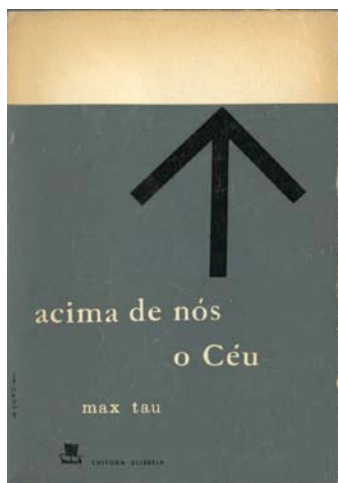
Quanto a influências recebidas do estrangeiro, Bártolo (2016: 64-71) havia identificado que António Garcia sofre «influências do design editorial anglo-saxónico dos anos 40 e 50 onde, entre outros, se destacara Alvin Lustig (...) capas, também elas filiadas nessa linha de influência norte americana, a que o ilustrador português acrescenta um peculiar humor e sentido lúdico».

Numa entrevista (Fragoso, 2009: 527), António Garcia assume que «as influências do estrangeiro vinham, de facto, através do conhecimento da revista *Graphis*, na qual há um n.º que traz um ou dois trabalhos meus. A *Graphis International* é, talvez, a única influência nessa altura que eu tive do estrangeiro...». A mesma revista suíça *Graphis*, referida por António Garcia, terá, segundo Heller e Cohen (2010: 56), publicado um artigo sobre Alvin Lustig no seu número 23 de 1948. Mas Almeida (2009: 26) identifica ainda outras influências: «(...) ideias oriundas sobretudo da Dinamarca, da Itália e dos Estados Unidos, e que eram veiculados pelo movimento moderno que ora surgia».

Mas relativamente às influências, que Bártolo reparou e que também nós, ao observarmos alguns pares de capas de Garcia, confirmamos: — a inquestionável presença da influência de Alvin Lustig — na entrevista de Fragoso a António Garcia, não é feita referência quando comenta o seu trabalho gráfico para as capas da *Ulisseia*:

«... sobre o aspecto visual [entenda-se trabalho que não arquitectura ou equipamento], a primeira coisa que lhe posso dizer foi que, durante uns anos, fiz as capas da colecção da série literária da *Ulisseia*... Em relação aos trabalhos de comunicação visual, tirando um ou outro cartaz que ia fazendo, foi o trabalho que talvez tenha tido uma expressão maior dentro do que eu fiz. Penso que, na altura, aquilo funcionou como uma certa inovação, mas penso que não tive qualquer tipo de influência. Tinha de facto, características muito pessoais» (Fragoso, 2009: 528).

Para quem disse, como Garcia, «Ilustração nunca fiz» (Fragoso, 2009: 527) as suas capas raramente dispensam algum tipo de imagem. É verdade que não recorre com tanta frequência como outros capistas ao desenho de letras, e quase sempre a tipografia, mas as vezes em que esta faz as despesas da capa, no sentido de ser ela quem resolve toda a ideia da capa, são raras, mesmo nas capas mais gráficas como *Acima de Nós o Céu* ou *O Midas Negro* existem quase sempre elementos visuais, setas, círculos, manchas de cor plana que ajudam a compor a tipografia. A tipografia não aparece em grande plano ou em exclusividade visual, contudo ele não se considera um ilustrador. E, de facto, ao observarmos muitas das suas capas reparamos que não recorre à



693.



694.

ilustração realista, como fazia, por vezes, Luís Filipe, ou Bernardo Marques, mas antes a composições mais gráficas, reduzidas, cartonescas, em silhueta plana, redutora, por vezes quase abstracta. As imagens estão carregadas de carácter simbólico mais do que representativo. Não é uma questão de virtuosismo do desenho, do artefacto para o significar, elementarmente. Nesta presepectiva Garcia é, talvez, 'mais designer' que Câmara Leme, Luís Filipe, e mesmo Paulo-Guilherme, que já se aproxima um pouco do mesmo estilo. Relativamente a Sebastião Rodrigues, existem proximidades precisamente por essa abordagem mais simbólica, de desenho menos artístico e mais gráfico, e o recurso da tipografia, ainda que de forma mais utilitária e menos conhecedora. Contudo, não se parece notar grande portugalidade, localidade, regionalismo, como em Rodrigues. Nesse sentido, não fosse talvez ser denunciado pelo uso de tipografia por vezes algo frágil, Garcia poderia ser de outro país. Talvez esse aspecto se deva ao facto de, na verdade, Garcia ter viajado e comunicado muito, pelo país e pelo mundo onde «participou intensamente nas exposições e feiras nacionais e internacionais» por onde foi ganhando «uma clara percepção da emergência do comércio moderno e da comunicação das massas». E isso aconteceu, «mais do que em livros e revistas, António Garcia aprendeu com as pessoas e as experiencias de vida. Nas fábricas, nos escritorios e nos estaleiros, mas também nas inúmeras viagens que fez, nomeadamente pela Europa, Brasil, África e Japão para montar pavilhões, *stands* de feiras projectados por si e na sequência de concursos ou encomendas directas para a promoção da cultura e do comércio além-fronteiras» (Fior, 2010: 16 e 17).

E na verdade foi também além fronteiras reconhecido. «A primeira edição ilustrada de *Whos Who in Graphic Design Art* é publicada em 3 idiomas e o seu conteúdo é introduzido como repertório internacional dos artistas gráficos, ilustradores, tipógrafos e caricaturistas de renome: 414 artistas contemporâneos, de seis continentes, com as biografias e as referências bibliográficas relacionadas; 4283 reproduções de obras representativas, com a fotografia e a assinatura dos artistas, numa edição trilingue (inglês, francês e alemão) com

693. Capa de António Garcia para *Acima de Nós o Céu*, de Max Tau. Lisboa, Ulisseia, 1960.

694. Capa de António Garcia para *O Midas Negro*, de Jan Carew. Lisboa, Ulisseia, 1960.

Semelhanças de trabalhos de capas de livros portugueses e estrangeiros.

—

695. Capa de Alvin Lustig para *The Longest Journey*, de E. M. Forster. Nova Iorque, New Directions, 1943.

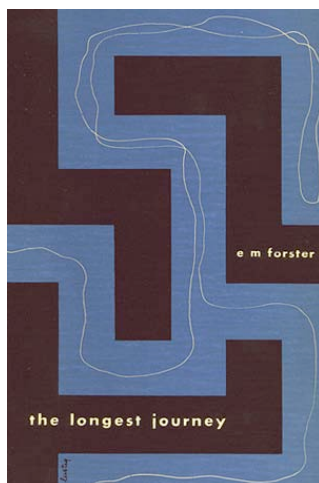
696. Capa de António Garcia para *As Chaves do Reino*, de A. J. Cronin. Lisboa, Ulisseia, 1960.

697. Capa de Alvin Lustig para *Monday Night*, de Kay Boyle. Nova Iorque, New Directions, 1947.

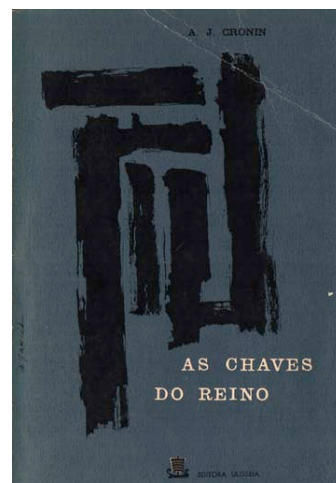
698. Capa de António Garcia para *Sartoris*, de William Faulkner. Lisboa, Ulisseia, 1958.

699. Capa de Alvin Lustig para *The Roman Spring of Mrs. Stone*. Nova Iorque, New Directions, 1949.

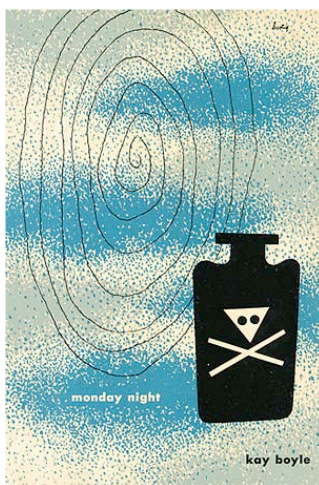
700. Capa de António Garcia para *A Colónia da Saudade*, de Han Suyin. Lisboa, Ulisseia, 1957.



695.



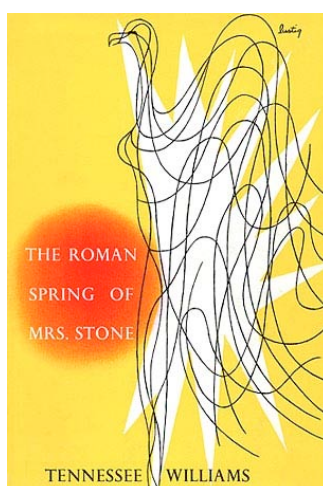
696.



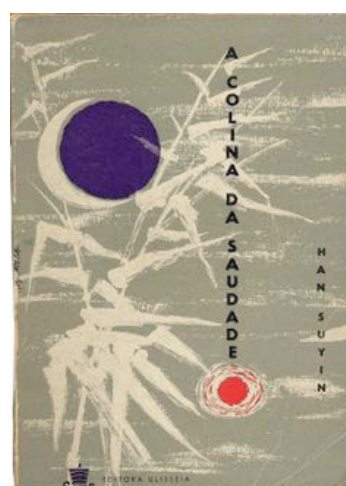
697.



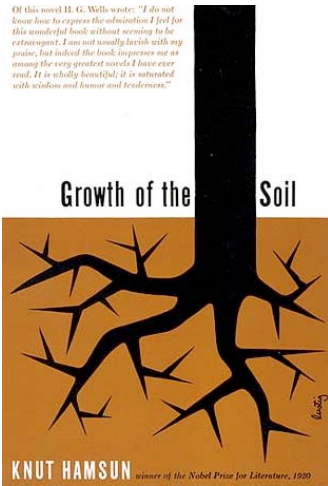
698.



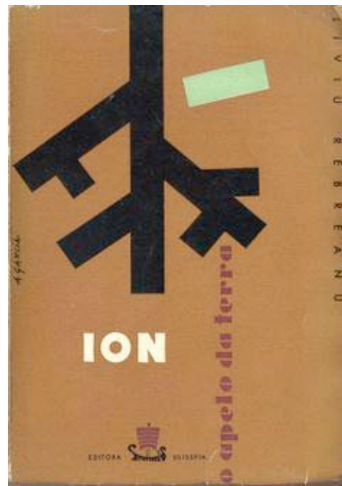
699.



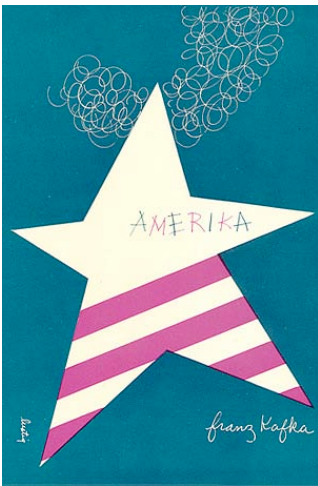
700.



701.



702.



703.



704.



705.



706.

701. Capa de Alvin Lustig para *Growth of the Soil*, de Knut Hamsun. Nova Iorque, Knopf, 1953.

702. Capa de António Garcia para *Ion o Apelo da Terra*, de Liviu Rebreanu. Lisboa, Ulisseia, 1955.

703. Capa de Alvin Lustig para *Amerika*, de Franz Kafka. Nova Iorque, New Directions, 1946.

704. Capa de António Garcia para *Focus*, de Arthur Miller. Lisboa, Ulisseia, c. 1964.

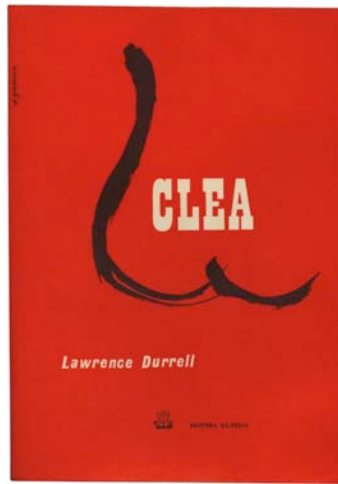
705. Cartaz de Saul Bass para filme *The Man with the Golden Arm*. Los Angeles, 1955.

706. Capa de António Garcia para *A Cidade dos Espadas*, de Colin MacInnes. Lisboa, Ulisseia, 1962.

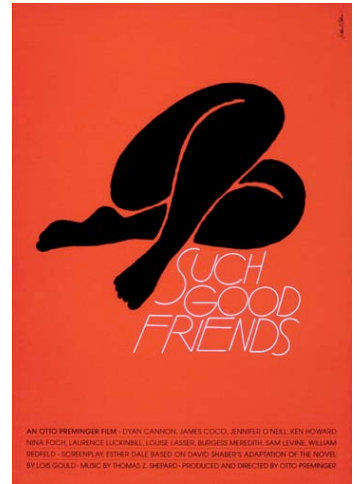




707.



708.



709.

Semelhanças de trabalhos de capas portuguesas e estrangeiras.

707. Capa de Luís Filipe de Abreu para *Onde a Noite se Acaba*, de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, Estúdios Cor, 1959.



710.



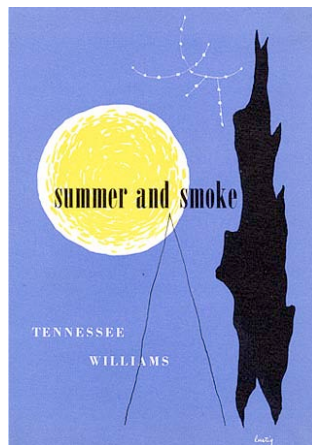
711.



712.

708. Capa de Luís Filipe de Abreu para *Clea*, de Laurence Durrell. Lisboa, Estúdios Cor, 1961.

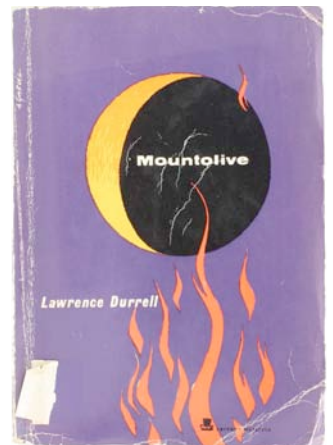
709. Cartaz de Saul Bass para o filme *Such Good Friends*, de Otto Preminger. Los Angeles, 1971.



713.



714.



715.

710. Capa de George Giusty, para *Anuário 34* do Art Directors Club. Nova Iorque, 1955.

584 páginas. Inclui uma lista de associações de artistas situados em 32 países, para além de uma introdução do editor sobre o objectivo e a natureza desta publicação e sobre o valor estético das artes gráficas. O pintor Paulo Ferreira assina o artigo sobre Portugal e faz uma síntese da evolução das artes gráficas no país, desde o século xv até à actualidade. A seguir ao artigo encontram-se as biografias de Paulo Ferreira e de João Abel Manta e António Carlos Garcia, acompanhados de reproduções de uma selecção dos seus melhores trabalhos. Integram este livro autores como Pablo Picasso, Otl Aicher, Albe Steiner, Salvador Dali, Joan Miró, Paul Rand, Leo Lionni, Georges Braque, Walt Disney, Saul Bass, Herbert Bayer e Kurt Schwartz, entre muitos outros» (Fior, 2010: 141-142).

Recebeu, em 2014, pela Sociedade Nacional de Belas Artes, o doutoramento *honoris causa*, por lhe ser reconhecida uma carreira que «demonstra a versatilidade que justifica a sua apresentação como designer global, indicadora da riqueza que faz do design uma área presente em todos os aspectos do dia a dia». De facto a variação de suportes e escala na obra do Garcia é notável: «projectou desde o selo ao livro, do mobiliário à habitação, do hotel à fábrica».

Morreu aos 90 anos tendo dedicado mais de 75 anos deles a projectar<sup>212</sup>

711. Capa de Paulo-Guilherme para *Espaco e Tempo*, de José da Silva. Edição de autor, 1961.

712. Capa de António Garcia para *O Bosque Proibido*, de Mircea Eliade. Lisboa, Ulisseia, 1963.

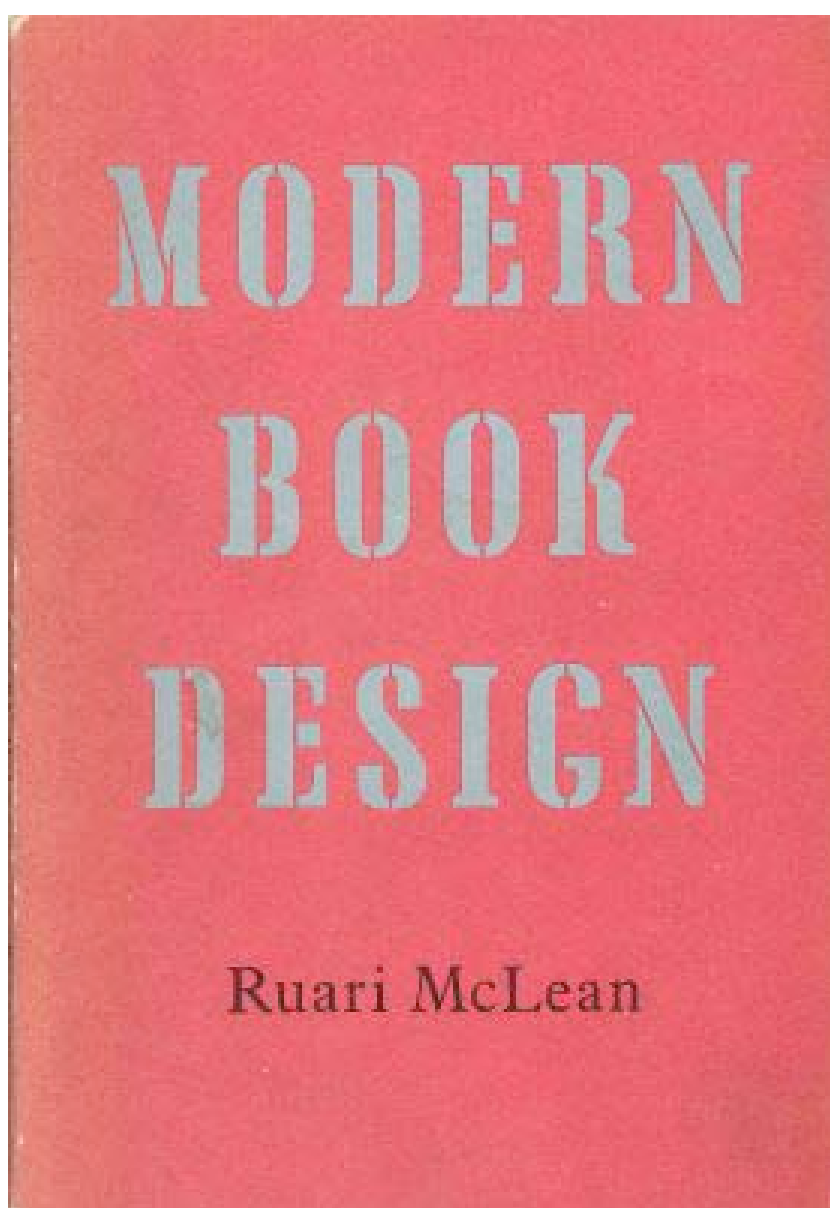
713. Capa de Alvin Lustig para *Summer and Smoke*, de Tennessee Williams. Nova Iorque, New Directions, 1948.

714. Capa de Victor Palla para *A Lua e as Fogueiras*, de Cesare Pavese. Lisboa, Arcádia, 1958.

715. Capa de António Garcia para *Mountolive*, de Laurence Durrell. Lisboa, Ulisseia, 1961.

716. Capa de  
Modern Book  
design, de Ruari  
McLean. Londres,  
The British  
Council, 1951.

—  
\* Bodoni, 2001: 128



E, OH!, QUE ESTA ARTE, TANTO QUANTO É ENGENHOSA,  
ÚTIL E BELA, ASSIM SEJA MAIS GERALMENTE PRATICADA  
COM PERÍCIA E AMOR, E SEJA AJUDADA PELO BOM  
GOSTO E PELO BOM SENSO!»

— *Giambattista Bodoni\**

### 3.3. CONCLUSÕES

RELATIVAMENTE À QUESTÃO «*Que singularidades e aspectos comuns?*» colocada no início deste capítulo 3 concluímos — também por alguma comparação entre designers, editores, capas, contextos e testemunhos do mesmo período — que nas capas de livros do modernismo português se podem verificar aspectos de dois tipos: específicos e comuns. E também de ambos em simultâneo uma vez que, das conclusões obtidas, aquela que talvez seja a mais interessante e paradoxal diz respeito aos aspetos específicos e ao facto destes não o serem por oposição aos aspectos comuns, mas antes resultarem deles. Dá-se uma espécie de recebimento do universal que, depois de absorvido, resulta numa expressão já local, portuguesa<sup>213</sup>. Contudo, esta especificidade local foi igualmente detectada noutros países, o que torna este fenómeno singular num fenómeno comum. O aspecto específico encontra semelhanças noutros países, isto é, o aspecto singular português — que é a sua expressão própria da realidade portuguesa — é uma especificidade que foi também encontrada e expressa noutros países, como, por exemplo, os EUA. Aí reside o paradoxo: o aspecto específico e singular do design português nas capas de livros deste período é, em parte, também o seu aspecto comum. A confirmação de uma especificidade no modernismo português mostra que o modernismo foi apreendido na devida forma, percebido, reinterpretado, ao invés de ser somente mimetizado, sem mensagem nem nexos numa linguagem universal desconexa com a paisagem portuguesa. É na sua especificidade que o modernismo português se comprova a ele mesmo como universal.

213 Esta ideia dicotómica é abordada num interessante artigo de Joana C. Leal e Mariana P. Santos, intitulado *As Sete Cabeças do Modernismo* cuja «premissa fundamental é a ideia de que o modernismo é um conceito plural, que foi tendo significados e entendimentos diferentes, quer pelos agentes artísticos, quer pelos críticos, quer pelos historiadores. Ou seja, trata-se de um conceito que tem múltiplos contornos históricos e que foi muitas vezes usado por diferentes perspectivas e posicionamentos críticos e políticos». As autoras exploram «a possibilidade de uma revisão teórica e crítica da definição dominante de modernismo — que é sobretudo estilística ou dependente de noções de auto-referencialidade, autonomia formal e abandono da representação (...) a partir da hipótese de que os modernismos do sul da Europa afirmaram e potenciaram um enraizamento na cultura popular (na arte e na cultura vernaculares) que antecipa em grande medida o que viria mais tarde a consagrar-se como regionalismo crítico» (Leal e Santos, 2016: 93).

### 3.3.1. ASPECTOS COMUNS:

#### VERIFICAÇÃO DE CONTÁGIO E DE INFLUÊNCIAS

Uma das aspirações iniciais deste estudo era a de confirmar, ou desmentir, a influência estrangeira, sobretudo americana, nas capas dos autores portugueses, o que se confirma. Nota-se em várias capas a partilha de combinações de cores, recorte de letras, motivos, composição, orientação e escolha dos elementos, entre outros. Estas influências são bem visíveis em várias capas de Victor Palla mas, sobretudo, em muitas capas de António Garcia quando comparadas com as de Alvin Lustig.

Relativamente a Câmara Leme, Paulo-Guilherme e Luís Filipe de Abreu o contágio não se faz notar tanto, sendo em Sebastião Rodrigues que se faz sentir aquela que será, talvez, a maior surpresa. É que, se inicialmente havia uma tendência para achar que as influências eram ditadas por estrangeiros e sofridas por portugueses — o que é assumido por vários designers que admitiam estar a par do que se fazia ‘lá fora’, sobretudo na Inglaterra e nos Estados Unidos da América, através de revistas ou do cinema — a verdade é que se conclui aqui, algo inesperado e interessante: é que alguns dos trabalhos que pareciam ter sofrido influência de outros, têm data anterior e estes. Isto verifica-se entre capas de Sebastião Rodrigues e do norte-americano George Giusty e do holandês Dick Bruna, em particular nas capas da revista *Almanaque* e *Holiday* e do livro *Os Anões Gigantes* e *Nog eentje van mij Fenella?* (no original: *Another little drink*). A capa de Bruna usa a imagem de uma mulher muito semelhante à de Rodrigues. O mais significativo nem é tanto a imagem da figura propriamente dita, cuja forte semelhança pode ficar a dever-se sobretudo ao facto de partilharem a moda e o mesmo ideal de beleza feminino da época. Mas ambas as capas usam fundo branco, uma figura feminina, à mesma escala, só o rosto, numa imagem a preto, insolitamente orientada na horizontal da capa... As semelhanças são fortes e notórias e, ainda que possa ser verdade, que tais parecenças resultem apenas do ‘ar do tempo’ ou duma forte coincidência, a verdade é que, mesmo que esse contágio não se tenha dado no sentido Portugal-EUA ou Portugal-Holanda (uma vez que Portugal era um país periférico e isolado), esta informação põe-nos perante uma de duas conclusões possíveis, ambas interessantes. Ou os portugueses emitiram algumas das influências em vez de apenas as terem sofrido, ou estavam na linha da frente da sua época, criando trabalhos avançados para o seu tempo e para o seu espaço, o que não deixa de surpreender, dado o contexto português da época, descrito ao longo deste capítulo.

#### **erudito não especializado**

A segunda conclusão diz respeito a uma semelhança entre os capistas americanos e portugueses. Assim, o que Michael Bierut (2007: 14) afirma, relativamente aos pioneiros do design norte-americano, que apresentámos no início deste capítulo, é válida também para os pioneiros do design português. Segundo este autor e designer:

«Os homens e as mulheres que inventaram o design gráfico na América eram em grande parte autodidatas; eles não tiveram a oportunidade de frequentar escolas de design especializadas, porque simplesmente não existiam. E no entanto algumas destas pessoas foram capazes de prosperar mesmo sem quatro anos de Tipografia, Resolução Visual de problemas e Estética Avançada. O que lhes faltava em educação formal, compensavam com insaciável curiosidade não só por arte e design, mas também por cultura, ciência, política e história».

Como vimos, também em Portugal não existia neste período (1940-1970)<sup>214</sup> uma formação específica em design. Os capistas quando tinham estudos, se superiores, eram vulgarmente em Pintura ou Arquitectura, frequentados nas Escolas de Belas Artes; se técnicos, eram em Artes Gráficas ou Desenho frequentados nas Escolas Técnicas e Profissionais.

Estes capistas tinham, como diz Bierut, de compensar a falta de treino e educação especializada em design gráfico com leitura, observação, curiosidade e autoaprendizagem. Para além disso era frequente relacionarem-se com grupos de cultura e erudição frequentando circuitos sociais que os punham em contacto com escritores, artistas e intelectuais, envolvendo-se com eles em iniciativas artísticas ou editoriais. Pertenciam pois a uma certa elite, informada, crítica, atenta ao que vinha de fora do país, e com iniciativa. Assim se percebe que tivessem conseguido «estabelecer um movimento de design, numa sociedade que estava apenas no início do reconhecimento do design gráfico como uma forma de arte e uma profissão», algo que de Mac Cormack (2016: 214-217), salienta como «verdadeiramente notável e importante lembrar, ao observar as suas capas».

Mas nesta não institucionalização como razão que justifica estas notáveis capas de livros, a par com o designer, participou o editor que foi um outro agente igualmente importante e merecedor de referência. Também eles tiveram uma atitude determinante na possibilitação desta geração de ouro de capas de livros portuguesas. Neste início de uma nova era entre empresários ainda não accessorados por *focus groups* e equipas de *marketing*, com as suas teorias, tendências e resultados, quase sempre previsível e irremediavelmente pouco frescos, foi essencial um certo bom senso, temperado com algum espírito aventureiro e fome de novidade, o que tornou os editores em agentes de mudança visual nos livros, mecenas do trabalho novo e até algo inocente, dos capistas, e que tomavam as capas como um terreno de experimentação e implicava algum risco, mas que os editores aceitavam patrocinar.

214 «Na verdade, a primeira universidade a estabelecer um curso especificamente dedicado ao design só aconteceu em 1969, quando o IADE — Instituto de Arte, Design e Empresa em Lisboa criou cursos de design de interiores e de equipamentos gerais» (Mac Cormack, 2016).

Essa ausência de teoria e profissionalização especializada, que por vezes se torna criativamente castradora, associada ao desejo de modernidade, tornou as encomendas de design e seus programas, por um lado, talvez pouco profissionais mas, por outro, permitiram muita liberdade de resposta e experimentação aos designers. Designers esses, como Victor Palla e Sebastião Rodrigues que, como referia Mac Cormack (2016: 214-217) «eram livres de inventar um estilo único, ainda que claramente a par do design que se produzia na Europa, à época». Essa liberdade concedida com alguns riscos, por editores ansiosos por patrocinar uma era moderna em Portugal, foi aproveitada inteligentemente por artistas intelectualmente bem preparados e, de certa forma, pertencentes a uma elite cultural que fizeram do seus trabalhos respostas frescas, arrojadas, não datadas por tiques supérfluos, que, com o passar do tempo, tornariam irremediavelmente desinteressantes os seus trabalhos.

Se à pergunta «de onde vêm as capas?», colocada no capítulo anterior, respondemos com a conclusão «de dentro dos livros», então poderemos concluir, no capítulo 3, que, no caso português, tal como Powers tinha afirmado em relação à Inglaterra, o design surge, em boa parte, através das capas dos livros. Estes designers que, como em Portugal, quase de tudo faziam, definem-se como designers gráficos através das capas de livros que constituem, frequentemente, uma parte muito significativa do seu legado visual. As capas funcionaram como porta de entrada não apenas para os textos que cobriam, mas também para uma nova educação visual dos leitores que, através delas, recebiam o trabalho inicialmente dos artistas e, gradual e posteriormente, dos designers.

Neste sentido, e no contexto português, Sebastião Rodrigues confirma-se como uma figura marcadamente especial. Nele, o design emancipa-se da arte. O designer não é necessariamente o ilustrador, ou o fotógrafo o autor da imagem usada. O designer é como um cozinheiro de novos pratos e não obrigatoriamente o criador dos seus ingredientes. Este aspecto, que poderá parecer menor é, em nosso entender, muito significativo. Até aqui a autoria do design das capas confunde-se frequentemente com a autoria da ilustração. As capas estão assinadas mas percebe-se, por vezes, que aquela assinatura se refere mais ao desenho, e não tanto à composição da capa como obra de design. Nas capas desenhadas por Sebastião Rodrigues percebe-se uma abordagem claramente nova; ao mesmo tempo trata a tipografia como matéria gráfica activa e dá frequente uso a imagens, ou pedaços delas, que são, por sua vez, mais gráficos, simbólicos e metafóricos do que meramente representativos.

### **3.3.2. ASPECTOS SINGULARES: universal local**

A terceira e última conclusão que obtemos neste capítulo diz respeito às especificidades reconhecidas como portuguesas, nas capas dos livros, relativamente às ambições universalistas do modernismo.

De origem russa e ideal construtivista, adoptado na Alemanha na Bauhaus e espalhado com «impacto em todos os cantos da Europa, incluindo Portugal», o modernismo deu origem ao *mid century modernist movement* que foi uma das «muitas influências sofridas pelo incipiente movimento do design português». Assim o afirma Dermot Mac Cormack num artigo intitulado «*Design Through Doing, Palla and Rodrigues, Pioneers of Portuguese Design*», publicado na revista *Slanted*.(2016: 214-217).

Neste contexto, com o modernismo, ou modernismos se considerarmos o original e o tardio (ou o primeiro e o segundo) a visão da arte e do artista mudou e entram em cena o design e os designers. Nas palavras de José Brandão é bem perceptível essa mudança mostrando que o design procurava agora o racionalismo e o pragmatismo eficientes, mais do que o anterior paradigma artístico e belo, canónico das artes puras. Não se consideravam artistas irracionais mas mais engenheiros do visual: «No campo da expressão visual gráfica, e segundo o testemunho de José Brandão (2005, 68-75) sobre a sua experiência no ateliê de Daciano da Costa, a década de 60 foi um período muitíssimo importante em que a profissão, mesmo ao nível internacional, se estava a racionalizar, havia toda uma ideia de metodologia». Era uma fase em que se queria contrariar o irracional do acto criativo. A prática profissional entendia agora a procura da reflexão e da fundamentação teórica da acção. Design era o conceito que definia uma atitude crítica e metodológica na resposta aos problemas»(Fragoso, 2009: 151) .

Como vimos, a entrada do modernismo no design gráfico português foi feita muito por via da Suíça, na figura de Fred Kradolfer, e a sua continuação foi inglesa e norte americana, e não francesa, como seria de esperar uma vez que Portugal, historicamente, procurava grande parte das suas referências culturais, artísticas, literárias, etc. em França. A explicação para isto parece ficar a dever-se à não aceitação francesa da visão modernista unificadora das artes. Sabemos que um dos grandes princípios do modernismo foi o de anular a distância que existia entre artes puras, ou belas, e artes aplicadas. Todas deveriam ser consideradas como manifestações de inteligência, de criatividade e de conhecimentos estéticos fundamentados em princípios universais. A escola Bauhaus surge precisamente dessa ideia de fusão das artes, todas válidas e meritórias de reconhecimento.

Contudo, como verificámos atrás, em França, onde as Belas-Artes e as artes decorativas mantinham essa divisão profundamente enraizada, essa nova perspectiva não parece ter sido absorvida, embora o modernismo no design gráfico francês tenha tido nomes como Cassandre e Massin, entre outros, que ficaram para a história do design.

No sentido contrário ao da França, segundo Fragoso (2005: 151) «a descoberta da sociedade e cultura inglesas tornou-se, a partir dos anos 60, muito marcante pelo elevado potencial que representou em relação à referência francesa que estruturava o meio cultural português. Alguns artistas descobrem a bibliografia inglesa e outros viajavam pelo país ficando indelevelmente mar-



cados pelo espírito de uma sociedade mais pragmática, com uma grande flexibilidade, uma grande abertura, um grande pragmatismo, e, ao mesmo tempo, níveis de qualidade muitíssimo elevados...». Já José Brandão (*in* Fragoso, 2005: 472) havia referido que em Portugal os designers estavam muito baseados nos anglo-saxões e na escola de Ulm, e também Fragoso (2005: 146) refere que «o gosto britânico no design gráfico começou a impor-se nessa altura, como já se tinha imposto o italiano e, de certo modo, o alemão.»

Verificando-se, da parte da Academia de Belas Artes e de outras instituições, uma «indisponibilidade oficial para acolher o conhecimento em processo de criação», as influências eram buscadas noutras fontes e o cinema, as revistas e algumas viagens ao estrangeiro, tornam-se importantes fontes de educação e absorção da estética modernista. Segundo Fragoso (2005: 146), teve a «Fundação Calouste Gulbenkian um importante papel através das «exposições de opção moderna, a revista *Colóquio*, as bolsas de estudo no estrangeiro representaram a ligação possível ao progresso dos anos 60».

Mas talvez esse, ainda que aqui e ali quebrado, isolamento tenha produzido uma portugalidade modernista, isto é, um cariz específico, regional, reconhecível como português num movimento de natureza universal como era o modernista. Os portugueses parecem, à semelhança de outros<sup>215</sup>, terem conseguido fazê-lo. «Talvez», como defende Mac Cormack:

«como resultado desse relativo isolamento dentro da cena europeia do design, eles foram livres para explorar o seu ofício nos seus próprios termos. Ao explorar internamente, dentro do design feito em Portugal, e com estudos no estrangeiro (Palla passou algum tempo em Londres na década de 1940 a estudar a edição de livros), estes designers foram livres para inventar um estilo único, embora nada ficasse a dever ao design produzido na Europa naquela altura» Cormack (2016: 214-217).

Na verdade, não é apenas em Sebastião Rodrigues, mas também em Victor Palla, sobretudo nas suas capas neo-realistas (com ambiente geralmente pesado, duro e rural onde se move o pobre trabalhador braçal português) que é dado lugar a uma linguagem moderna mais leve, experimental, brincalhona, geometrizada ou orgânica, recortada ou riscada, plana, abstracta, simplificada ou alegre, que abraça a paisagem portuguesa (seja geográfica, humana ou cultural), através do desenho, na fotografia, na composição. O casario na capa de *As Sete Partidas do Mundo* e o conjunto formado pelo candeeiro,

215 Uma vez mais, também aqui podemos identificar nas palavras de Drew e Sternberg (2005: 70) quando referindo-se ao sucedido nos EUA, podemos reconhecer como semelhante ao ocorrido em Portugal. Concluem estes autores que «Em 1960, designers como Lustig, Rand e Kuhlman já tinham provado que o modernismo poderia ser adaptado e integrado no domínio do design americano de capas de livros. Demonstraram que podia fornecer uma linguagem que desse voz não apenas ao editor e ao autor, mas também ao designer. A geração seguinte de designers continuaria a inspirar-se nas formas esbeltas e purificadas do modernismo e no seu potencial para modificações lúdicas. Esta inspiração tomaria formas que vão desde uma maior refinação do casamento redutivo de tipografia e imagem, até às apaixonadas rejeições da sua austeridade e reivindicação de universalidade «.

o banco e a figura humana, na capa de *Pirandelo*, são claramente retratos da realidade portuguesa. A forma de ver, captada através da lente já simplificadora, é modernista; Porém, o que se vê através dessa lente é, muitas vezes, Portugal. E para além de Palla e de Rodrigues, o mesmo se verifica em outras capas e nas capas que desenharam<sup>216</sup>.

Assim, pelo até aqui exposto, à questão «*Que singularidades e aspecto comuns?*» colocada no início do capítulo três, a conclusão é de que existem e que se devem, no caso das especificidades, ao correspondentemente específico, ambiente e circunstâncias do país e da época em que estes capistas aprenderam e/ou estudaram, viveram e trabalharam.

216 Este artigo «explora a possibilidade de uma revisão teórica e crítica da definição dominante de modernismo — que é sobretudo estilística ou dependente de noções de auto-referencialidade, autonomia formal e abandono da representação (...) a partir da hipótese de que os modernismos do sul da Europa afirmaram e potenciaram um enraizamento na cultura popular (na arte e na cultura vernaculares) que antecipa em grande medida o que viria mais tarde a consagrar-se como regionalismo crítico.

Este trabalho propõe uma abordagem crítica da historiografia do modernismo. A sua premissa fundamental é a ideia de que o modernismo é um conceito plural, que foi tendo significados e entendimentos diferentes, quer pelos agentes artísticos, quer pelos críticos, quer pelos historiadores. Ou seja, trata-se de um conceito que tem múltiplos contornos históricos e que foi muitas vezes usado por diferentes perspectivas e posicionamentos críticos e políticos» (Leal, Santos, 2016: 93).



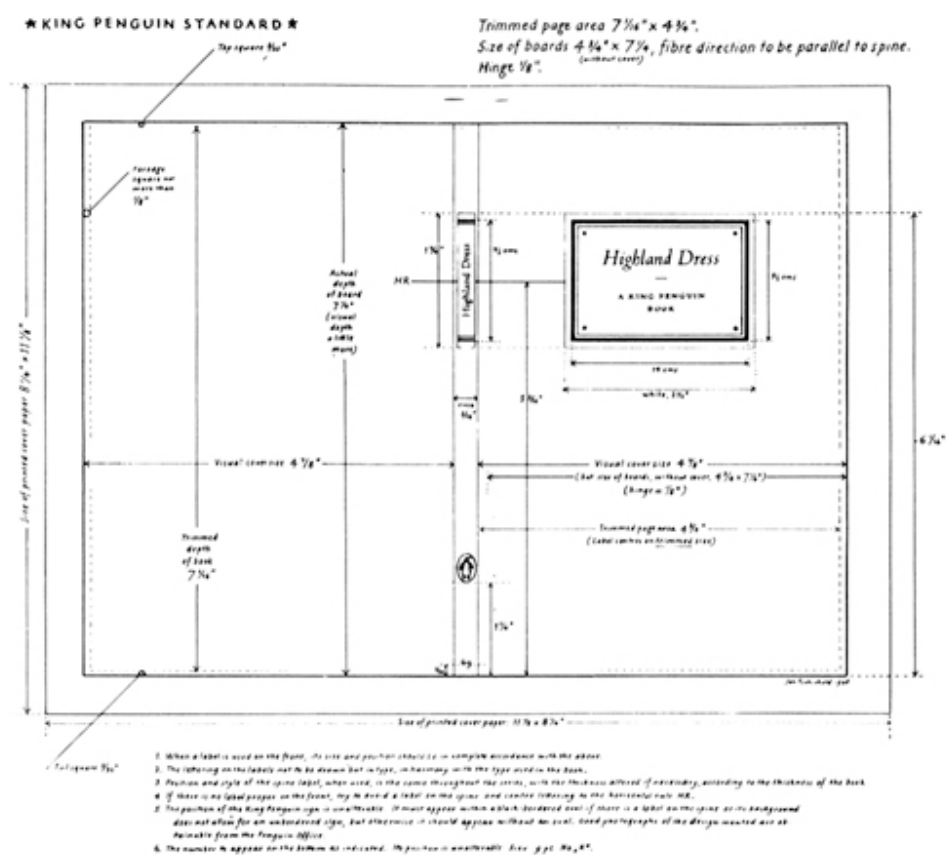


#### 4. ENTREVISTA ÀS CAPAS

Como saber o arquétipo dos capistas portugueses na abordagem ao desenho das suas capas?

717. Maquete cotada de capa da colecção King Penguin.

\*Gill, 2003: 151



717.

É MINHA OPINIÃO QUE UM BOM TRABALHO COM  
AS LETRAS É UMA COISA TÃO BELA DE VER COMO  
QUALQUER ESCULTURA OU QUADRO PINTADO

— *Eric Gill\**

#### 4.1. ABORDAGEM

PARA ROSA LLOP, AS CAPAS DOS LIVROS são «um campo de experimentação rico e limitado», o que faz delas um objecto de análise «particularmente adequado» para tratar de «questões gerais que afectam a simbolização gráfica», tanto como para «questões mais específicas que incidem sobre a gramática visual e o comportamento das formas, cores e objectos gráficos no espaço». Pelas mesmas razões, em particular pelas questões mais específicas indicadas por Llop, também a nós as capas dos livros parecem ser um bom objecto para analisar o desenvolvimento do design gráfico e da fusão de disciplinas de carácter tecnológico — como a tipografia — com outras de carácter artístico — como a ilustração. É nesta aliança que o designer gráfico trabalha, comunicando não apenas o significado verbal, habitualmente ditado por outros, mas também o significado visual, que mais frequentemente é seu. Elizabeth Resnik avança uma feliz explicação dessa dualidade:

«Uma ideia visual pode ser descrita como uma resposta pictórica a um pensamento ou problema abstrato. Ao mesclar palavras (tipografia) e imagens (imagens), um designer pode criar mensagens estruturadas para cativar um visitante ou transmitir informações. Isto pode ser conseguido através de hábil manipulação, interpretação e possivelmente até através da justaposição de palavras e imagens, de forma literal ou figurativa, de maneira a sugerir ou insinuar um significado específico ou desejado. O uso de simbolismo, analogia, metáfora ou trocadilho pode expandir ainda mais o vocabulário visual» (Resnick, 2003, p.123).

No capítulo dois, dedicado ao nascimento e evolução das capas dos livros, percebemos que elas têm grande parte da sua origem juntamente com o miolo dos livros, nas folhas de rosto e anterrosto desenhadas e compostas nas oficinas tipográficas, tendo vindo pouco a pouco a passarem-se para o campo das artes (ateliês e estúdios de artistas) e, posteriormente, encontrando-se algures

a meio caminho dessa figura algo mesclada que é o designer gráfico; um profissional que, à semelhança do arquitecto, se move entre a prática projectual e a prática artística. Em suma, também pelas capas se percebe o surgir faseado da necessidade de design e, por conseguinte, do aparecimento e evolução dos designers. Contudo, sabemos que esse processo não se deu de forma instantânea e ausente de percalços e ambiguidades, tendo sido uma evolução nem sempre gradual ou nitidamente encadeada. Percebe-se, pois, que no campo das capas dos livros, em particular no período composto pelas décadas dos meados do século xx, foram vários os tipos de profissionais que as tomavam a seu cargo. Ora, tendo estes diferentes profissionais diferentes formações, neste capítulo será apresentada e justificada a nossa teoria de arquétipos de capas de livros, bem como um questionário que permite perceber a abordagem que cada capista tomou no desenho das suas capas. Esse questionário será depois testado, nos seis capistas já anteriormente apresentados como os mais considerados da chamada «geração de ouro» de capas em Portugal. As suas capas serão assim 'passadas' pelo questionário para tentarmos perceber que tipo de abordagem — clássica, de transição ou moderna — faziam esses profissionais. As perguntas serão orientadas à verificação de uso, qualidade e quantidade dos diferentes aspectos, elementos e fundamentos do design, que digam respeito aos três campos por nós considerados diferenciadores: texto, imagem e composição.

Os parâmetros de Llop (2014: 12–13) baseiam-se nas diferentes interpretações que as capas de livros podem ter por parte de quem as vê e lê. Para além disso, o seu estudo baseia-se nas capas da actualidade com recurso a fotografias a cor, modelos 3D e outras abordagens que não estariam tão disponíveis no período em estudo na nossa investigação. Nesta investigação, mais do que percebermos que tipo de capa, como Salter, ou que tipo de interpretação e mensagem, como Llop, tentamos averiguar que tipo de abordagem era escolhida por parte do capista, e tentar mostrar que essa escolha era, por si só, já classificável na abordagem ao design pelas diferentes formações profissionais.

#### 4.1.1. SUSPEITAS

AS QUESTÕES QUE DE SEGUIDA VAMOS EXPOR partem da conclusão obtida no Capítulo 2, de que as artes gráficas, e com elas, os livros e, em particular, as suas capas ou frontispícios, antes exclusivas dos compositores e tipógrafos, foram, gradualmente, sendo partilhadas. Primeiro, por via da litografia, com os artistas, e mais tarde, pela fotocomposição, com artistas gráficos, ou designers. Aquela que antes era uma formação clássica, assente na composição tipográfica tradicional, passou a ser posta de lado em favor da experimentação artística e técnica. Segundo Silva<sup>218</sup>, pela litografia, facilitadora da reprodução

218 «A descoberta dos processos de fotozínco e fotogravura veio, então, em auxílio da tipografia, a não ser no ramo cartaz, em que a litografia lhe ficou com esmagadora superioridade. Artistas notáveis entregaram-se à composição de cartazes que são verdadeiras obras-primas. De começo, ocupavam-se apenas da ilustração, mas para assegurar uma perfeita harmonia nos seus trabalhos, começaram desenhando

de imagens nas artes gráficas, entraram os artistas nas oficinas. Estes artistas, que por vezes desconheciam os cânones e as regras da tipografia, nem por isso se inibiram de a trabalhar como bem entenderam. E se, por um lado, acrescentaram a criatividade e a expressividade à tipografia, por outro mostravam, por vezes, desconhecer conhecimentos suficientes para uma prática de tipografia sem problemas. Aqui poderá estar a explicação para várias capas que levantaram as suspeitas que originaram esta investigação. Parecem por isso nascer aqui dois dos arquétipos de abordagens ao grafismo das capas defendidos, a dos artistas e a dos tipógrafos. Estes últimos, ainda que não mostrem erros nesse exercício da tipografia, denunciam a sua formação tradicional e desprovida de criatividade e expressividade. Segundo esta ideia, ao questionarmos cada capa poderemos tentar perceber se o seu autor gráfico mostra uma abordagem conservadora, que denuncia uma aprendizagem clássica, ou mostra influências modernistas, seguidoras, ainda que de forma algo tardia, de exemplos oriundos da Bauhaus ou da escola suíça. Entre uma e outra existem diferenças significativas. Por exemplo, o recurso a letras exclusivamente minúsculas num título, ou nome do autor, a composição centrada ou não do texto, poderão ser pistas válidas para distinguir uma de outra abordagem e respectiva formação profissional. Destes aspectos falaremos com maior detalhe mais adiante.

Paralelamente, temos noção de que deveremos levar em consideração que as fronteiras entre arte e design, ou entre profissional ou amador, nem sempre foram, nem são por vezes ainda hoje, bem distintas. Há fases de transição, há casos extraordinários, génios isolados e indivíduos avançados para o seu tempo. Há evolução, regressão, contágio, transformação... As fronteiras são frequentemente difusas ou mescladas e essa é uma constatação assumida por vários autores no que toca ao recorte do design gráfico como disciplina ou profissão, conforme podemos ler nas palavras de Kalman e McKoy, entre outros:

«O design gráfico não se define ou delimita facilmente. O design gráfico é o uso de palavras e imagens ou de quase tudo em quase todos os lugares... O design gráfico não é rarefeito ou específico. Não

também as letras e da imaginação desses artistas, que nunca conheceram as regras da tipografia ancestral, jorraram formas novas e originais, não só de caracteres, mas ainda da disposição das linhas, dos títulos, em traços desconhecidos dos velhos mestres. Essas obras harmonizando-se com outras manifestações de arte no estilo que apresentam, dominaram o gosto público; os catálogos, os anúncios, os prospectos americanos começaram a difundir-se com composições de formas novas, novas aplicações de filetes, de fantasias caprichosas, silhuetas, de gravuras admiráveis, em impressões primorosas. Essas fantasias, como outras inspiradas pelos notáveis artistas para os mostruários das fundições de tipos, transitaram do cartaz, da capa a cromolitografia, para a capa da brochura e daí para o interior do livro, no emprego de motivos imprevistos, na disposição das gravuras e dos dísticos na forma dos títulos, etc., A aplicação da arte moderna à tipografia não é, pois, uma questão de moda; é a necessidade imperiosa de seguir um estilo a cujo advento assistimos, e cuja duração, sujeita a evoluções, será longa.

Não podia a arte que é o reflexo de todas as artes conservar-se estacionária perante elas. Inspirando-se no trabalho dos grandes designers de cartazes, e nas decorações dos mais hábeis artistas, a composição tornar-se-á como que uma ornamentação, isto é, um conjunto harmónico de onde se destaquem sem esforço as ideias dominantes e na qual todos os elementos constituintes: tipos, disposição de linhas, ornatos e cores deverão concorrer ao fim para que o trabalho foi executado, pondo de parte o respeito pelas doutrinas arcaicas que, não obstante, é indispensável conhecer» (Silva, 1962: 278).



é uma profissão, é um meio. É uma forma de apresentação, um meio de comunicação. É usado por via da cultura em diferentes graus de complexidade e com diferentes graus de sucesso. Isso é o que faz do design gráfico importante. Isso é o que o torna interessante. E está a operar em todos os locais onde existem palavras e imagens» (Kalman *et al*, 1994: 27).

«Mas o design gráfico é uma profissão? Este sector de actividade não existia até o início deste século, e não há muita concordância sobre a própria nomenclatura. Somos designers gráficos, artistas gráficos, artistas comerciais, comunicadores visuais, designers de comunicação ou simplesmente arte finalistas?» (Katherin McCoy 2005: 3).

Outros autores se refeririam a este espaço, ou tempo, de alguma indefinição que existiu sobre artistas, designers, ilustradores: acerca dos livros de bolso da Penguin Baines afirma que «Os primeiros títulos da Penguin apareceram numa época em que os vários papéis de designer, diretor de arte e impressor não eram claramente diferenciados» (Baines, 2005: 19).

Mas talvez um testemunho ainda mais interessante seja o seguinte em que os autores chamam a atenção para um afastamento da obra original que o designer deve privilegiar:

«Apesar dos argumentos sobre o estatuto e a definição do artista, ilustrador ou designer gráfico, a arte produzida para impressão é um meio para um fim, mesmo que se transforme numa obra de arte por si só. John Lewis e John Brinkley afirmaram que todo o bom design representa um triunfo do compromisso bem-sucedido sobre as dificuldades da produção e das relações pessoais. A primeira coisa que o jovem designer deve ter em mente é que não é o seu desenho original que importa, mas sim a folha impressa que mostrará a sua concepção, depois de ter passado por todas as etapas de produção» (Lewis; Brinkley, 1954: 165).

Finalmente, outro autor confirma a ideia:

«Quando o artista produz desenhos ou pinturas para uma capa de livro — e a criação de um invólucro pictórico adequado pode estar mais aberta à experimentação do que a ilustração propriamente dita do livro — ele deve ter em mente, acima de tudo, que o propósito de seu trabalho é permitir que o impressor produza milhares de impressões. O mérito de seu original — que só é visto pelo editor e pela gráfica — não tem na sua essência a sua verdadeira beleza, mas sim na sua aptidão para ser reproduzido. Aqui o conhecimento técnico do criador deve permitir ao impressor a criação, por meio da multiplicação, de centenas e milhares de capas/sobrecapas, cada uma transmitindo fielmente a franqueza e a frescura do original» (Rosner, 1954: xx).

À luz destas considerações — em resumo, a passagem do desenho das capas de livros dos tipógrafos para os artistas e para os designers, e que a profissão de designer gráfico nem sempre teve contornos muito claros — apresentamos as duas questões nas quais baseamos a nossa tese.

A primeira defende a identificação ou reconhecimento dos três arquétipos na abordagem ao design de capas de livros, que apresentamos no esquema seguinte.

## arquétipos de abordagem ao desenho de capas de livros:

### 1. ABORDAGEM CLÁSSICA/ *pela tipografia*

#### LETRAS

- a solução da capa é determinada pela tipografia
- ausência de letras desenhadas

#### IMAGEM

- frequente ausência de imagem
- imagem decorativa ou figurativa: gravura ou material tipográfico

#### COMPOSIÇÃO

- composição formal, alinhada ao centro ou à esquerda
- tipografia sem erros

### 2. ABORDAGEM DE TRANSIÇÃO/ *pela arte*

#### LETRAS

- frequente ausência de tipografia
- tipografia remetida ao espaço restante da ilustração
- tipografia activada ou criativa mas com erros
- possível presença de letras desenhadas

#### IMAGEM

- a solução da capa é determinada pela ilustração

#### COMPOSIÇÃO

- pouca unidade/coesão entre tipografia e imagem

### 2. ABORDAGEM MODERNA/ *pelo design*

#### LETRAS

- a solução da capa é ditada pela tipografia, pela imagem ou por ambos
- ausência de erros grosseiros de tipografia
- possível presença de letras desenhadas

#### IMAGEM

- a solução da capa é ditada pela tipografia, pela imagem ou por ambos

#### COMPOSIÇÃO

- forte unidade/coesão entre tipografia e imagem



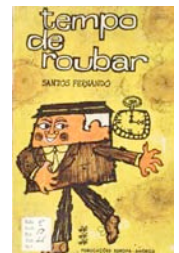
718. Capa de *O Natal do Clandestino*, de José Rodrigues Miguéis. Lisboa, estúdios, Cor, 1957.



719. Capa de *Viagens na Minha Terra*, de Almeida Garrett. Coimbra, Atlântida, 1959.



720. Capa de Paulo-Guilherme para *O Dedo de Deus*, de Erskine Caldwell. Lisboa, Portugalia, 1960.



721. Capa de *Tempo de Roubar*, de Santos Fernando. Lisboa, Livros da três Abelhas, 1964.



722. Rodrigues para *Voo 777*, de Ian Colvin. Lisboa, Ulisseia, 1962.



723. Capa de Victor Palla para *O Cerco*, de Mário Braga. Coimbra, Atlântida, 1960.

Cremos serem verificáveis os três arquétipos expostos na abordagem ao design de capas de livros através de um conjunto de 15 questões distribuídas por três campos (mais um para identificação). Deste modo, através de questões relativas ao texto, à imagem, e à composição, defendemos ser possível distinguir o desenho das capas em três arquétipos de abordagem, que distinguimos como clássica, de transição e modernista, revelando, para cada um desses arquétipos, um perfil determinado pelo conjunto de características que de seguida apresentamos. As designações atrás indicadas explicam-se por adoptarem termos já estabelecidos no campo do design gráfico, sobretudo no da tipografia, como definidores de diferentes períodos que acarretam com eles diferenças tidas como significativas e que os distinguem entre si.

A segunda questão relaciona-se com os seis capistas apresentados no capítulo 3, escolhidos por serem lembrados por vários autores como dos mais notáveis designers de capas portuguesas desta geração. Será que depois do seu trabalho ser sujeitado ao nosso questionário, fica revelada alguma tendência que possa, ou reforçar, ou comprometer a ideia que de são pioneiros do design português? Seria 'já' design o que eles faziam nestas capas? Que abordagem tomaram?

#### 4.1.2. OBJECTIVOS

«(...) uma boa análise define-se antes de mais pelos seus objectivos. Definir o objectivo de uma análise é indispensável para estabelecer os seus próprios instrumentos, não esquecendo que eles determinam em alto grau o objecto da análise e as suas conclusões. De facto, a análise por si própria não só não se justifica como não tem interesse; ela deve servir um projecto e é este que lhe fornecerá a sua orientação, assim como lhe permitirá a sua metodologia. Não há método absoluto para a análise mas sim opções a fazer, ou a inventar, em função dos objectivos» (Joly, 2007: 54).

Na opinião de Joly, qualquer análise deverá possuir objectivos claros que deverão funcionar como eixo condutor do processo. Eles determinam a escolha ou criação das ferramentas e indicam a metodologia adequada. No caso concreto do nosso estudo esses objectivos partiram de duas suspeitas baseadas numa observação empírica de capas de livro portuguesas das décadas de 1940 a 1970 e que expusémos atrás.

A análise de capas adiante apresentada tem como principal objectivo perceber de que forma era feita a abordagem ao desenho de capas de livros pelos seis mais considerados e referidos *capistas* da época.

O termo *capista* não é aqui inocente. Sendo este um período em que, como já referimos anteriormente, o design gráfico não tinha ainda uma educação e uma prática formal bem definida, os profissionais que resolviam os problemas gráficos tinham formação e preparação de diversas origens e tipos, habitualmente variando entre um universo mais técnico ou tecnológico e ou-

tro mais artístico. A abordagem ao trabalho de design de capas de livros da época parece, pois, ser e ter algumas características que são comuns ou agrupáveis em arquétipos ou classes. Neste capítulo, propomo-nos construir um questionário que retire do desenho das capas seleccionadas as respostas que poderão confirmar ou refutar a existência desses arquétipos ou classes. Através da interpretação de questões relativas à imagem, à tipografia e à composição tentar-se-á perceber o que havia de comum, e incomum, entre estes capistas e o que isso pode dizer-nos àcerca das origens e evolução da prática de design em Portugal.

Como segundo objectivo, ou trabalho futuro, existe a ideia desta selecção vir a ser a base de um, ou de vários arquivos *online* que permitam o acesso público às capas organizadas por designer.

A análise de capas realizada neste trabalho não tem a pretensão de ser exacta nem definitiva. O seu intuito passa antes por uma proposta de compreensão da prática do design gráfico — e da sua forte componente, que é a tipografia — no contexto das capas de livros portuguesas do período em estudo. Através da recolha de cerca de 600 capas de livros de 6 designers, repartidas por diversas editoras activas na época, obtive-se uma amostragem viável para uma análise que, mesmo recorrendo a dados quantitativos enquanto eixos de sustentação de conclusões, será credível, do ponto de vista do design e dos seus critérios enquanto disciplina.

O propósito deste capítulo é a criação fundamentada de um questionário, através do qual irão ser recolhidas informações sobre as capas de livros. Analisar capas, embora não absolutamente, é, sobretudo, analisar imagens. E «observar uma imagem de modo diferente do que com uma simples intenção de consumo fugaz, é fazer-lhe perguntas» (Gervereau, 2007: 41). Para este autor, cada especialista fará, a uma mesma imagem, diferentes perguntas. Tentaremos que este questionário tenha as perguntas "do designer".

Se na Arte estas divisórias estão já razoavelmente bem esclarecidas e documentadas, já no campo do design não parece ser tanto assim. A Teoria, a História, a Filosofia ou a Crítica do Design são disciplinas por si só, porém com algumas dificuldades em serem reconhecidas uma vez que o seu corpo de estudo, que é o design, é ainda ele próprio, apesar de muito referido, frequentemente pouco conhecido e menos ainda percebido. Segundo os autores Kalman, Miller e Jakobs (Kalman *et al*, 1994: 28):

«A falta de comentário crítico no design e na história do design produziu uma ambivalência em relação à linguagem. Escrever sobre design parece por vezes inútil ou suspeito e o design enquanto expressão da linguagem escrita tem sido uma demanda menos do "artística". O design transforma-se na mera composição de elementos puramente pictóricos em vez da manipulação de imagem e linguagem. O design torna-se mudo. Qualquer um que tenha tentado projetar utilizando texto fantasma sabe disso. Alguns dos melhores designers — Paul Rand, Herb Lubalin, Saul Bass, Alvin Lustig —

são os que procuraram de forma consistente envolver as dimensões editoriais e técnicas do design».

É pois, em parte também para perceber melhor alguma da confusão existente entre termos como capista, tipógrafo, designer, artista comercial, artista gráfico e designer, que esta tese se apresenta.

Nesta investigação não buscamos uma análise geral, mas antes específica do design gráfico. As perguntas que procuramos são, portanto, como já referimos, aquelas que obterão respostas mais significativas para a nossa disciplina mas que, seguramente, poderão interessar também a estudiosos de outras áreas. Tentar-se-há recolher dados sobre o recurso de componentes essenciais do design gráfico, enquanto disciplina, para uma interpretação posterior. Esses dados dirão respeito a imagem, texto, e composição.

Apesar de procurar dados também quantitativos mais vinculados, que surjam durante o processo e que possam servir como eixos de sustentação de conclusões, esta recolha tem ainda como objectivo promover uma reflexão, assumidamente subjectiva e pessoal, que, mais do que uma análise fechada, almeja ser um ponto de partida (e um levantar de questões) para estudos futuros acerca deste património visual e literário português.

#### 4.1.3. METODOLOGIA

FEITA UMA OBSERVAÇÃO EMPÍRICA que nos levou a duas suspeitas, à formulação de uma teoria e à determinação de um *corpus* de estudo, o processo e faseamento dos trabalhos programou-se segundo a ordem que apresentamos e desenvolvemos de seguida.

1. OBSERVAÇÃO EMPÍRICA
2. FORMULAÇÃO DE TEORIA
3. DETERMINAÇÃO DO CORPUS
4. RECOLHA DOS EXEMPLARES PARA ESTUDO

As capas recolhidas compreendem uma amostra alargada e muito representativa do trabalho de seis capistas portugueses no período 1940-1970. O critério seguido na sua selecção, tal como já explicado anteriormente no capítulo 3, foi determinado pelo somatório dos seis nomes mais referidos por vários autores<sup>219</sup> como significativos do desenho de capas de livros portugueses neste período.

Foram escolhidas colecções e bibliotecas, públicas e privadas, que possibilitem o acesso físico ou digital ao maior número possível de capas de livros publicados no período em estudo, que tenham sido desenhadas pelos capistas definidos. O caso da Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra é particularmente importante, visto tratar-se de um dos depósitos legais nacionais com um espólio difícil de igualar em número de títulos. Por se considerar que, apesar disso, poderão existir falhas no seu catálogo, foram tomadas também, como fontes, outras possíveis colecções e bibliotecas, públicas ou privadas, e ainda as próprias editoras, que possam completar esta selecção.

## 5. ESTADO DA ARTE

Para a construção deste questionário foi considerada extensa bibliografia nas diferentes áreas que ele abrange, nomeadamente, sobre pensamento, investigação e análise de imagens; teoria, prática e classificação tipográfica; teoria, fundamentos, elementos e princípios do design, bem como trabalhos aproximados de análise da perspectiva do design gráfico a conjuntos de capas de livros ou de revistas.

## 6. CONSTRUÇÃO DE QUESTIONÁRIO

Como ferramenta de trabalho foi elaborada uma grelha para a recolha de dados das capas acedidas em formato de questionário digital. O questionário é composto por 4 campos de avaliação, pelos quais foram organizadas perguntas que orientassem respostas o mais precisas e fechadas possível, idealmente com recurso a resposta no formato sim/não, ou então de opção restrita pré-definida, para, deste modo, garantir uma operacionalidade eficaz e viável.

## 7. RECOLHA DE DADOS

A recolha de dados foi feita maioritariamente através de livros acedidos na Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra. Através da consulta do seu catálogo, na plataforma digital, foram requisitados os livros. A capa de cada um desses livros foi alvo do questionário individual e de uma ou mais digitalizações. No caso das capas de livros acedidos através de fontes que não a BGUC, nomeadamente outras bibliotecas públicas ou privadas, procedeu-se de forma idêntica. Na impossibilidade de encontrar os livros fisicamente recorreu-se a imagens das capas publicadas em fontes credíveis, nomeadamente outros livros ou *sites* online.

## 8. APRESENTAÇÃO, LEITURA, E ANÁLISE DOS DADOS

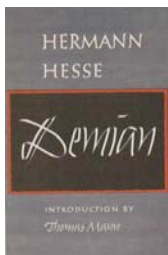
Dependendo do grau de complexidade da sua leitura, os dados recolhidos poderiam ser tratados de duas formas. Pela sua diversidade e volume prevê-se que os dados obtidos pelo questionário às capas possam necessitar do trabalho de 'tradução visual', por parte de especialistas em visualização de informação ou infografia, de modo a facilitar a sua interpretação. Porém, não foi excluída a possibilidade desta visualização vir a ser considerada desnecessária. No caso da visualização vir a ser feita, pretende-se garantir que os designers por ela responsáveis tenham um acesso aos dados em estado 'bruto', para que as leituras e cruzamento de dados não sofram de alguma 'contaminação'.

## 9. CONCLUSÕES

Neste campo é espectável que sejam apresentados dois tipos de conclusão: em primeiro lugar, a confirmação ou refutação das suspeitas iniciais; em segundo lugar, um conjunto diversificado de constatações que poderão sugerir significados que interessa revelar.

#### 4.1.4. ESTADO DA ARTE

Nesta parte serão apresentados seis autores e os seus contributos nas diferentes propostas que deixaram, para a criação de modelos ou sistemas de classificação, verificação, avaliação ou parametrização no design gráfico, com particular ênfase nas capas e livros. Este conjunto de modelos ou sistemas é o resultado duma selecção daqueles que maior afinidade e proximidade mostraram com os objectivos e o objecto de estudo do nosso trabalho.

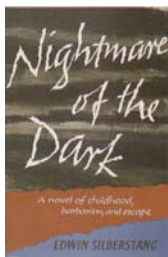


Exemplos-tipo das sete categorias de Salter.

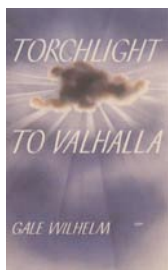
724. *Demian*, de Hermann Hesse. Nova Iorque, Harper & Row, 1965.



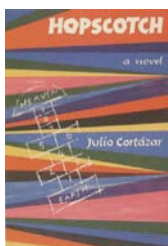
725. *Das Moskauer Jüdische Akademische Theater*, Berlin, Verlag Die Schmiede, 1928.



726. *Nightmare of the Dark*, de Edwin Silberstang. Nova Iorque, Knopf, 1967.

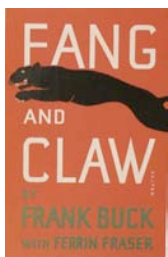


727. *Torchlight to Valhalla*, de Gale Wilhelm. Nova Iorque, Knopf, 1938.



728. *Hopscotch*, de Julio Cortázar. Nova Iorque, Pantheon, 1966.

729. *Fanf and Claw*, de Frank Buck. Nova Iorque, Simon & Schuster, 1935.



**Salter (1939)** George Salter (1897-1967) foi um profíquo designer de capas de livros. Alemão perseguido pelo Nacional Socialismo emigrou para os EUA onde rapidamente encontrou trabalho qualificado desenhando capas de livros e revistas e ensinando Caligrafia e Design de Livros na *Cooper Union*.

Em 1939, depois de dezassete anos a desenhar centenas de capas, Salter publicou um artigo intitulado «Designing Book Jackets<sup>220</sup>», onde apresentava uma tipologia ou classificação de capas de livros. O seu sistema dividia-se em sete categorias:

1. A capa formal tipográfica ou com letras desenhadas à mão, que não inclui quaisquer outros elementos de design que não sejam letras.
2. A capa formal tipográfica ou com letras desenhadas à mão que incorpora elementos ornamentais, mas evitando a representação pictórica.
3. A capa tipográfica, com letras desenhadas à mão ou manuscrita que tem como intenção sugerir a ação do livro. Neste caso as letras pictóricas evocam um estado.
4. Uma variação ao tipo 3, em que características ornamentais ou pictóricas são acrescentadas ao design primário tipográfico ou com letras.
5. O desenho pictórico sugere a atmosfera do livro retratando detalhes específicos do seu conteúdo. Neste caso, o texto complementa ou explica a imagem, que é a interpretação pessoal do artista dos conteúdos.
6. O desenho pictórico que deriva completamente da atmosfera do livro. Embora seja uma capa ilustrativa, não necessita de se basear em cenas específicas concretas ou realistas. Esta categoria transmite emoções ao invés de factos e é portanto a mais sugestiva e estilisticamente abstrata. Ainda assim, é necessário ler o texto para se desenhar uma capa destas.
7. A capa em estilo de cartaz. Com a franqueza das imagens concretas, esta categoria relaciona-se de forma mais próxima, no estilo e na intenção, com a arte publicitária comercial (Hansen, 2005: 11).

As classes de Salter organizam as capas guiando-se por indicadores relativos às letras e às imagens, mas não de modo apenas formal, uma vez que em alguns tipos o conteúdo do livro é levado em consideração, coisa que não faremos no nosso sistema em que consideraremos apenas o uso 'formal' esvaziado de significado semântico, poético ou simbólico por considerarmos que

220 The Fifth Advertising and Publishing Production Yearbook 1939. *The Reference Manual of the Graphic Arts* (N. Y.: Colton Press, 1939).

não conseguirmos ler o conteúdos dos livros e verificar se de facto é oportuno fazer avaliações dessa natureza.

**Gervereau (2007)** No seu livro *Ver, Compreender, Analisar as Imagens*, Laurent Gervereau apresenta e defende um modelo de grelha para analisar imagens. Vimos já que uma capa de livro é mais do que uma imagem, contudo, nesta investigação, sendo o nosso foco respeitante à abordagem tida na criação visual das capas, não serão consideradas questões de ordem material, como qualidade do papel, tipo de impressão e acabamentos especiais, etc.

O modelo de grelha deste autor abarca vários parâmetros de análise que permitem que esta seja feita, ainda que de diferentes prismas, de forma credível e honesta. Gervereau apresenta um modelo de grelha mas ressalva que ele é flexível o suficiente para poder ser personalizado, em função de cada investigação em particular e dos seus objectivos.

Assim, dependendo da área do investigador, o foco de orientação das suas perguntas irá variar. O historiador da arte focar-se-á no estilo do documento, na técnica e no material, na sua originalidade, dado o período em que se insere, se há um autor e aspectos da sua composição, etc. Já o semiólogo interessar-se-á pelo sentido da imagem. Pelas razões, sinais e sentidos do que está representado na imagem, seus significantes e significados. O historiador terá de saber quem a fez, quando e por quem foi feita, como foi interpretada na época e qual a sua função (2007: 42). Todos os especialistas colocam questões legítimas e pertinentes. Assim, segundo este autor «(..), a descrição inspirar-se-ia mais nos métodos do historiador da arte, a evocação do contexto teria a ver com os métodos do historiador e, por último, a análise tomaria como referência a metodologia do semiólogo» (2007: 45). O mesmo autor (Gervereau, 2007: 14) refere ainda um quarto profissional que é o crítico de arte e que se dedica também à análise de imagens, agindo sobretudo «como guia do gosto público». Percebemos então que, para estabelecer uma análise geral da imagem, é necessário reunir as preocupações de todos os especialistas (e também as dos outros colegas, sociólogos, etnólogos, psicanalistas...). O autor defende ainda que cada um poderá adaptar a grelha ao seu *corpus* de análise devendo salvaguardar que este é bem definido para que o processo dê resultados concretos. No seu caso, ele refere ter usado a grelha apresentada de seguida para analisar a pintura Guernica em *Guernica: Autopsie d'un chef-d'oeuvre* (ed. Paris-Méditerranée, 1996).

### **Grelha de análise de imagens de Gervereau:**

#### **DESCRIÇÃO**

##### **1. TÉCNICA**

- nome do emissor ou dos emissores
- modo de identificação dos emissores
- data de produção



- tipo de suporte e técnica
- formato
- localização

## 2. ESTILÍSTICA

- nº de cores e cálculo das superfícies e da predominância
- volume e intencionalidade do volume
- organização icónica (linhas directrizes)

## 3. TEMÁTICA

- qual o título e qual a relação texto-imagem?
- inventário dos elementos representados
- quais os símbolos?
- quais as temáticas de conjunto (sentido primeiro)

## CONTEXTO

### 1. CONTEXTO A MONTANTE

- de que meio técnico, estilístico, temático, vem esta imagem
- quem a realizou e que relação tem com a sua história pessoal
- quem a encomendou e que relação tem com a história da sociedade do momento

### 2. CONTEXTO A JUSANTE

- a imagem teve uma difusão contemporânea da sua altura de produção ou difusões posteriores
- que indícios ou testemunhos temos da sua recepção ao longo do tempo

## INTERPRETAÇÃO

### 1. SIGNIFICAÇÕES INICIAIS, SIGNIFICAÇÕES POSTERIORES

- o ou os criadores da imagem sugeriram uma interpretação diferente do seu título, da sua legenda, do seu sentido primeiro? Que análises contemporâneas do seu tempo de produção podemos encontrar?
- que análises posteriores?

### 2. BALANÇO E APRECIACÕES PESSOAIS

- em função dos elementos fortes revelados na descrição, no estudo do contexto, no inventário de interpretações ao longo do tempo, que balanço geral podemos fazer?
- como vemos hoje esta imagem?
- que apreciação subjectiva relacionada com o nosso gosto individual — anunciada como tal — podemos dar-lhe?

**White (2002)** No seu livro *The Elements of Graphic Design*, Alex White faz sobretudo uma apresentação detalhada da lista daqueles que ele considera serem os elementos do design gráfico. Ao longo do livro o autor explica detalhadamente, e com exemplos, de que forma esses elementos actuam, ou podem actuar, no design gráfico, e torna muito claro como o

seu conhecimento e boa manipulação poderão ser ferramentas altamente poderosas na prática do design gráfico. Contudo, para este capítulo relativo à construção do nosso questionário, o que nos interessa em particular encontra-se em duas das últimas páginas do livro, onde White apresenta aquilo a que chama de designers *checklist*, organizada pelos 4 elementos defendidos ao longo do livro e que são: espaço, unidade, arquitectura da página e tipografia. Esta lista de verificação é um questionário de resposta absoluta *sim/não* onde o designer poderá, através das suas respostas relativas a determinado trabalho, verificar se o seu trabalho está a fazer bom uso dos elementos do design. As perguntas cujas resposta deverá ser "sim" estão destacadas a negro, e aquelas cuja resposta deverá ser 'não' estão em redondo.

Devemos contudo levar em consideração que a lista de verificação de White funciona para avaliação do uso dos elementos de design em sentido lato, ou seja, numa grande diversidade de objectos suporte de design gráfico. Referimo-nos, por exemplo, a logotipos, paginação de jornais, de revistas, de livros, de folhetos, cartazes, infografia, etc. Ou seja, as questões de White não são destinadas especificamente a um tipo de suporte que, à partida, podem ter como diferença essencial serem uma peça de "consumo imediato" — como um cartaz ou uma capa de livro — ou de consumo faseado e contínuo — como as páginas de um livro.

Por esta razão, esta lista não deverá ser tomada como peça inteira. Tal como a grelha de Gerverau também a lista de White deve, ou pode, ser adaptada ao *corpus* em análise sendo, por isso, de retirar ou acrescentar questões.

#### **Lista de verificação de White:**

##### **ESPAÇO**

- **todas as áreas de espaço vazio aparentam ter sido planeadas e usadas conscientemente?**
- **é o fundo tão interessante como o das figuras sobre ele?**
- **o espaço foi usado como sinal de qualidade e valor?**
- **há alguma vantagem neste vazio?**
- **o espaço vazio define o tamanho relativo de um objecto?**
- **estão os elementos relacionados aproximados e os não relacionados afastados?**
- **pode o fundo ser trazido para primeiro plano?**
- **pode o termo sobrelotado (falta de vazio) ser usado para descrever este conteúdo?**
- **o espaço vazio foi activado para obtenção de contraste e visibilidade em vez de ter apenas sobrado?**
- **o espaço nos títulos foi removido/reduzido para os tornar mais escuros e visíveis?**
- **o espaço vazio foi usado para tornar uma página de abertura mais convidativa?**

- **as áreas vazias foram equilibradas com as ocupadas?**
- **o vazio pode ser usado como representação ou símbolo?**
- **a área vazia especial à volta do perímetro da página foi usada?**
- **o espaço foi aproveitado para enfatizar a horizontalidade ou a verticalidade?**

—

- a sistematização e consistência dos espaços entre elementos foram comprometidas devido a uma coluna pequena?
- o espaço entre elementos tipográficos, e em volta deles, pode ser melhorado?
- algum dos elementos parece flutuar sozinho na página?
- a página parece sobrelotada?
- as áreas vazias podem ser chamadas de espaço desperdiçado?
- o vazio pertence apenas ao plano de fundo?
- para organizar o espaço foram usados caixas e linhas em vez de diferenças expressas pelo tamanho, posicionamento e peso?

#### UNIDADE

- **todos os elementos colaboram para causar uma única impressão?**
- **os contrastes são suficientemente claros para parecerem intencionais?**
- **há algum elemento dominante que capte a atenção do espectador casual?**
- **os elementos estão escalados proporcionalmente à sua importância?**
- **a cor enfatiza aquilo que merece ser enfatizado?**
- **a cor é usada para explicar o conteúdo em vez de servir apenas para decorar a página?**
- **é feito uso do poder estático de imagens enormes?**
- **há animação visual variada ou o efeito total é triste e pálido?**
- **os elementos isolados foram agrupados?**
- **a relação entre os elementos é imediatamente apercebida?**
- **a forma dos elementos acrescenta contraste e interesse visual?**
- **os elementos artísticos são convenientes ao tom da história de forma distintiva e precisa?**

—

- as decisões de design estão a ser tomadas para aumentar a importância e clareza do conteúdo sacrificando a personalidade da publicação? — está a dar-se um desvio desnecessário do guia de estilos da publicação (só desta vez), em favor de um duvidoso imediato sucesso editorial?
- os contrastes são tão numerosos que a unidade está ameaçada?
- o design chama a atenção para si próprio em vez de revelar o conteúdo?
- os vazios foram cheios com elementos inúteis?
- os elementos interrompem ou perturbam a leitura?

- a forma de algum dos elementos aparenta estar contraída ou forçada?
- os elementos tentam calar-se uns aos outros?
- há alguma forma de simplificar este design?

#### **ARQUITECTURA DA PÁGINA**

- há algum sistema de design mais simples e coerente?
- a apresentação torna a informação mais compreensível e rica?
- foram retirados todos os elementos inúteis e afectados?
- o uso rígido de uma grelha limitou a criatividade e a expressividade?
- existe algum tipo de tratamento particular nos padrões ou texturas?
- o design responde a algum conceito e substância ou serve apenas como polimento superficial?
- as páginas duplas aparentam ser uma (dupla página/spread)?
- os textos aparentam ser entidades horizontais contínuas partidas em páginas?
- o canto superior esquerdo e o topo superior da página são aproveitados ao máximo como zonas privilegiadas?
- os leitores são guiados natural e suavemente pela página ou história?
- a composição geral tem em consideração a presença e a concorrência da Web?
- os leitores são guiados pela informação?
- os sinais da identidade visual (logotipos, sinalética, layouts) são usados consistentemente para revelar a estrutura da revista?
- a informação está organizada por categorias de forma a que os leitores indiferentes consigam ler superficialmente?
- o potencial leitor consegue apanhar a essência da história através dos títulos e destaques?
- os inícios da leitura são fáceis de encontrar?
- a disposição visual comunica fielmente a importância relativa das histórias na página?
- as histórias são mostradas de forma a que os leitores consigam estimar o tempo, esforço e compromisso?
- a capa desperta a curiosidade e atrai os indiferentes?
- há alguma característica no formato da capa que permita flexibilidade enquanto mantém uniformidade?
- algum elemento conduz a um beco sem saída não intencional?
- o design parece genericamente acinzentado com os elementos demasiado semelhantes em tamanho e tratamento?

#### **TIPOGRAFIA**

- a tipografia parece 'som congelado'?
- a tipografia é tão grande e legível quanto possível?
- a tipografia uniformiza as páginas sem uma semelhança enfadonha?
- existem exactamente três níveis hierárquicos de tipografia?

- os conteúdos longos estão repartidos por parcelas mais pequenas? o texto pode ser editado e encurtado ou listado?
- o logotipo é distintivo, e não apenas tipografia composta?
- o logotipo é reflectido nos cabeçalhos?
- Existe um tratamento de tipografia distintivo usado transversalmente em cada artigo/reportagem?
- O leitor foi atraído para uma história pela progressão cabeçalho-resumo-legenda-corpo de texto?
- As barras laterais são usadas como portas de serviço para a história?
- A tipografia de destaque (títulos, resumos, legendas, cabeçalhos e citações destacadas) foi organizada para ser compreensível?
- A informação nos títulos intriga o leitor mais do que fazer meros trocadilhos engraçados?
- Quando o título tem de adoptar um formato de tópico, o resumo apresenta um motivo para a leitura?
- Os títulos contêm verbos ativos e positivos?
- As manchetes são repetidas textualmente na página de conteúdo e na capa?
- O uso de versais está restrito a títulos curtos?
- Os resumos e as legendas concentram-se na importância da história?
- As legendas revelam a importância editorial de fotografias visualmente aborrecidas?
- As legendas são escritas como chamarizes tipográficos para aumentar a curiosidade e levar os leitores ao texto?
- As famílias tipográficas adoptadas alteram o sinal do significado?

**Llop (2014)** Rosa Llop é criadora de uma análise sistematizada ao processo de design no caso concreto das capas de livros. No seu livro *Un Sistema Gráfico para las Cubiertas de Libros* a autora defende que a prática do design gráfico se dá em duas frentes: simbolização e expressão, tornando-se num «processo de tomada de decisões que afecta tanto o significado que se quer transmitir como a forma de o expressar visualmente».

O sistema de Llop (2014: 12–13), tal como apresentado por ela, tenta mostrar que é possível descrever o processo de design — mesmo tratando-se duma actividade impregnada da complexidade inerente a uma linguagem visual — através da definição dos parâmetros que aferem das decisões encadeadas que um designer toma ao longo do processo. Apesar do sistema de Llop não funcionar através de perguntas, como a Grelha de Análise de Gervereau ou a Lista de Verificação de White, Llop divide a linguagem gráfica em parâmetros, o que requer a identificação dos diferentes itens a considerar para análise, o que é também já uma forma de fazer perguntas, ou, pelo menos, de identificar os assuntos a que as perguntas devem respeitar.

De seguida é apresentado o organograma de parâmetros de linguagem gráfica de Llop.

**A. MODO DE SIMBOLIZAÇÃO**

- codificação literal
- codificação metafórica
- codificação por convenção

**B. MODO DE EXPRESSÃO****OBJECTOS GRÁFICOS**

- escala de iconicidade

**PICTÓRICOS**

- modelos tridimensionais
- fotografia a cores
- fotografia p/b
- pintura realista
- desenho
- diagramas
- símbolos e pictogramas

**NÃO PICTÓRICOS**

- formas abstractas
- forma tipográfica
- figuras ornamentais
- formas contentoras
- elementos de enlace

**RELAÇÕES ENTRE OBJECTOS****ATRIBUTOS VISUAIS**

- cor e luminosidade
- forma
- tamanho
- valor
- direcção
- posição

**PRINCÍPIOS PERCEPTIVOS**

- semelhança
- continuidade
- proximidade
- figura-fundo

**RELAÇÕES OBJECTO-SUPERFÍCIE****RITMO****EQUILÍBRIO**

**Ferreira (2014)** Na sua tese de doutoramento intitulada «Artes gráficas en Portugal en el periodo de las vanguardias históricas (1909–1926)» Luís Ferreira faz uma análise a um conjunto de revistas literárias portuguesas seleccionadas

daquele período. Para fazer essa análise o autor apresenta um sistema a que chama «modelo de análise e das fichas de análise». Nesse modelo Ferreira distingue dois tipos de fichas: uma dirigida às revistas e outra dirigida aos directores artísticos. Para a nossa investigação interessa-nos, sobretudo, observar a ficha orientada para a análise das revistas, cujos itens o autor organiza nos quatro campos agregadores da informação, e que que apresentamos de seguida.

#### **1. IDENTIDADE E ORIGEM**

- título
- data
- exemplar consultado
- lugar de edição
- números publicados
- tipografia/impressor
- editor
- director
- direcção artística
- colaboração literária
- colaboração artística

#### **2. DESCRIÇÃO/CONTEXTO**

#### **3. FORMA E MATERIAIS**

- tipo de publicação
- dimensão
- números de páginas
- tipo de capa
- tipo de suporte
- encadernação
- técnicas de impressão

#### **4. ELEMENTOS COMPOSITIVOS**

- tipos de letra
- capa: títulos
- texto
- tipos de imagens
- número de imagens
- frontispício
- cores/*elementos tipográficos*
- cores/*imagens*
- colunas/dimensão/corondel (*dimensões em milímetros*)
- outros elementos gráficos
- influências estilísticas
- observações

**Martins (2005)** João Palla e Carmo Reinas Martins, neto de Victor Palla, na sua tese de mestrado intitulada «Victor Palla (1922-2006) Um Levantamento Crítico», inclui nos documentos anexos uma «breve classificação tipológica da capa do livro na obra de Victor Palla». Contudo a sua classificação, tem como objectivo uma tentativa de «construir a base de um estudo semiótico, evidenciando uma gramática de tipologias». O autor identifica, analisa e tenta relacionar aspectos que agrupa em «dispositivos gráficos» ou «dispositivos verbais». Os primeiro incluem elementos do mundo da representação visual como figura antropomórfica, zoomórfica, elementos biológicos ou naturais, elementos de concepção arquitectónica ou elementos geométricos puros. O segundo distingue os seus elementos, de natureza verbal — consoante a sua expressão visual, ou seja, desenho, reprodução de gravura, fotografia, fotocópia, colagem ou papel rasgado.

É, sem dúvida, uma abordagem possível e legítima, contudo não substitui a que criámos na presente investigação que assenta numa visão do texto mais organizada pela divisão tipografia/letras desenhadas, acrescentando-lhe a abordagem feita ao uso de imagem e da composição. A nossa escolha deveu-se, sobretudo, a uma tentativa de se evitar alguns problemas de fusão ou indefinição, admitidas, aliás pelo autor: «o texto gráfico (...) pode adquirir barreiras muito ténues com o texto verbal ou signo linguístico». (Martins, 2005: 2, 3).

Pelas razões apresentadas parece-nos que o referido estudo deve ser mencionado aqui mas que não faz sentido desenvolver em maior profundidade.

#### **4.1.5. CORPUS DE ANÁLISE**

A escolha de um *corpus* pode levantar problemas. Por exemplo, pode incorrer-se no erro que já ferimos anteriormente — de que já mesmo autores consagrados, como Meggs, foram acusados — de criar grupos que, de forma injusta, incluem ou excluem nomes e de como isso poderá influenciar imerecidamente a consideração ou desconsideração sofrida pelas obras de muitos criadores. O próprio Gerverau (2007: 37-38) alerta para algumas escolhas de *corpus* de investigações recentes que, segundo ele, têm sido feitas, de forma questionável e em abundância, usando critérios que ele considera terem mais de afectivo que de racional. Assim, apesar de este autor concordar com a razão de ser das investigações, já que ele próprio admite que «no que respeita à época contemporânea, a abundância iconográfica obriga-nos cada vez mais a levar em conta as imagens», o autor chama-nos a atenção para os dois sentidos contrários que podem tomar as razões apresentadas na escolha do *corpus* alertando, em especial, para os perigos do segundo caso.

Assim, no primeiro caso, o autor diz que, «por um lado, [os historiadores] insistiram na importância da 'escolha do corpus'. Por que razão são estudados tal ou tais imagens? Será por terem um impacto apreciável, ou por terem mais que ver com um gosto estético arbitrário do que com uma verda-



deira representatividade?» O autor não parece discordar desta abordagem. Contudo, ele coloca sérias dúvidas ao segundo caso, afirmando que «por outro lado, [ainda os historiadores], apoiando-se na qualidade do corpus, restabeleceram a importância do contexto. Em vez de interpretações *a posteriori*, destacaram o carácter incontornável de um conjunto (a evolução do uso de vestuário, numa duração de tempo determinada, num dado país) — estudos transversais — e outros verticais — que consideram um só documento para reconstruírem a sua génese e o seu impacto».

Ora, a este segundo modo de escolher um *corpus* Gerverau parece colocar sérias reservas considerando, mesmo os estudos com eles realizados, como «apenas embrionários e, por vezes, metodicamente duvidosos,» vendo-os como «aproximações» ou «*corpus* com configurações insípidas (que têm mais que ver com um gosto estético arbitrário do que com uma verdadeira representatividade), interpretações precipitadas, seduziram um público satisfeito por ver novas imagens, sem constituírem grande contributo científico» (Gerverau, 2007: 38). Ou seja, para o autor o contexto deve ditar o *corpus* sendo já mais difícil fazer bem o contrário, isto é, o *corpus* ditar contexto.

Prevenidos por estes alertas de Gerverau assumimos, no entanto, que temos argumentos em ambos os sentidos para delimitar o nosso *corpus* de estudo. Assim, se, por um lado, podemos usar um argumento do primeiro sentido («terem um impacto apreciável»), e baseando-nos para isso, como já dissemos no capítulo três, na soma e cruzamento de afirmações de autores sobre o design gráfico português, como Víctor Almeida, Orlando Costa, Maria João Baltazar, José Bartolo e Pedro Marques; por outro assumimos que está presente «um gosto estético» que Gerverau remete para o segundo caso. Contudo não nos parece, num exercício de auto análise, que esse gosto seja avulso, arbitrário ou que comprometa a representatividade do conjunto definido. Este será pois seguramente um dos casos em que existem argumentos de um e de outro lado: ou seja, o contexto (considerado época de ouro) e os nomes referidos pelos autores nomeados, pesam no prato 'racional' desta balança, enquanto que o afecto admitido por estes objectos pesa no outro prato, ou seja no das razões afectivas. Desta forma caímos numa das vantagens identificadas por Gerverau (2007: 38) como sendo «a parte mais fértil desses estudos», por mostrarem também «as suas apetências e as suas curiosidades ao debruçar-se sobre as outras disciplinas, impulsionadas pelo interesse pela história das mentalidades e pela história cultural».

Em conclusão, e conforme já foi referido no capítulo anterior, o *corpus* de análise desta investigação é composto por uma selecção de capas — que de algum modo se aproxima da «verdadeira representatividade» referida por Gerverau, sem contudo pretender o grau absoluto da representatividade em causa — dos seis *capistas* portugueses escolhidos como os mais representativos da criação de capas de livros, no período 1940–1970. São eles Victor Palla, Sebastião Rodrigues, João da Câmara Leme, António Garcia, Paulo-

Guilherme e Luís Filipe Abreu. A sua escolha baseou-se na referência mais frequente entre autores da área do design português, embora muitos outros tenham desenhado capas durante o mesmo período, se bem que (aparentemente) em menor quantidade.

730. Capa de *Como de Encadernam os Livros*, de Baltazar Cardoso Valente. Lisboa, Campanha Nacional de Educação para Adultos.

—

\*Fletcher, 2004:44



730.

THE FACT IS DESIGNERS ENJOY  
PLAYING WITH PROBLEMS.

— *Allan Fletcher\**

#### 4.2. PARÂMETROS E SIGNIFICADOS

NESTE PONTO SERÃO APRESENTADOS OS PARÂMETROS identificados como significativos e explicada a intenção e o significado da sua presença, ou ausência, no questionário. O questionário será criado baseando-se nos exemplos anteriormente apresentados, aproveitando o que cada um tiver de melhor para oferecer a este questionário. Uma vez que entendemos que, se é verdade que uns 'ganham' nos aspectos formais e metodológicos — como Gerverau —, outro ganha por ser destinado especificamente ao design gráfico — como White — e, outros ainda, ao *corpus* — como o de Ferreira, e mais ainda o de Llop. Assim, sendo a nossa convicção de que todos eles têm valiosos contributos para o questionário pretendido, aos quatro iremos recorrer.

Longe de considerarmos esta abordagem uma fragilidade, antes nos parece que estranho seria que não a tomássemos uma vez que, desde o início desta investigação, defendemos uma visão multifacetada e plural das capas em geral e deste *corpus* em particular. O próprio Gerverau (2007: 103) defende esta abordagem, ao considerar que a grelha que ele próprio propõe «tem o mérito de ser aberta, pluridisciplinar. Deve fazer tomar consciência de que não existe uma «chave» das imagens, que elas não se «lêem» como a escrita, pois as suas características não as podem reduzir a códigos.» Por essa razão o autor recomenda que ela seja adaptada e que «cada qual deve situar o seu *corpus* analisado e as suas questões em função dos seus objectivos específicos.» (Gervereau, 2007: 104) chama ainda a atenção para as necessidades e benefícios de bem delimitar as intenções, considerando ser «preferível visar um aspecto preciso do que querer abarcar demasiado e não chegar a qualquer resultado».

Para este questionário foram considerados aspectos fundamentais do design gráfico e com capacidade de identificar significados e de obter conclusões. Esses indicadores foram definidos seguindo critérios divididos por 4 áreas de análise e de recolha de dados, colocados na forma de perguntas com resposta, sempre que possível, directa. Estas áreas são identificadas por diferentes autores,

inequivocamente, como sendo três: texto, imagem e a boa articulação entre as duas, ou seja, a composição, como confirmamos nas palavras de Meggs (*in* Resnick, 2003: 122)

«Quando os designers gráficos juntam palavra e imagem para criar mensagens visuais-verbais, dois problemas devem ser resolvidos. Primeiro, a organização visual é um problema, pois há que incorporar, num todo coeso, dois sistemas de comunicação totalmente diferentes - sinais de linguagem e imagens pictóricas. O segundo problema tem a ver com a criação de mensagens: como é que estes diferentes sistemas se podem unir para mutuamente se reforçarem e ampliarem?»

Também Resnick afirma que esta abordagem global, usando texto e imagem, é trabalho dos designers, habilitados em composição, teoria, mas também dotados de expressividade criativa. Diz esta autora:

«Uma ideia visual pode ser descrita como uma resposta pictórica a um pensamento ou problema abstrato. Ao juntar palavras (tipografia) e imagens, um designer pode criar mensagens articuladas para cativar um observador ou para transmitir informações. Isto pode ser conseguido através da manipulação, interpretação inteligente e possível justaposição de palavras e imagens, de forma literal ou figurada, para sugerir ou inferir um significado específico ou desejado. O uso do simbolismo, analogia, metáfora ou trocadilho pode expandir ainda mais o vocabulário visual» (Resnick, 2003: 123).

Ainda outros autores confirmam com ideias muito claras a explicação acerca destes componentes com que trabalham os designers, como é o caso de White (2002: preface): White (2002: prefácio): «Os designers esforçam-se para revelar o significado das suas mensagens recorrendo à tipografia, imagem e espaço. Se bem aplicados, o significado é iluminado e o processo de comunicação é bem servido; e de Rosner (1954: xx): «Ao lidar com a tipografia, ornamentos e cercaduras, o tipógrafo-designer está a organizar elementos criados por outros artistas. A caligrafia é o primeiro passo em direção a trabalho da sua própria criação»: «uma capa pode ter um carácter distintos «descritivo ou simbólico, o elemento ilustrativo coordenado com os restantes — cor, título, nome do autor, etc. contribuirá para tornar atractiva uma capa...»

Assim, partindo do pressuposto de que os grafismos das capas de livros têm um responsável visual, que pode aplicar os seus conhecimentos por via do domínio dos princípios universais de tratamento de texto, imagem, composição, bem como da própria autoconsciência profissional, era então necessário que o questionário recolhesse e avaliasse dados indicadores relacionados com esses quatro parâmetros: texto, imagem e composição.

Neste ponto torna-se necessário fazer uma ressalva. Sabemos que texto e imagem nem sempre conviveram pacificamente, muito também devido

a constrangimentos técnicos. Luís Ferreira (2014: 97–98) dá conta das implicações dos aspectos técnicos:

«Realçamos, no entanto, uma questão de base: a impressão litográfica e a impressão tipográfica (com tipos móveis), pelas suas características, não teriam muito em comum durante largo tempo. Esta separação, que seria mais conceptual, estava ligada a outra distinção relativa ao uso de texto e de imagem. Até à criação dos processos fotográficos, sobretudo da litografia offset no final do século [...] as grandes quantidades de texto pressupunham uma dificuldade acrescida na sua aplicação litográfica. Assim, a litografia surgia conectada a trabalhos mais artísticos ou comerciais [...] com necessidades ligadas ao crescimento económico das sociedades urbanas. Pelo seu lado, a impressão tipográfica manter-se-á sobretudo relacionada com a vertente editorial, mas com um uso limitado de imagens».

Mas, independentemente dos argumentos tecnológicos e económicos, a verdade é que alguns capistas abordavam com mais qualidade e intenção os textos das capas, do que outros, que revelavam, mais do que carência de meios, falta de formação no tratamento de letras e textos. Isto leva-nos a pensar que poderá haver, nesta diferença, significados importantes para o design português, desde os seus primeiros tempos até aos dias de hoje.

Exceptuando a parte destinada à recolha de dados identificadores e técnicos do livro, todas as perguntas do questionário têm como objectivo a recolha de determinada informação, que individualmente ou em conjunto com outras tem o propósito de nos dar a conhecer o estado da prática nesses domínios pelos profissionais portugueses, activos na época.

As perguntas ou campos de preenchimento do nosso questionário pretendem contribuir para uma mais profunda compreensão do modo como era abordada a tipografia. Era ela tida como o único ou o principal elemento a tratar? Ou, pelo contrário, era secundarizada relativamente à imagem, ficando-lhe reservado o papel de mero transportador anónimo e inexpressivo do título, nome do autor e outros dados textuais da capa? Faltas, falhas e descuidos mais ou menos acentuados detectados na composição tipográfica da capa poderão indicar que o seu autor gráfico não dominava, ou não valorizava, essa componente? Qual o tipo de imagem mais predominante nas capas? Poderá, então, perceber-se, pelas capas, se quem as fez tinha formação específica para o fazer? E se sim, que formação parece ser essa? De tipógrafo, compositor de livros que faz também a sua capa? De artista plástico, a quem é pedida uma 'embalagem' que embeleze o livro e o ajude a conquistar públicos mais permeáveis à imagem? (Neste caso é notório que dê primazia à área que melhor deverá dominar e que é a imagem?) Ou de uma outra formação, alguém entre o tipógrafo e o artista?

Relacionados também com as questões atrás expostas, interessava-nos ainda perceber qual a prática comum na época — se é que existia — no que diz respeito à autoria, e ao surgimento da figura do designer. Era a autoria

valorizada sobretudo na criação da imagem? E no que diz respeito ao design? Poderá obter-se alguma conclusão sobre o surgimento da figura e do trabalho do designer em Portugal? Os dados recolhidos irão confirmar a suspeita de que a evolução das capas se fez de dentro para fora do livro, passando gradualmente de folha de rosto à capa, tratada primeiro apenas por tipógrafos, e mais tarde, por artistas e designers?

A tipografia tem, por esse motivo, um papel central neste estudo. Ela servirá como um dos eixos principais da distinção entre os três tipos de arquétipos aqui defendidos. Mas serão usados outros, como o recurso, ou não, a imagem na capa ou o bem *saber fazer* na distribuição dos elementos no espaço, entenda-se, composição visual. Desta forma, mesmo em capas em que não seja visível qualquer indicação sobre a autoria, do seu grafismo será possível aferir se ela terá sido criada pela abordagem do tipógrafo, do artista ou do designer. Esta dedução é possível porque cada um destes arquétipos é determinado por um conjunto de indicadores que lhe foi associado. A presença de um maior número desses indicadores de um dado arquétipo numa capa, determina a que arquétipo ela pertence.

Esses indicadores, que podem ser mais ou menos desambiguadores, trabalham em conjunto e orientam esta possível classificação de capas de livro pelo tipo de abordagem feita ao seu desenho.

#### 4.2.1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Tendo esta investigação o intuito de confirmar suspeitas bem definidas; e baseando-se na recolha de uma significativa quantidade de informação, revelou-se necessária a adopção de estratégias que facilitassem o processo, desde a identificação dos dados-alvo, na fase de recolha, assim como a sua catalogação e leitura até, finalmente, a sua interpretação. A agilidade do processo foi pois sentida como uma necessidade essencial e estratégica para tornar exequível e consequente esta investigação, evitando a dispersão ou inconclusão nos resultados. Assim, foram definidos três pontos de ordem prática e procedimental considerados importantes na redacção das perguntas a inserir no questionário que apresentamos de seguida.

— 1. NÚMERO CONTROLADO DE PERGUNTAS: No sentido de garantir a agilidade do processo, assim como uma recolha controlada de dados, foi decidido reduzir-se ao essencial o número de perguntas, de forma a focarem-se na obtenção de respostas relativas às suspeitas iniciais e ao conjunto de questões acima enunciadas, mais do que na colocação de suspeitas novas.

— 2. ANÁLISE FORMAL AO DESIGN DAS CAPAS: No seguimento da decisão anterior e, uma vez mais, lembrando que esta é uma investigação em design gráfico, parece-nos sensato colocar a tónica do questionário sobretudo na abordagem formal ao design da capa pelo capista encarregado de a desenhar. Por 'abordagem formal ao design' entenda-se o tratamento dos elementos considerados chave no design gráfico — referimo-nos a texto e imagem — se eles foram usados, ou não, e de que forma esse uso foi feito. Assim, por evidente incapa-

cidade de disponibilidade para ler todos os livros com capas analisadas, ficam maioritariamente de fora questões relativas ao significado, ao simbolismo, adequação ao tema e género literário dos livros. Temos noção, como aliás defendemos ao longo de todo o capítulo 1, que os aspectos poéticos e de significação são parte essencial do design, contudo, o foco deste questionário é orientado para o uso dado às imagens e os textos, e as interpretações e conclusões que daí se possam tirar.

— 3. ANÁLISE NÃO MATERIAL DAS CAPAS: Por razões semelhantes às do ponto anterior serão evitadas perguntas relativas às características físicas ou materiais das capas, ficando de fora questões relativas à qualidade do papel, dos acabamentos, dimensões, etc. Também não será procurada informação relativa às técnicas ou oficinas da impressão e produção.

#### **4.2.2. IDENTIFICAÇÃO**

Esta parte será composta por cinco itens de preenchimento que garantem a identificação do livro cuja capa será sujeita a questionário.

##### **PERGUNTAS RELATIVAS A IDENTIFICAÇÃO**

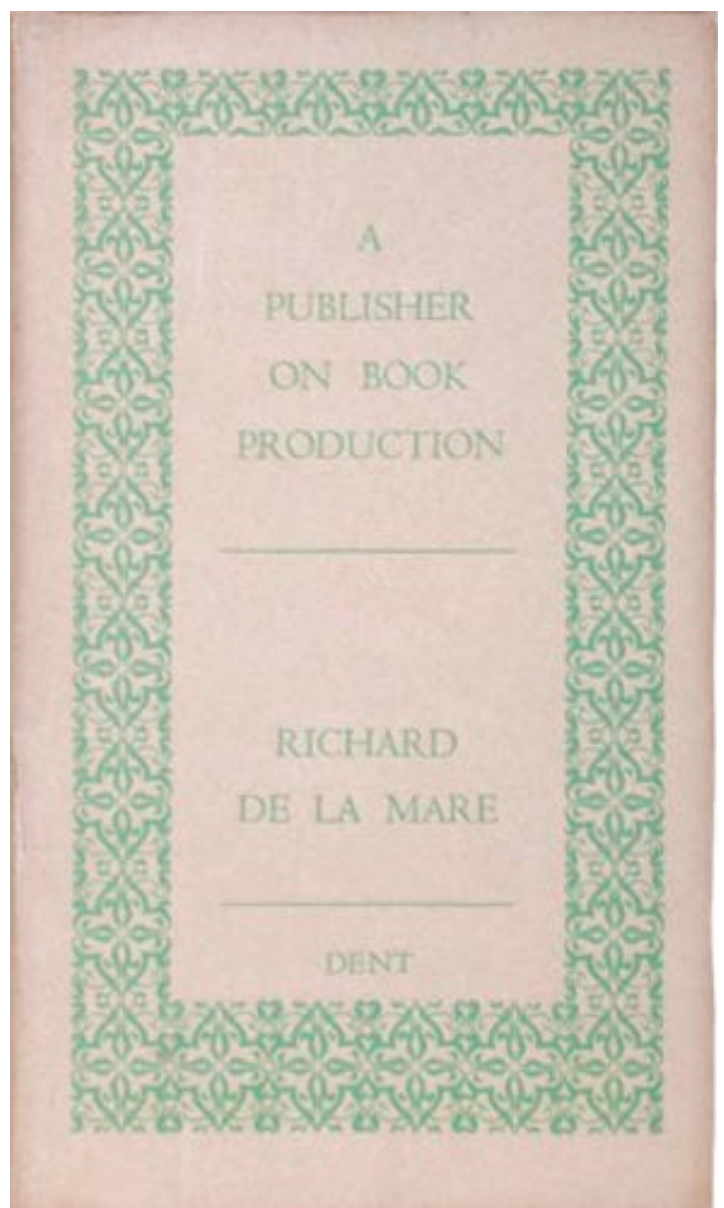
- título
- autor do livro
- editora
- ano de edição
- autor da capa



731. Capa de *A  
Publisher on Book  
Production* de  
Richard De la Mare.  
Londres, J. M:  
Dent, 1936.

—

McLean, 1951: 35



THE BOOK DESIGN OF A PERIOD IS TO BE JUDGE  
BY THE BOOKS THAT PEOPLE READ AND USE,  
RATHER THAN BY THE HIGH LIGHTS OF THE  
PRIVATE PRESSES, WHICH TOO OFTEN BE REGARDED  
AS EXAMPLES OF LITERARY PIETY OR EXCEEDINGLY  
EXPENSIVE FURNITURE!

— *Ruari McLean*

### 4.3. CRITÉRIOS E CLASSIFICAÇÕES

#### 4.3.1. TEXTO

O texto é parte essencial de praticamente qualquer peça de design gráfico. Mesmo sistemas que recorrem essencialmente a representação não textual, como símbolos para orientação e sinalética, por exemplo, acabam por recorrer aos caracteres, como o 'i' para sinalizar um posto de informações, 'sos' para sinalizar emergência, ou '?' para simbolizar pergunta ou desaparecimento. Como foi já referido anteriormente, grosso modo, o texto pode considerar-se metade<sup>221</sup> — em alguns casos até a totalidade — da disciplina do design gráfico. O designer trabalha essencialmente com dois materiais que são o texto e a imagem. E trabalha-os recorrendo aos elementos e aos princípios do design, através dos quais potencia o protagonismo, significado ou poder de comunicação do texto e da imagem.

Contudo, sabemos que até cerca do século XIX as 'capas' pouco mais eram que frontispícios compostos por tipógrafos para serem depois encapados em pele ou outro material resistente, no qual, eventualmente, um gravador ou estampador cunhava o título e autor, geralmente apenas na lombada. Ou seja, as capas eram criadas geralmente por tipógrafos que dominavam o universo das letras e dos textos, mais do que o das imagens. Contudo, com a passagem das capas dos livros para a responsabilidade dos artistas, deu-se uma mudança no protagonista das capas que, em boa parte, deixa de ser o texto, em particular o texto tipográfico, para passar a ser a ilustração ou as letras desenhadas. E enquanto que os primeiros, cientes de que nada sabiam de ilustração, nem a abordavam nos seus trabalhos<sup>222</sup>, os segundos mostram frequentemente pouco

221 Ganes afirmava «as letras, em particular, devem funcionar igualmente com o design e não ser apenas um acrescento *à posteriori* ... Os cartazes não devem contar uma história ... devem ser uma afirmação» (Hollis, 2014: 107).

222 Eventualmente eram usados ornamentos tipográficos ou gravuras feitas por gravadores ou artistas...

ou nada saberem de tipografia sem, contudo, se privarem de a trabalhar, o que dá muitas vezes resultados medíocres<sup>223</sup>.

Ao longo dos séculos XIX e XX, na passagem do desenho de capas de livro dos tipógrafos para os artistas, existe este período de transição em que o texto está por vezes a cargo de quem percebia essencialmente de imagem. A acentuar esta transição do tratamento do texto para os artistas há ainda a questão técnica da impressão, que era preferencialmente feita com caracteres de chumbo, para texto com litografia para ilustração<sup>224</sup>.

Isto levaria a que muitos dos 'capistas' desenhassem eles próprios as letras, contornando desta forma a necessidade de recorrerem ao impressor para a parte do texto, e mantendo o controlo da totalidade do trabalho e do desenho da capa na sua alçada. Caso quisessem usar letras tipográficas era frequente fazerem a ilustração para capa deixando a parte do texto a cargo do impressor, o que nem sempre resultava num trabalho visualmente coeso. Daí que a análise ao tratamento gráfico dado ao texto destas capas, seja ele tipografado ou manual, é um ponto essencial na averiguação que nos propomos fazer da prática do design, nas capas de livros deste período e destes 6 capistas geralmente tão considerados.

O texto pode ter várias origens, podendo ser tipografia, caligrafia, *lettering*, etc. e é vulgar alguma confusão ou pouco rigor no uso dos vários termos. Ouve-se frequentemente e de forma indiscriminada chamar tipografia às letras sejam elas impressas com tipos móveis, escritas à mão, desenhadas a pincel, gravadas em pedra com cinzel ou recortadas em cartolina... Haverá

223 A fototopia, desenvolvida na década de 1920, torna-se amplamente aceite e usada na década de 1950 e conduz a um espaçamento entre letras mais rigoroso/apertado na década de 1960 porque os «ombros» de metal deixam de existir (White, 2002: 41).

«Uma consequência das formas tão complexas e delicadas das letras é que devemos respeitar seu espaço. Cada uma delas precisa de espaço suficiente de ambos os lados para evitar os confrontos com as suas vizinhas» (Spiekermann, 1993: 115).

«as obras dos bons velhos impressores, sem recorrer a outro ornamento que não fosse o resultado do desenho e arranjo das letras, eram absolutas obras de arte. Na verdade, um livro, impresso ou escrito, tem tendência a ser um belo objeto, e verificar que nesta altura se estão a produzir livros feios, temo que demonstre algo como uma malícia intencional - uma determinação em fazer-nos esconder os nossos olhos nos bolsos, sempre que possível» (Morris, 1893).

«Uma coisa nunca deve ser feita na impressão ideal: o espaçamento entre letras, ou seja, a introdução de um espaço em branco adicional entre elas; É imperdoável, à excepção de casos apressados e pouco importantes como seja a impressão de jornais» (Morris, 1893).

«[...] o espacejamento lateral das palavras (o branco entre elas). Para se compor uma bela página, deve dar-se uma grande atenção a isso, o que, receio eu, nem sempre é feito. Não se deveria usar mais espaço branco entre palavras do que aquele que é estritamente necessários para criar cortes limpos entre elas; Se o espaço em branco é maior do que isso, tende-se para a ilegibilidade e torna a página feia» (Morris, 1893).

224 «Seria a litografia que provocaria, além disso, alterações fundamentais nas tendências estéticas e formais da comunicação visual. Na tipografia, o texto deveria ser composto a partir de tipos de chumbo preexistentes e a composição das páginas realizada, muitas vezes, separadamente das imagens utilizadas» (Ferreira, 2014: 96).

«Realçamos, no entanto, uma questão de base: a impressão litográfica e a impressão tipográfica (com tipos móveis), pelas suas características, não teriam muito em comum durante largo tempo. Esta separação, que seria mais conceptual, estava ligada a outra distinção relativa ao uso de texto e de imagem. Até à criação dos processos fotográficos, sobretudo da litografia *offset* no final do século [...] Pelo seu lado, a impressão tipográfica manter-se-á sobretudo relacionado com a vertente editorial, mas com um uso limitado de imagens» (Ferreira, 2014: 97–98).

certamente exemplos de fronteira mais difusa, contudo, é fácil perceber que quando se fala de tipografia estamos a referir-nos ao uso de tipos móveis, inventados por Gutenberg no sec. xv, ainda que muitas fontes tipográficas simulem o desenho ou a manufactura à mão como os tipos de letra script ou incisas, por exemplo. A diferença entre estes termos fica bem determinada nas palavras de Stephen Coles<sup>225</sup> (2014) «Tipo: letras pré-fabricadas que são feitas para serem reutilizadas muitas vezes e em qualquer ordem. Lettering: letras únicas feitas (desenhadas, pintadas, esculpidas) *in situ* para uma única peça». Ou Cullen (2012, p. 13) «(...) A tipografia não é escrita à mão, caligrafia ou letras desenhadas. Apenas a tipografia usa formas padronizadas que se aplicam e se reproduzem de forma exata sem fim».

A prática da tipografia requer conhecimentos, principalmente técnicos, mas também de composição visual, sendo necessário, para o seu domínio, algum estudo e treino, que os menos informados desconhecem pura e simplesmente, partindo do princípio que qualquer um pode praticar bem. O facto de poder não implica que deva, e na verdade, para quem tenha alguns conhecimentos, não é difícil perceber se um trabalho com tipografia é qualificado de forma muito, razoavelmente, pouco ou nada satisfatória. Na tipografia, tal como na música, o facto de qualquer um conseguir tirar som de um instrumento não quer dizer que tire música. Assim o considerava também George Salter para quem a «tipografia é um instrumento; deve, por iso, ser praticada como tal» (*in* Hansen, 2005: 46).

Mas algum avanço da parte dos artistas, desconhecedores do mundo das letras mais do que do das imagens, não foi só detectado no século xx. Já em 1500 Durer chamava a atenção para a necessidade de alguma formação e treino por parte dos artistas no desenho de letras, para evitar maus resultados. «Como os construtores, mas também pintores e outros, costumam fazer inscrições em paredes altas, é necessário ensinar-lhes a fazerem bem as letras, razão pela qual eu vou deixar aqui algumas indicações sobre isso, primeiro para fazerem um alfabeto latino, e depois uma textura, as duas escritas que por regra se usam em coisas semelhantes» (Durer, 2013: 21).

Neste questionário iremos considerar sobretudo dois grandes grupos de textos: os tipográficos e os manuais, incluindo, nestes últimos, todos os textos criados à mão, sejam eles desenhados, gravados, escritos, recortados, etc.

#### PERGUNTAS RELATIVAS A TEXTO:

Texto na capa composto por

- . letras desenhadas
- . tipografia
- . letras desenhadas e tipografia
- . outro (e.g: sem texto)

#### 4.3.1.1. Letras desenhadas

«Muito antes do computador, artistas e artesãos usavam uma ferramenta muito complexa para fazer letras: as suas mãos. Com cinco dígitos em cada mão, foi a primeira ferramenta digital para desenhar, esculpir e gravar letras em todas as formas e tamanhos» (Heller, 2004: 6).

Apesar da afirmação de Heller ter como intenção surpreender pelo humor, a referência que faz é correcta e, sobretudo, útil, por nos recordar que as letras, durante milhares de anos, foram resultado apenas do trabalho manual que, por vezes, esquecemos ou desconsideramos perante a actual ubiquidade dos computadores, e, antes deles, da impressão com tipos móveis.

Vimos já anteriormente que para o design gráfico as letras têm quase sempre dois níveis de leitura, nelas se pode ler o que escrevem e ver como escrevem. A palavra escrita tem, neste aspecto, semelhanças com a palavra oral pois também na audição de alguém que fala ouvimos não apenas o significado das palavras que diz mas a entoação com que são ditas, entoação essa que tem, também, significado. Assim a mesma frase dita por um homem adulto ou uma criança pequena não têm a mesma recepção. O desenho das letras na palavra escrita equivale, de certa maneira, ao tom das palavras no discurso oral. Graças ao desenho das letras as palavras tanto gráfica como oralmente podem transmitir para além do seu significado sensações de calma ou urgência, de ameaça ou afecto, de euforia ou tristeza, etc. O designer de capas britânico Jon Gray (2008:423) recorre frequentemente ao desenho de letras e de texto nas suas capas de livros, defendendo que «o tipo desenhado à mão é uma ótima maneira de dar personalidade. Consegue-se transmitir uma noção de época ou uma ideia de emoção, positiva ou negativa», alertando, contudo que, «como todo o design bem feito, tem de ser aplicado com um objectivo».

Mas se, na actualidade, o desenho das letras é sobretudo uma opção para potenciar sentido ao texto ou como refere Marsh (1996: 9) «para obter um visual clássico, ou com estilo, ou para criar uma certa atmosfera», segundo Heller (2004: 7) «no início do século xx, tipógrafos e designers de tipos produziam letras desenhadas com precisão, porque o tempo, a tecnologia e a economia assim o exigiam. Numa época em que as cópias fotostáticas eram demasiado caras, o desenho de letras manual era a forma mais barata de criar uma manchete personalizada para uma capa de livro, cartaz ou expositor de ponto de venda».

Concluindo, para o design gráfico o desenho das letras, sejam elas manuais ou tipográficas, é pois um material cheio de valor que não deve ser desperdiçado, tendo, quando bem usado, fortes resultados na rentabilização dos recursos e potenciação dos discursos.

As letras desenhadas surgem numa parte expressiva das capas em análise e representam uma subcategoria que pertence, em simultâneo, ao texto e à imagem. Nas capas de livros o uso de letras desenhadas, fossem *lettering* ou caligrafia, foram um recurso muito utilizado por alguns capistas portugueses, salientando-se Victor Palla, mas também célebres capistas modernistas já atrás referidos, como o caso dos norte-americanos Alvin Lustig e Paul Rand.

Apesar de também o serem, os motivos não eram apenas técnicos ou económicos. Segundo Heller (2004: 7-8) esta prática nos EUA terá sido particularmente significativa no caso de Dwiggins (1880-1956) que o autor considera: «um virtuoso das letras desenhadas à mão», realçando que «as lombadas e capas de livros que ele criou nas décadas de 1920 e 1930 eram espécimes impecáveis» e refere-se ao seu trabalho como «mais formal do que informal porque os seus livros foram projetados para superar o teste do tempo». Contudo Heller (2004: 7-8) refere ainda que «outros designers envolveram-se no desenho manual de letras *ad hoc* simplesmente para rebater o rigor da tipografia tradicional e como forma de tornar o seu trabalho menos formal<sup>226</sup>».

Era o caso de Alvin Lustig que «usava caligrafia em capas de livros para complementar as suas montagens e colagens expressionistas. Lustig não se conformando com padrões rígidos, procurava reconstruir na arte comercial a plasticidade de pintores modernos como Paul Klee e Mark Rothko, e as suas letras desenhadas de forma informal contribuía para essa fluidez. Tanto Lustig como Rand argumentavam que reinava uma moda que era muito decorosa e rígida. Defendiam que as letras desenhadas seriam mais naturais e, como tal, mais em consonância com os princípios anti-ornamentais do modernismo» (Heller; Ilic, 2004: 8).

#### 4.3.1.2. Tipografia

A tipografia toma um carácter determinante nesta investigação. As respostas dadas às questões que a ela dizem respeito serão esclarecedoras na recolha de dados, e desambiguadoras na obtenção de conclusões para algumas das suspeitas levantadas. A tipografia torna-se aqui numa espécie de fiel de balança através do qual é feita a triagem que revela muito acerca de quem a trabalhou. O domínio das regras e boas práticas tipográficas<sup>227</sup>, em particular quando usada de modo criativo ou menos formal, raramente são demonstrados por alguém que não tenha recebido qualquer formação específica na área, ainda que de modo autodidacta. Por esse motivo, genericamente, só tipógrafos e designers parecem saber trabalhá-la sem erros. Dessa forma, em algumas capas, pode não ser difícil perceber que a composição do texto não cumpre alguns dos requisitos mínimos da tipografia. Isto poderá indicar que estamos perante o resultado do trabalho, já não de um tipógrafo instruído — com a formação e a experiência no tratamento das letras e do texto que lhe são habituais — mas também ainda não de um designer, no sentido lato que lhe damos hoje, de um profissional tecnicamente habilitado a lidar com imagem, composição e tipografia. Consequentemente, somos levados a verificar a exis-

226 Os exemplos abundam e, no final da década de 1930, era bastante comum para os designers usarem pincel e caneta para criação de letras em suportes de comunicação visual e nas assinaturas pessoais. Paul Rand (1914-1996), pioneiro modernista da publicidade para o mercado de massas, usava frequentemente uma caligrafia de linha clara, em vez da tipografia convencional, para dotar determinados anúncios da informalidade necessária para envolver intimamente o público alvo. (...) Os divertidos rabiscos de Rand tornaram-se uma assinatura do seu estilo e foram aplicados em embalagens para produtos de computador e máquinas de escrever IBM e em várias capas de livros e relatórios anuais» Heller (2004: 7-8).

227 «A palavra corretamente composta é o ponto de partida da tipografia. As letras propriamente ditas, temos que aceitar — são moldadas pelo designer de tipos» (Jan Tschichold, 1902-1974).

tência de um terceiro agente, com uma abordagem reconhecível na criação das capas, entre tipógrafo e designer — o artista.

Ora, se ainda hoje as fronteiras entre artista e designer nem sempre são nítidas, no período em estudo ainda o eram menos. Referimos já anteriormente que, se por um lado partilham semelhanças, por outro mostram substanciais diferenças. Justamente a tipografia é talvez uma das mais vincadas.

Ainda que não pertença ao design gráfico, a tipografia deve-lhe parte da sua emancipação enquanto expressão em si mesma, enquanto meta-comunicação que passou também a ser. A tipografia, antes domínio exclusivo de editores, compositores e tipógrafos, orientados por valores próprios muito assentes numa tradição que evoluía lentamente, passa a ser alvo da atenção e dedicação destes novos agentes, não artistas, não técnicos, mas ambos, ou parte de ambos, em simultâneo — os designers. Com eles, a tipografia deixa assim, de ser exclusiva do universo literário e passa a poder integrar também o universo visual. Ela é agora meio de transmissão de ideias, não apenas porque as escreve, mas também porque as pode mostrar.

Este processo expressivo através das letras e dos textos tinha já tido início, não com artistas nem designers, mas como poetas. As futuristas palavras em liberdade de Marinetti, os caligramas de Apollinaire e os poemas de Mallarmé eram já o início deste processo de ver, para além de ler, com as letras. Mas é com os designers que ela ultrapassa a linha da experimentação ou da rebeldia, ganhando técnica e teoria. E se, por um lado, revolucionam a utilização das letras e dos textos — libertando-a dos cânones da tipografia tradicional e do exclusivo papel de transmissor de ideias escritas pelos autores —, por outro, fazem-no com reflexão, teorias, fundamentos e continuidade, que faltaram aos futuristas. Sendo poetas, estes desconheciam princípios universais de composição visual que os designers faziam por dominar.

O modernismo foi pois um marco importante na saída da tipografia das oficinas de impressão para os estúdios dos designers, que fizeram dela uma ferramenta poderosa na organização de informação e na comunicação de mensagens, simples ou complexas. Da mesma forma que podia dominar a fotografia, o designer podia agora também contar consigo mesmo para fazer a composição tipográfica do seu trabalho, e assim não depender de mais ninguém, exceptuando a sua impressão. Deste facto tinha já consciência McMurtrie, em 1929. Segundo ele:

«(...) na tipografia moderna, dependemos apenas de nós próprios para a resolução de qualquer problema tipográfico, e não das soluções e práticas de outra época. Devemos fazer o nosso trabalho criativo no espírito do presente e permitir que ele seja verdadeiramente expressivo de nossa própria interpretação da mensagem que estamos a transmitir aos leitores por meio da tipografia» (McMurtrie, 2001: 143 ou de *Modern Typography and Layout* (Chicago: Eyncourt, 1929).

Décadas mais tarde, o aparecimento, evolução e vulgarização dos computadores, e outros suportes e ferramentas digitais de composição de textos, e da sua impressão facilitada, tornaram o acesso ao tratamento de texto universal, sem que isso signifique que seja mais qualificado ou instruído. O manejo qualificado da tipografia é, salvo raras exceções, ainda exclusivo dos designers e dos tipógrafos<sup>228</sup>, mantendo-se hoje firme na lista de disciplinas basilares de qualquer curso superior sério de design. Os designers encaram o seu conhecimento e domínio como fundamental para a realização de bons trabalhos. Através dos tipos de letra e do seu tratamento, um trabalho ganha expressão adequada, referência ou tom, — conforme defende Spiekerman; ou contexto histórico ou geográfico, como confirma Gray.

«Ninguém usaria os mesmos sapatos para dançar, correr uma milha, escalar a face norte do Eiger e caminhar até o escritório - ou pelo menos não seriam muitos a fazê-lo. Apesar dos seus pés não mudarem de forma, eles precisam de diferentes tipos de suporte, proteção ou mesmo de melhoramentos para executar todas as tarefas acima e muito mais. Isto também se aplica à tipografia. Por vezes as letras têm de trabalhar arduamente para transmitir factos ou números, ou pode ser necessário que vistam um pouco as palavras para as tornar mais agradáveis, mais confortáveis ou simplesmente mais bonitas» (Spiekermann, 1993: 41) .

Por sua vez, John Gray (2008: 429) afirma: «Esbocei algumas capas [...] o conjunto revelava claramente a intenção: situar o texto no seu contexto histórico e geográfico através da tipografia[...].

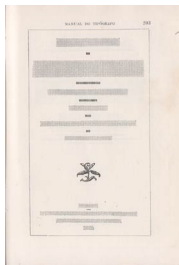
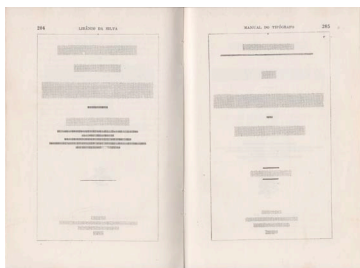
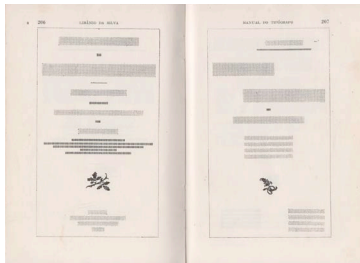
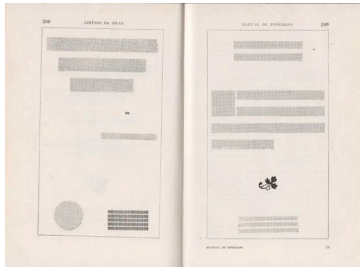
#### 4.3.1.2.1. A tipografia e os tipógrafos

Mas, se desde o modernismo a tipografia passou a fazer parte das matérias dos designers, antes, era, como referimos, assunto exclusivo dos compositores e dos tipógrafos. Estes recebiam formação técnica e com a prática desenvolveriam sensibilidade e experiência de que beneficiavam os seus trabalhos.

Na Inglaterra de 1893, William Morris defendia que «ainda assim, seja qual for o assunto do livro, e por mais nua que seja a decoração, se a tipografia for boa e se houver atenção no seu arranjo geral ainda pode ser uma obra de arte» (Morris, 1893). Por esta afirmação podemos verificar que tratar e compor letras numa página não se resume ao ofício apenas técnico. Já antes em Itália, no seu *Manual Tipográfico*, Bodoni (2001: 78–80) referia qualidades como o «bom gosto» e a «graça» como fundamentais para um bom trabalho.

Em Portugal, Libânio da Silva parece defender a mesma linha de pensamento. No seu *Manual do Tipógrafo*, este autor dá conta das responsabilidades e do bem fazer que um tipógrafo-compositor deve assegurar. Vastos parágrafos deste livro são dedicados a ensinamentos técnicos específicos sobre composição





732. Diferentes exemplos para a composição páginas de rosto em *Manual de Tipógrafo*, de Libânio da Silva. Lisboa, Grémio Nacional dos Industriais Gráficos, 1962.

de um frontespício: tamanho, hierarquia, espaçamento, entrelinha, alinhamento, contraste. «É a boa escolha de tipos, a harmonia à vista dos claros, a defesa das linhas entre si, os contrastes obtidos pelos tipos mais claros ou mais negros que dão ao frontispício a elegância requerida. Um ou outro título mais carregado dá-lhe a vida que não poderia achar-se no emprego exclusivo de tipos da mesma força» (Silva, 1962: 199).

Outros são dedicados à ideia de adequado e correcto, em termos conceptuais e normativos sociais. E à escolha do tipo de letra, disposição, género literário. «Antes de começar a composição de um frontispício, o compositor deve examinar-lhe a redacção, vê-lo por todos os lados, como costuma dizer-se, buscando mentalmente se tem forma de lhe dar a disposição necessária. Tem que consubstanciar-se do género da obra para aplicar-lhe tipos que não vão tornar garrido um livro de leis, de medicina, ou de matemática, nem pesado um livro de versos, de contos ou de viagens. Tem que fixar o género de composição e os tipos que empregou no decorrer dela para não utilizar no frontispício caracteres que briguem com aqueles, embora os não obrigue servilmente ao mesmo desenho» (Silva, 1962: 199).

Mas Silva, tal como Bodoni ou Morris, refere outras valências que estes profissionais deverão mostrar, mais subjectivas, e que, segundo ele, surjem com a experiência. «Não há, pois, forma de limitar a simples regras a execução deste género de trabalho. Algumas indicações (...) resultam da análise e da evolução. O gosto e o bom senso farão o resto. (...) Harmonizar a importância dos dizeres com boa disposição tipográfica, é tarefa escabrosa que só a prática e o gosto ensinam a vencer» (Silva, 1962: 199).

As páginas de rosto são uma parte de grande importância. Nelas o compositor-tipógrafo deveria deixar espelhada o seu bem saber-fazer. Torna-se importante referir aqui que, sendo os livros anteriores às suas capas, como já foi dito a capa surge gradualmente a partir do interior do livro. Antes das capas havia apenas frontispícios nos quais os tipógrafos assinalavam a entrada do livro. Muitos deles têm herança de portadas onde, de facto, estão desenhados pórticos de arquitectura, como se de um edifício se tratasse. Só depois e comprados por uma minoria com posses para o poder fazer, o livro era mandado encapar. O frontispício era pois parte do miolo, feito pelo mesmo profissional, que nele aplicava as suas melhores capacidades de composição<sup>229</sup>. Com a vulgarização dos livros, a página de rosto passa a ser reproduzida numa outra página, em papel mais encorpado que já não faz parte dos cadernos. Surge então a capa que seguirá, durante um longo período, o mesmo tratamento, em termos de composição visual, daquele que recebiam os rostos.

Sobre as páginas de anterrosto e rosto Silva estende-se mais detalhadamente, considerando-as, sobretudo a segunda, páginas críticas, de composição sensível. Silva (1962: 197) define-as do seguinte modo:

229 (<http://www.unostiposduros.com/la-portada-clasica-de-la-mano-de-theodore-low-de-vinne/> consultado a 3 de maio de 2015).

«O anterrosto é constituído simplesmente pela parte principal do título da obra, em carácter um pouco menor — cerca de um terço a menos do que o do rosto. O rosto ou frontispício é o mesmo título desenvolvido com várias minúscias, nome do autor, dignidades ou cargos que exerce, etc. Divide-se em duas partes consumando ser inferior a indicação da tipografia onde foi impresso, a do editor ou ambas, divididas ao centro por um pequeno filete. (...) O rosto foi sempre, quanto a nós, a maior dificuldade que o compositor tem de vencer. É a página que o leitor percorre em primeiro lugar, e deve agradar à vista, sem deixar de pôr em evidência o que o autor desejou principalmente frisar» .

Em casos extremos, o trabalho do tipógrafo-compositor pode inclusivamente sair da oficina, caso este considere necessário, em conjunto com autor, alterar a ordem dos dizeres para que não saia prejudicada a beleza da página. Silva (1962: 199) dá mesmo exemplos concretos do problema e da sua possível solução:

«Muitas vezes o original como sai das mãos do autor não se presta a que lhe brilhe o trabalho tipográfico. Busca-se então, com o assentimento dele, mudar a ordem dos títulos de forma a moldarem-se melhor à composição. Suponhamos que o primeiro título, sendo também principal, toma a linha a toda a largura. Seria de péssimo efeito. Se for possível pôr o nome do autor à cabeça da página dividido por um filete, esse mau efeito será vencido. Ainda se esse efeito fosse precedido de um artigo ou proposição, a colocação dele em linha ao meio favoreceria na dificuldade».

#### 4.3.1.2.2. Nova tipografia ou não

Até à entrada de novas formas de pensar e fazer, surgidas com a arte nova, as vanguardas e o modernismo, em termos de composição e de distribuição dos elementos na página de rosto, a norma era a de se cumprirem as regras seguindo o curso da tradição, aprendida no Renascimento e, mais tarde, da Revolução Francesa, com o estudo dos clássicos da Antiguidade Grega e Romana, muito relacionados com a arquitectura e a monumentalidade. Os títulos eram predominantemente em maiúsculas, os elementos eram centrados na página. Era ainda dada indiscutível prioridade ao título do livro sobre o seu autor, e aplicavam-se formas pré determinadas sobre ornamentos e de como usá-los<sup>230</sup>.

230 «Os homens de mais reconhecido saber desse tempo, animados do amor da literatura e da ciência, fizeram-se impressores e, gravando e fundindo os caracteres de que usavam, naturalmente aplicaram à forma da letra e à disposição dos títulos os mesmos princípios que os Romanos tinham aplicado aos manuscritos e aos documentos que nos legaram. À criação do romano sucedeu-se a do itálico, e os ornamentos empregados eram inspirados pela arte romana. Não se limitaram os nossos antepassados ao estudo e à administração dos grandes escritores da Antiguidade Romana. A época da Revolução Francesa atraíu os espíritos para as recordações da antiga Grécia e das suas repúblicas, e quando o império se fixou consagrou a adopção de um estilo especial inspirado na arte grega. Veio na tipografia o classicismo dos Didot, cujos tipos concordam absolutamente com as preocupações da sua época: trabalhos sérios, correctos, severos. Disposições académicas, pórticos monumentais, majestosos frontões e outras formas

Foi o tempo do formalismo, clássico, maiúsculo, simétrico e estável, que ditava, segundo palavras do próprio Libânio da Silva, trabalhos sérios, corretos, severos. Essa estabilidade era muito assente na simetria da composição. Através de um eixo centrado na página organizavam-se os elementos de forma previsivelmente espelhada, desprovida de dinamismo visual.

Foi Jan Tschichold que contrariou esta forma de pensar a composição tipográfica defendendo que «composições assimétricas são mais flexíveis e adequadas às necessidades estéticas práticas dos dias de hoje». Contemporâneo à assimetria tipográfica foi o recurso, em exclusivo, às letras em caixa baixa — minúsculas — em texto onde antes seria impensável, tal como nomes de autores e títulos de livros. Surgido com «(...) o alfabeto universal de Herbert Bayer, projetado na Bauhaus entre 1925 e 1928. Bayer eliminou as letras maiúsculas, alegando que como não existe distinção entre maiúscula/minúscula no discurso oral, é artificial e desnecessária» (Lupton, Miller, 1999: 192). McMurtrie faz referência a esse aspecto, num artigo que publica em 1929, no qual apresenta argumentos para defensores e atacantes desta modalidade tipográfica:

«Uma característica inovadora que caracteriza o trabalho de alguns tipógrafos modernos é o uso exclusivo de letras minúsculas, rejeitando por completo as maiúsculas, mesmo nas iniciais de palavras que iniciam frases. Em particular no caso de títulos e nomes próprios, a inicial em minúsculas apresenta uma inovação realmente estonteante para os olhos acostumados a uma convenção do uso de maiúsculas bem estabelecida. [...] A mudança para a ausência total de maiúsculas confere ao material impresso uma aparência muito estranha. No entanto, a tipografia moderna não está preocupada com a estranheza; exige apenas o método mais direto e simples de expressar a função da tipografia. Deste ponto de vista, a abolição das maiúsculas tem, em teoria, muito a seu favor» (McMurtrie, 2001:143–144).

E, mais adiante, no mesmo artigo, McMurtrie insiste que este não é já, particularmente em certos países, como na Alemanha, um assunto que possa ser ignorado.

«À primeira vista, a omissão das maiúsculas parece-se muito com uma esquisitice, o resultado de um esforço para ser diferente a qualquer custo (...). Mas a prática é seguida por alguns tipógrafos europeus sérios, cujo trabalho não pode ser simplesmente descartado da nossa atenção com aceno. Na Alemanha, o «kleinschreibung», como se chama esta prática, tornou-se num assunto realmente sério, envolvendo a atenção não só das gráficas, mas de estudiosos e até de autoridades governamentais. Os defensores do novo estilo exclamam:

arquitectónicas sobre as quais os Gregos gravavam as suas inscrições triunfais. Começam então a aparecer os manuais técnicos que, quanto a regras, em pouco têm sido modificados. Codificavam-se as lições que do uso e da prática tinham tirado os grandes mestres» (Silva, 1962: 277).

mam: «Não se usam maiúsculas na fala, então por que escrever com eles?» (McMurtrie, 2001: 143).

Para White (2002: 33)

«A simetria, que requer um eixo central, força o espaço em branco para o perímetro do arranjo gráfico. O espaço em branco num arranjo simétrico é passivo porque não é parte integrante da nossa percepção dos elementos positivos. Se for notado, é visto apenas como fundo. A simetria é um arranjo previsível que sugere ordem e equilíbrio. Sugere calma e estabilidade».

Percebe-se que, nesta fase, o espaço vazio era tratado apenas como fundo e as suas capacidades activadoras e dinamizadoras não eram, ainda, valorizadas em si mesmas. Só com o surgimento do modernismo e a produção cada vez maior e mais industrializada de livros, a tipografia, à imagem das artes, abraça o novo paradigma em que a forma segue a função. Segundo esta nova perspectiva um texto deve então ganhar a forma que melhor cumprisse a sua função. Sendo a função do texto ser lido, ele deverá orientar o seu leitor da forma mais fluida possível, respeitando os ênfases do próprio texto. Assim sendo, o texto centrado, mesmo de títulos, passa a ser símbolo de um formalismo passado, pouco pensado ou funcional. Se o olho humano, durante o processo de leitura, automaticamente se dirige para a esquerda do texto à procura do início da linha, porquê contrariar este movimento, com uma composição centrada do texto? Porquê dar importância ao texto no meio da frase, ainda que a ideia nele transmitida não seja a mais relevante?

A conquista da assimetria na composição dos elementos na página foi um marco importante e, segundo White (2002: 35), ela «requer uma forma diferente de pensar». Parece ser essa nova forma de pensar que, McMurtrie refere também pois, segundo este autor, «talvez a característica mais típica da vida atual seja o ritmo rápido a que se move. O ritmo da nossa tipografia deve acompanhar. Deve ser dinâmico e não estático. O seu equilíbrio deve ser o do movimento e não o descanso. As composições equilibradas adequadas à contemplação de uma geração anterior devem dar lugar a arranjos em que o sentido do movimento é inescapável. O tempo atual deve, por assim dizer, ler como corre. O tipógrafo moderno argumenta que o arranjo simétrico é uma forma desgastada. Se todas as linhas são construídas em torno de um eixo médio, este arranjo dá uma ênfase especial para os centros das linhas que, claro, não têm. Ou então puxa o olho repetidamente para um ponto de repouso, o que impede o movimento da mensagem» (McMurtrie, 2001: 147 ou de *The Philosophy of Modernism in Typography*. Chicago: Eyncourt, 1929).

No universo das capas de livros parece aplicar-se o mesmo pensamento. «Atualmente, a concepção do design gráfico formado por áreas e intervalos e expressa nas grelhas modulares deu origem a uma presença maciça de capas em que se destaca um arranjo assimétrico de seus elementos, bem como um tratamento mais em consonância com os cânones

contemporâneos da modernidade»<sup>231</sup> Contudo, apesar de reconhecidamente a composição assimétrica e o uso de tipos não serifados e letras minúsculas ter sido uma inquestionável conquista no design, o célebre argumento que defendia «se não falamos em maiúsculas porque escrevemos com elas?» não conquista completamente nem colhe adeptos em definitivo. O próprio Tschichold, largos anos depois de ter publicado *A Nova Tipografia*, já como responsável gráfico pelas edições na Penguin, contradiz, na teoria e na prática, uma boa parcela dessas ideias defendendo e recorrendo a capas centradas nas colecções, contrariando a ideia de que uma composição moderna com tipos modernos não faria sentido ser centrada como as capas clássicas. Com o tipo de letra serifado Bembo, Tschichold compôs incontáveis miolos de livros Penguin e escreveu e distribuiu quatro célebres páginas às quais deu o nome de *Penguin Composition Rules*. Nesse documento ele dava já orientações sobre o tratamento de letras em caixa alta, maiúsculas, e desobedecia à ideia modernista de que as letras não serifadas eram, em qualquer trabalho e circunstância, as mais funcionais e, por isso, as mais adequadas.

Também em Portugal era sentida entre os profissionais alguma dificuldade em adoptar uma via única para se obter um bom trabalho de composição tipográfica. Apelava-se à qualidade, à erudição, a uma prática elegante, discreta e contida da tipografia, como podemos confirmar por estas afirmações de Libânio da Silva (1962: 279–780):

«Quais são as regras do estilo moderno? Difícil seria descrevê-lo desde que se pretendem por de parte todas as convenções. Não é índio, persa, egípcio, grego, romano, nem ogival; não deriva da coluna, da abóbada, nem da ogiva; não pretende ser realista nem idealista. Necessita de cores fora do lugar, tipos que chamem a atenção, disposição de títulos em que, num golpe de vista, se abranja tudo quanto é necessário abranger-se. É necessário como que fazer falar uma página. Não é pelas excentricidades extraordinárias que deve manifestar-se, mas ao contrário, pela sobriedade, pela distribuição dos claros, pela boa e clara distribuição dos títulos».

#### 4.3.1.2.3. A Tipografia e os artistas:

As *Penguin Composition Rules* de Jan Tschichold são um indicador de que a prática tipográfica era variável de oficina para oficina, de mestre para mestre, de compositor para compositor. Numa altura em que a Penguin editava centenas de livros mensalmente, via-se obrigada a recorrer a várias empresas tipográficas para poder publicar, de forma regular, tantos títulos em simultâneo. Mas esta necessidade é também sinal de que em Inglaterra era ainda sentida a necessidade de controlo de qualidade do trabalho dos tipógrafos. O próprio Tschichold chama a atenção desse facto. E é muito curioso

231 (<http://www.unostiposduros.com/la-portada-clasica-de-la-mano-de-theodore-low-de-vinne/> consultado a 3 de maio de 2015).

que Armando António Martins de Figueiredo (1962: XVI) disse dê conta no *Manual do Tipógrafo*:

«Nas nossas leituras de obras sobre Artes Gráficas encontramos uma advertência, que devia estar sempre sob os olhos dos profissionais. São poucas palavras mas dizem muito: *Se o tipógrafo-compositor não fizer um esforço, enquanto é tempo, arrisca-se a tornar-se um belo dia o servente do desenhador publicitário, que lhe indicará como executar o mais insignificante gesto* — Jan Tschichold. São efectivamente palavras que dizem muito, e Deus queira que sejam entendidas não só como advertência, mas também como estímulo à dignidade dos gráficos para os livrar da degradação de aceitarem ser apenas "escravos" de máquinas ou serventes de desenhador».

Parece, contudo, haver um outro aspecto paradoxal a contribuir para esta aparente decadência dos tipógrafos — o desenvolvimento das artes gráficas. O trabalho em velocidade e em quantidade levam ao surgimento de novas técnicas na indústria da impressão. A litografia, ao facilitar a reprodução de imagens, torna-se para os artistas uma porta de entrada no universo das tipografia, antes um exclusivo dos tipógrafos. Assim diz Silva (1962: 278):

«Um outro factor, que já citámos, influi muito na tipografia: a necessidade de prestar concurso ao grande movimento industrial e comercial que até certo ponto só se socorria da litografia para a execução de pequenos trabalhos e daí a necessidade de ombrear com a litografia; isto levou à prática de novos processos e ao crescente desenvolvimento das fundições no que toca a fantasias e material de ornamentação. Tinha a tipografia, porém, um grande contra: a gravura em madeira era excessivamente demorada e cara, ao passo que a litografia reproduzia com maior facilidade qualquer desenho. Obrigado o cliente a dirigir-se-lhe por causa dos desenhos, facilmente lhe dava também a impressão do texto».

Também Pacheco (1988: 13) assinala que «(...) num aparente paradoxo, a tipografia em Portugal sofre o grande impulso das novas tecnologias e o "tipógrafo" perde a sua autoridade cultural e artística (...)».

No que toca às razões que levaram a este processo, são vários os autores a avançarem com possíveis motivos. Segundo Silva (1962: VIII), os grandes responsáveis terão sido vários, começando por motivos economicistas. Na sua opinião «a predominância da actividade comercial sobre a técnica artística influenciou prejudicialmente o surto de progresso que com geral aplauso e estímulo se verificou na Artes Gráficas». Mas o mesmo autor avança com outras considerações. Acerca de alguma clientela portuguesa, acusa-a de oscilar entre duas atitudes, ambas condenáveis: ou o grande desinteresse pela qualidade focada apenas no baixo preço, ou a procura por alta qualidade que encomenda o trabalho no estrangeiro, atrofiando um possível desenvolvimento pela qualidade, nas artes gráficas em Portugal.

«A concorrência desleal, a exploração do aprendizado, a estreiteza do

mercado, uma multidão de circunstâncias enfim, têm impedido que a tipografia em Portugal atinja o grau de perfeição que podia atingir.

Não nos faltam operários inteligentes, faltam-nos educação profissional, e preços remuneradores para a indústria poder renovar amiúde o seu material conforme as novidades vão aparecendo nos grandes centros industriais.

Infelizmente, ao passo que para outras indústrias se procura o luxo — a sapataria, a alfaiataria, a camisaria, a joalheria, o restaurante — na tipografia alguns clientes, quase se deixam guiar só pelo preço, e qualquer oficina nos confins da província lhes agrada, custando a folha menos uns tostões. Manda-se fazer fato em Londres e livros a Freixo de Espada à Cinta. Se se trata de edição aristocrática não se encontra por cá oficina de jeito, e encomenda-se em Paris, ao abrigo de uma pauta proibitiva para tudo o que importamos e de um tratado literário que deixa entrar livremente o livro impresso, brochado ou em papel, em qualquer idioma, vindo da França, Bélgica, etc» (Silva, 1962: XVIII–XIX).

Este terá sido um segundo motivo que levou a um fraco desenvolvimento do trabalho nacional, concentrando-se exclusivamente nos baixos preços e, conseqüentemente, na pouca qualidade. Mas há outros, como a falta de formação e de manuais adequados:

«Entre as causas essenciais do declínio de nível profissional e artístico das Artes Gráficas no nosso país avulta, depois da concorrência comercial, a falta de literatura didáctica para a formação dos obreiros chamados a renovar os quadros de pessoal das oficinas. A reedição do presente Manual é feita pois com o deliberado e amadurecido propósito de pôr à disposição dos gráficos o livro que contém ensinamentos fundamentais da profissão, sem quaisquer propósitos de lucro mercantil» (Silva, 1962: VI).

Aos baixos índices de literacia e à fraca cultura de qualidade associa-se, segundo outros autores, uma outra razão. Possivelmente indutora das primeiras, o efeito de periferia. Neste ponto parecem concordar autores diferentes de épocas e origens diferentes: Silva, Pacheco e Fior. A localiação geográfica de Portugal relativamente à Europa, afastada do seu centro e dos países mais avançados nas artes gráficas, deixa Portugal pouco desenvolvido neste campo, sem uma escola ou identidade tipográfica próprias. Este aspecto parece resultar numa atitude nacional generalizada mais vulnerável, sujeita a tendências passageiras e a argumentos de gosto pouco crítico, mais do que em práticas bem enraizadas em pensamento instruído<sup>232</sup>.

232 «(...) Questões como o analfabetismo, a aprendizagem, a interdisciplinaridade, a dependência do estrangeiro, etc. são, em suma, problemas com que sempre se debateu a arte que em tempos foi chamada «divina» e em tempos foi considerada também a «arte das artes» (Pacheco, 1988: 13).

Mas o destrato ou desconhecimento pelas letras e pelas boas práticas tipográficas não é um exclusivo português. O acesso facilitado e generalizado à edição de textos e fontes tipográficas nem sempre foi acompanhado dos conhecimentos considerados necessários, dando razões de sobra para considerações como esta de Robert Bringhurst (2011: 43):

«O design de tipos é uma arte praticada por poucos e dominada por muito poucos — mas os programas de edição de fontes permitem que qualquer pessoa altere instantaneamente as larguras e formas de letras às quais um artista pode ter dedicado décadas de estudo, anos de inspiração e um raro conjunto de habilidades. O poder de destruir o trabalho de um designer de tipos deve ser utilizado com cuidado. (...) A legibilidade das letras tipográficas não depende apenas da sua forma ou da tinta que as imprime, mas também do espaço vazio esculpido entre elas e à sua volta (...). Mas no mundo dos tipos digitais um designer ou um compositor (...) pode facilmente comprimi-las em trens de gado e enviá-las para abate. Quando as letras são maltratadas dessa maneira, suas reservas de legibilidade se esgotam. Nessa hora, não lhes resta mais nada a não ser decepcionar e brutalizar o leitor».

#### 4.3.1.2.4. A tipografia e os designers

Segundo Resnick (2003: 97), «nas mãos de um designer gráfico, a tipografia torna-se uma ferramenta mágica capaz de expressar qualquer assunto ou emoção, seja ele humorístico, factual, dramático, inquisitivo, directo ou ilustrativo». De facto, se encararmos o designer como um profissional que trata de tudo o que envolva compor texto, ou texto e imagem, torna-se mais evidente a importância que a tipografia tem para a sua actividade. No mesmo sentido também Kristeen Cullen (2012: 12) é peremptória defendendo que a «tipografia está no centro do design» e explicando-a como «um ofício refinado que torna a linguagem possível», com o qual «os designers moldam a linguagem» e «dão vida e poder às palavras para elas dizerem o texto fluentemente». Porém, o papel da tipografia vai para além da composição fluente do texto, pois essa é apenas uma, das duas forças que a movem — a semântica — existindo outra, que é a estética. A tipografia tem pois dois papéis simul-

«Quando eu comecei esta investigação, queria descobrir se havia uma tradição de expressão gráfica, uma dicção visual-verbal em Portugal e, se assim fosse, identifica-la e regista-la, e mais especificamente perceber porque é que a tipografia moderna e racional tinha tanta dificuldade em arrancar em Portugal. Uma resposta comum é que teria sido surpreendente se tivesse: grande parte do sucesso da Bauhaus, ou a razão de ser do Cabaret Voltaire dependia de, e exemplificava o mantra do imobiliário: "localização, localização e localização" — neste caso, a Europa central» (Fiore, 2005: 254).

«Ser tipógrafo em Portugal é mais difícil do que em qualquer outro país. Compulsemos livros espanhóis, franceses, italianos, alemães, ingleses. Cada país tem um carácter, um estilo que faz com que os seus livros se não confundam com os de outra origem. No trabalho comercial, no de tabelas, no de fantasia, caso idêntico se dá. Em Portugal não temos nada disso. O tipógrafo há-de ter gosto cosmopolita para agradar ao cliente conforme ele se embevece perante o livro alemão, o livro francês, ou o livro inglês.

Não obstante, ainda quando vai a seguir-se-lhe o gosto, acha que os tipos do rosto são simples, os filetes das tabelas antigos, e raras vezes há forma de concluir-se uma obra com a correcção devida senão se o autor é um indiferente à parte tipográfica ou um artista» (Silva, 1962: xviii-xix).



tâneos, e ainda segundo a mesma autora, «a tipografia que melhor expressa o texto serve ambos os propósitos de uma só vez (...), fornece informação e provoca emoção. (...) Por vezes os caracteres tipográficos podem ser construções abstractas ou imagens sem texto para comunicar, apenas beleza tornada aparente» Cullen (2012: 12).

É pois central o papel da tipografia para um designer. Ele faz parte do projecto podendo frequentemente *ser* o projecto, quer por este ser resolvido apenas com material tipográfico, quer porque, ainda que nele constem imagens, são as letras que ditam a solução. Para um designer, ainda que a tipografia entre apenas como legível, cumpridora de uma função, ela jamais deverá resultar esteticamente mal. No mais passivo ou menor dos seus papéis a tipografia, num projecto trabalhado por um designer, deverá servir o texto semanticamente de forma cumpridora, eficaz e resultar numa bonita composição de letras.

De certa forma, a mesma posição algo ambígua do designer, algures entre a técnica e a arte, é que o torna habilitado. Estando entre essas duas competências ele deverá dominar ambas, num equilíbrio funcional e estético em que a tipografia é, como vimos, parte essencial pois trabalhada pelo designer ela pode ser meio e mensagem em simultâneo. A conquista da assimetria na composição tipográfica pelos designers, e a conseqüente 'activação' do espaço vazio ou branco foi, nesse aspecto, muito significativo porque obedecia a uma lógica estética e funcional, ou melhor, a uma funcionalidade estética, era belo porque funcionava e funcionava porque era belo. Os designers tendem assim a mostrar esta visão dicotómica: para ser bom, tem também de ser bonito, e para ser bonito tem também de ser bom, uma só destas duas forças, isoladamente não chega a ser, as duas são necessárias para que cada uma delas seja. Por isso os seguidores da Nova Tipografia rejeitavam a simetria axial renascentista aprendida e praticada pelos tipógrafos durante tanto tempo, por a considerarem apenas estética, decorativa, passiva e não funcional. «A assim chamada tipografia “assimétrica” ou tipografia organicamente formada deve ser ultrapassada mais rapidamente do que a tipografia de simetria axial, que corresponde principalmente ao ponto de vista decorativo e não funcional. Libertamo-nos felizmente do esquema da Renascença e não deseja voltar a ele» (Bill, 2000: 66).

Max Bill, modernista convicto, acreditava, pois, que a conquista deste novo estatuto do texto deveria ser defendida. Chamava-lhe texto-imagem, e nas suas palavras confirma o que referimos atrás relativamente à dupla prestação da tipografia pelos designers: «Em primeiro lugar, as necessidades da linguagem e da leitura devem ser atendidas, depois há margem para uma análise puramente estética. A evolução mais completa da relação texto-imagem será uma que reúne em harmonia a orientação lógica do olhar de leitura e as necessidades tipográficas e estéticas» (Bill, 2000: 67-68).

Contudo, é importante esclarecer que, para Max Bill, este papel estético da tipografica nada tem de decorativo ou ornamental, condições que aliás desprezava, por considerar supérflua, defendendo que quando «texto e imagem

estão correctamente organizados, os grupos de palavras se destacam na correcta relação entre eles». A carga estética deveria funcionar como indicador do sentido de leitura, da importância relativa dos elementos tipográficos, de uma hierarquia activa e estimulante: «esta abordagem tem como objetivo conceber uma relação texto-imagem que se torne um organismo de texto vivo, sem acessórios decorativos e sem ser trabalhosa, e então podemos designá-la de tipografia funcional ou orgânica. Isso significa que todos os fatores, requisitos técnicos, económicos, funcionais e estéticos - devem ser atendidos de forma igual e combinarem-se para determinar a relação texto-imagem» (Bill, 2000: 67-68), algo que definia, resumindo: «a relação texto-imagem tipográfica atinge uma tensão espacial mais simples e uma maior sensação de inevitabilidade silenciosa» (Bill, 2000: 67-68).

Concluindo, é nossa convicção que, por questões relativas à tipografia poderemos perceber se, quem a aplicou, seguia as tendências modernistas da época ou optava por soluções mais conservadoras; se a tipografia era considerada um recurso estético suficiente ou vista essencialmente como um meio semântico do título e do nome do autor; e, finalmente, se quem a executou cometia erros técnicos ou de composição.

#### PERGUNTAS RELATIVAS A COMPOSIÇÃO TIPOGRÁFICA:

- alinhamento adoptado nos textos da capa
  - . *ao centro*
  - . *à esquerda*
  - . *à direita*
  - . *justificado*
  - . *não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)*
- tipografia é usada criativamente? (*sim/não*)
- textos com problemas de *kerning*? (*sim/não*)
- textos com problemas de espaçamento? (*sim/não*)
- textos com problemas de entrelinha? (*sim/não*)
- texto com boa legibilidade? (*sim/não*)
- título composto apenas com minúsculas? (*sim/não*)
- nome do autor composto apenas com minúsculas? (*sim/não*)

#### 4.3.1.2.5. Classificação tipográfica

Acerca dos sistemas de classificação, na página 177 do seu livro *Digital Typography*, Ron Goldberg, cita um artigo de Walter Tracy para a *Visible Languages*, em 1971:

«A necessidade de uma classificação é óbvia na imprensa como o é na botânica ou noutra disciplina que tenha de ser ensinada por uns e aprendida por outros, e onde as matérias sejam diversificadas no estilo e numerosas na quantidade. Desde o início do séc. XIX, a variedade no desenho de tipos de letra desenvolveu-se de tal forma que os fundidores de tipos e os autores de manuais e catálogos

sentiram necessidade de identificar grupos específicos de tipos e dar-lhes nomes» (Tracy, 1971: 20).

Contudo, os sistemas são muitos e variados, reflectindo o ponto de vista ou as prioridades a que o seu criador recorreu na altura de distinguir classes de letras. Assim, existem sistemas que recorrem ao desenho das serifas, outros que recorrem ao contexto histórico, outros aos componentes do desenho dos tipos, etc. Alguns sistemas dividem-se em largos grupos de categorias enquanto que outros são mais parcos nas divisões. É, pois, frequente surgirem novos sistemas que vão sendo criados consoante a necessidades de classificação do *corpus* em mãos. E, na verdade, «a classificação de tipos é um problema ainda por resolver» (Tracy, 1986: 20).

Assim, relativamente à classificação tipográfica, foram considerados os principais sistemas existentes com o intuito de ser adoptado aquele que melhor servisse o corpo deste levantamento. Era crítica a escolha de um sistema que não se subdividisse em demasiadas categorias. Estes sistemas são definidos para classificar famílias inteiras, e no nosso caso apenas dispomos de alguns caracteres, nomeadamente aqueles usados no título e no nome do autor e, eventualmente, num subtítulo. Era pois necessária uma classificação que, embora lata, fosse formalmente ajustada. Também era importante que, de alguma forma, fosse adequada ao período em estudo e ao *corpus*; que levasse em consideração o aspecto de que, por vezes, as letras são desenhadas e não tipografadas.

O número de sistemas de classificação de tipos ronda a ordem das várias dezenas, tornando-se difícil defender um, seriamente, como sendo a solução única e definitiva<sup>233</sup>. Optar por um sistema em favor de outros, prende-se muito com a finalidade da classificação em si, e com a natureza mais ou menos extensa e variada do conjunto de tipos em mãos. Factores geográficos e temporais são, por isso, aspectos a ter em consideração. Muitos dos sistemas não incluem, por exemplo, caracteres cirílicos ou gregos, fazendo deles sistemas que não resolvem classificações que contenham tipos destes alfabetos; outros tendo sido definidos numa época demasiado distante, não abrangem tipos de letra desenhados mais recentemente.

Em conclusão, adoptar um sistema em favor de outro é, muitas vezes, uma escolha equivalente à de quem opta pela ferramenta que melhor ajude a cumprir a tarefa que tem em mãos. Nesse sentido, ponderados alguns dos mais reconhecidos e considerados sistemas de classificação, a nossa escolha recai no Vox-Atypi, por ser, apesar de tudo, o mais oficial e, em simultâneo, o que melhor encaixa nas especificidades deste *corpus*, nomeadamente a classificação de tipos através de um reduzido nº de caracteres disponíveis no título, nome do

233 «(...) O fato é que qualquer classificação é simplesmente um auxiliar para o estudo, não um fim em si» (Tracy, 1986: 21).

«Identificar e organizar mais de 550 anos de tipografia com inúmeras famílias tipográficas é um desafio (...) a classificação teve início no século XIX com algumas gráficas/casas de impressão que procuravam observar a linhagem e classificar as famílias tipográficas num período marcado por muitos novos estilos. Existem vários sistemas de classificação tendo como base fatores como o desenvolvimento histórico, atributos formais e usos pretendidos. Estes métodos são pontos de partida, não planos de feitos (Cullen, 2012: 57).

autor ou ambos. Este sistema permite classificar com maior ou menor detalhe uma vez que se organiza em classes e subclasses, permitindo em casos difíceis usar-se apenas as três classes. Apesar de a nossa escolha, achamos conveniente deixar aqui uma breve apresentação dos principais sistemas de classificação, justificando a nossa escolha na adoção do sistema Vox-AtypI.

**LOW DE VINNE (1900):** Theodore Low De Vinne (1828–1914) foi autor, editor e impressor norte-americano. Os trabalhos saídos da De Vinne Press eram considerados sinónimo de qualidade exemplar, e as obras que deixou publicadas no campo da tipografia e da história da imprensa, foram consideradas as mais importantes da época<sup>234</sup>. É de Vinne quem cria um dos primeiros sistemas de classificação tipográfica, publicado pela *Century Company*. O seu sistema é composto por nove classes.

1. The Roman Form of Type  
(*old-style and modern face*)
  
2. Modernized Old-Style  
(*fat face, modern bold face, scotch face, condensed french face, compressed face, round faces, light faces*)
  
3. Modern faces of roman letter  
(*fat face, modern bold face, scotch face, condensed french face, round faces, light faces*)
  
4. Italic types  
(*old style italic, modernized old-style italic, inclined roman*)
  
5. Fat faces or Title-Types  
(*early fat faces, modern fat face, condensed titles, expanded titles, old-style titles*)
6. Black-letter  
(*pointed black and round black, german styles of black letter, fraktur and schwabacher, american styles of black, saxon and anglo-black*)
  
7. Gothic  
(*condensed, lining, eccentric gothic, inclined gothics*)
8. Antiques types  
(*runic and celtic and italian, also known as egyptian*)
  
9. Old-style and Doric Antiques  
(*celtic and runics, latin antique, clarendon*) (Golbert, 2000)



733. Esquema relativo à classificação proposta em 1921 por Thibaudeau com identificação dos diferentes classes de tipos de letras através do desenho das respectivas serifas.

**THIBAUDEAU (1921):** Tipógrafo francês (1860–1925), Francis Thibaudeau foi levado a conceber um sistema racional para classificar os caracteres quando elaborava os volumosos catálogos das fundições *Renault et Marcou* e *Peignot & Cie.*, tendo-o apresentado nas suas duas obras *La Lettre d’Imprimerie*, em 1921, e no *Manuel Français de Typographie Moderne*, em 1924<sup>235</sup>. Originalmente o seu sistema dividia-se em quatro classes (mais tarde acrescentou duas) e baseava-se exclusivamente na forma das serifas das letras.

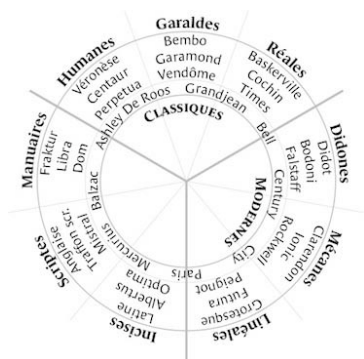
1. Elzevir (*com serifas triangulares*);
2. Didot (*com serifas filiformes*);
3. Egyptiennes (*com serifas quadrangulares*);
4. Antiques (*sem serifas*);
5. Ecrites (*tipos muscritos*);
6. Fantasies (*tipos publicitários*).

**Vox (1952):** Maximilien Vox, o pseudónimo por que ficou mais conhecido o francês Samuel William Théodore Monod, foi designer, escritor, ilustrador, cartonista, editor, jornalista, teórico e crítico de arte e de tipografia. Partindo da classificação de Thibaudeau criou um sistema novo com nove classes. Este sistema veio a tornar-se numa espécie de matriz para outros que se lhe seguiram e que a ele foram somando, subtraindo, multiplicando ou dividindo classes.

Vox defendia que a classificação dos tipos não deveria tomar a história como principal referência, pois isso levaria a resultados confusos<sup>236</sup>, antes devendo referir-se à morfologia e à biologia das letras e da evolução do seu desenho ao longo dos tempos, mas recorrendo a conceitos da época presente. A relação com a história era, pois, ditada pelo grafismo e não o contrário. Desta forma a abordagem de Vox pode entender-se mais como uma descrição das formas das letras. Para ele as letras poderiam ter dois pais que lhes tinham dado origem, e por isso, defendia o uso de um vocabulário aberto, que pudesse cruzar nomes de duas classes na mesma letra para a descrever, ao invés de criar infinitas sub-categorias mais específicas onde as encaixar<sup>237</sup>. A forma circular do famoso gráfico que criou para ilustrar a sua classificação permite uma melhor percepção dessa ideia.

**Vox-ATYPI (1962)** A *Association Typographique Internationale* (ATyPI) é uma associação internacional sem fins lucrativos, fundada em 1957 por Charles Peignot<sup>238</sup> com o fim de defender e promover a tipografia e o design de tipos de letra. É composta por uma comunidade mundial de membros, oriundos de cerca de 40 países, principalmente tipógrafos, representantes de fundições,

734. Esquema ilustrativo da classificação proposta por Vox em 1952.



235 (Typographie & Civilisation, Jean-Christophe Loubet del Bayle, consultado a 26 de Março de 2015)

236 Segundo Jean François Porchez, no seu artigo *Maximilien Vox, Typographer, Etc.*,

237 <http://typofonderie.com/gazette/post/maximilien-vox-typographer-etc/> consultado em 20 de Março de 2015)

238 Charles Peignot (1897–1983) foi o director da fundição de tipos Deberny & Peignot, em Paris e foi um dos fundadores, em 1957, da ATyPI da qual foi presidente durante dezasseis anos, e que deu o seu nome ao prémio — Charles Peignot for Excellence in Type Design — já atribuído por esta associação a vários designers de tipos.

designers de tipos e designers gráficos. Em 1962, cinco anos depois de ser formada, a ATypI adoptou oficialmente o sistema de classificação tipográfica de 11 categorias de Maximilien Vox, passando a ser conhecido como o sistema Vox-ATypI, e a ser reconhecido e usado logo depois como um *standard* na classificação tipográfica<sup>239</sup>.

Segundo a própria ATypI, o sistema recorre a critérios formais classificando os tipos de letra pelas principais características da sua construção e do seu desenho, que muitas vezes se tornaram típicas de determinado período. Algumas dessas características das letras podem ser a forma das serifas, a inclinação do eixo, o contraste dos grossos e dos finos, a modulação do traço, a altura x, e detalhes em certos caracteres específicos. Apesar de se socorrer destes vários aspectos, que funcionam como desambiguadores na definição de arquétipos é assumido por esta organização<sup>240</sup> que muitos tipos de letra podem exibir características de mais do que uma classe, dificultando dessa forma o processo. O sistema Vox-ATypI divide-se em três principais categorias: CLÁSSICAS, MODERNAS E CALIGRÁFICAS, que se dividem em subcategorias, da seguinte maneira:

#### CLÁSSICAS

- Humanistas
- Garaldinas
- Transicionais

#### MODERNAS

- Didonianas
- Mecânicas
- Lineais

#### CALIGRÁFICAS

- Incisas
- Cursivas
- Gráficas
- Góticas
- Não Latinas

Apesar de serem várias as críticas apontadas à actual aplicação deste sistema, a sua escolha para este estudo justifica-se facilmente e foi feita depois de uma profunda reflexão. Uma das críticas que lhe são apontadas é o facto de a própria ATypI o ter recentemente considerado desactualizado, tendo inclusivamente criado, em 2010, uma comissão para estudar o problema e propor um melhor sistema. Ora, no caso concreto desta investigação, esta falha, agora sentida, não se coloca, uma vez que o objecto em análise pertence ao período

**Venetian**  
**Old-Face**  
**Transitional**  
**Modern Face**  
**Egyptian Slab**  
**Sans serifs**  
**Incised Latin**  
**Scripts**  
**Hand drawn display type**  
**Fraktura/Black letter**  
**Non-Latin**

735. Lista da classificação adoptada pela ATypI, em 1962.

239 (25 *Systems for Classifying Typography: A Study in Naming Frequency*. Taylor Childers; Jessica Griscti; Liberty Leben. October 2012–January 2013. Consultado a 17 de Março de 2015).

240 (<http://www.atypi.org/news/typeclassificationsiglaunched>. Consultado a 17 de Março de 2015).

em que este era, e seria ainda por muito tempo, o sistema mais universal, fazendo por isso todo o sentido utilizá-lo, embora, no nosso questionário — por motivos de agilidade processual — tenha sido sentida a necessidade de personalização de alguma da sua nomenclatura formal, sem prejuízo das suas classes. Finalmente foram ainda dispensadas algumas das subclasses que este sistema prevê por não constarem no *corpus* em estudo. Para além disso ele possui ainda duas características interessantes que ajudaram à sua escolha.

A primeira diz respeito aos termos usados nas três categorias mais gerais da classificação, que em vez da habitual nomenclatura formal, que distingue os grandes grupos de letras «serifadas» e «não-serifadas», recorre aos termos «clássicas» e «modernas», reflectindo assim uma perspectiva mais histórica e adequada a este estudo. A segunda característica deve-se mais a uma dificuldade colocada pelo próprio objecto de estudo que são as capas. As capas dos livros habitualmente utilizam letras para escrever dados sobre a obra como o título, o subtítulo, o nome do autor e o nome da colecção. Ora estes textos, chamemos-lhe assim, são frequentemente compostos por poucos caracteres de determinado tipo de letra, ficando muito longe de mostrar todos os caracteres de determinada fonte tipográfica. Isto é um problema porque, em muitos sistemas de classificação, as diferenças que distinguem, por exemplo, uma letra grotesco de uma neo-grotesca são ligeiras, e muitas vezes só através de determinado carácter se pode concluir por uma ou outra. Isto levanta a questão de, em muitas das capas em análise, não estarem disponíveis esses caracteres específicos, inibindo portanto certas classificações mais detalhadas. Como o sistema British Standard, que ao subdividir a classe das lineais nas quatro sub-classes humanista, grotesca, neo-grotesca e geométrica, não seria o mais adequado ao objecto de estudo desta investigação.

**BRINGHURST (2000)** Robert Bringhurst é um poeta, professor, tipógrafo, designer de livros, tradutor e autor norte americano. Acerca do seu livro *Elementos do Estilo Tipográfico*, o reconhecido designer de tipos Herman Zapf confessou esperar que «este livro venha a tornar-se a Bíblia de todos os tipógrafos». Nele o autor apresenta o seu divergente sistema de classificação tipográfica, que se baseia no pressuposto de que a tipografia como arte que é, pertence e partilha o mundo e a história com as outras artes devendo, por isso, usar as mesmas ferramentas para a sua classificação. Apesar de Bringhurst (2005: 135) aceitar que «descrições e classificações tipográficas rigorosamente científicas são certamente possíveis», o autor defende outro modo de olhar as letras uma vez que elas «não são apenas objectos da ciência, pois também pertencem ao âmbito da arte e participam da sua história». Assim, uma vez que «elas têm mudado com o tempo do mesmo modo que a música, a pintura e a arquitectura» a elas deveriam ser «atribuídos os mesmos termos históricos aplicados a esses campos: renascentista, barroco, neoclássico, romântico e assim por diante». Seguindo esta sua particular forma de encarar as letras — mais do que procurar carac-

terísticas específicas isoladas nos caracteres, como a altura x, a inclinação do eixo ou forma das serifas — devemos, segundo Bringham, procurar nas letras as características partilhadas com os movimentos artísticos das épocas em que surgiram, e que o seu sistema organiza nas seguintes classes:

- Renascentista romano
- Renascentista itálico,
- Maneirista,
- Barroca,
- Rococó,
- Neoclássica,
- Romântica,
- Realista,
- Modernista geométrica,
- Modernista lírica,
- Expressionista,
- Pós-modernista elegíaca
- Pós-modernista geométrica.

#### 4.3.2. IMAGEM

No *Dicionário de Imagem* (Goliot-Leté *et al*, 2011:210), podemos ler que a palavra *imagem* tem origem na palavra latina *imago*, que significa «representação, retrato, eco, fantasma, máscara mortuária», e que, por sua vez, deriva da palavra *imitari* (imitar). Os mesmos autores reparam que na língua inglesa existem «duas palavras para a nossa "imagem": *picture* (imagem material) e *image* (imagem mental, imagem poética)». Para Gervereau (2007: 9) «a imagem não se pode acantonar na reprodução: não é uma mera reprodução do real; é também um real intrínseco com as suas propriedades e os seus circuitos». Já diferentemente da palavra "imagem", a palavra "ilustração" parece fazer sentido apenas junto de texto, como um apoio à sua compreensão, mais ou menos directa. Sobre o termo *ilustração* Goriot-Leté (2011: 208) diz que «foi no século XIX que a palavra (...) com a mesma etimologia latina *lustrare*, «esclarecer, dar brilho», toma o sentido de «figura que ilustra um texto impresso» e designa o género artístico (e os seus métodos) da ilustração de textos». Por aqui percebemos que tanto uma palavra como outra mostram ambiguidades que nos levam a concluir que qualquer análise de imagens não deve ser feita sem alguma reflexão.

Estas são algumas questões relativas ao universo da imagem que nos levam a constatar que é um tema que, só por si, encerra uma problemática digna de aprofundamento. Contudo, não seguiremos por essa via uma vez que esse não é o intuito nem o foco desta investigação. Apesar disso, consideramos que, tal como a tipografia, o recurso ao uso de imagem numa capa dá, por si só, à partida, algumas pistas analisáveis. A imagem tem um importante papel nesta investigação, pois o seu surgimento nas capas de livros parece ser muito significativo. Para qualquer teórico ela é considerada um



elemento fundamental na composição visual. Terá sido através dela, e da sua reprodução facilitada por via da litografia, que os artistas acederam ao universo das artes gráficas, suas oficinas e tipografia<sup>241</sup>. A presença de imagens nas capas de livros parece ser, aliás, um ponto de viragem no universo em estudo. Se até dada altura as capas eram feitas pelos homens das letras, entenda-se tipógrafos, mais tarde aparentam ter passado a sê-lo pelos homens das imagens, em particular pintores e ilustradores. Ora, a confirmar-se esta ideia, dá-se nesta mudança uma viragem importante na visualidade das capas dos livros. O ênfase visual muda passando a ser tão visto como lido, em muitos casos, mais. A presença por si só de uma imagem na capa toma, para esta investigação, algum significado, uma vez que os tipógrafos raramente recorriam à imagem como elemento de composição de uma capa ou frontispício, dando antes uso a ornamentos ou emblemas, a filetes ou caixas, e a arcadas ou frontões.

Já o uso de imagem fotográfica também tem significado, porém diferente. Na sua tese de mestrado, Carvalho repara que «nas décadas de 50 e 60 o uso de ilustração nas capas, muito comum nos primeiros livros, começa a ser considerada obsoleta, por comparação com o emergir de uma nova estética mais abstracta influenciada directamente pelos movimentos artísticos da época. Esta torna-se visível no trabalho de Lustig ou Rand, e na banalização do recurso à fotografia» (Carvalho, 2008: 25). Esta ideia parece ir ao encontro das que temos exposto até aqui. Se antes as imagens, maioritariamente ilustrações, eram um reflexo da presença de artistas no projecto de capas, mais tarde, a banalização do uso da fotografia, como, por exemplo, nas capas dos americanos Lustig e Rand, parecem querer já dizer algo mais. Eles não são tipógrafos, mas sabem usar as letras; também não são artistas, não fazendo questão de serem eles próprios os criadores das imagens que usam nos seus projectos. Esta nova abordagem ao projecto gráfico das capas parece-nos pois ser um sinal do surgimento de um novo agente, indicando que eles são uma outra coisa, o que resulta numa terceira, o designer. Voltamos a dar o exemplo das cores, o somatório de duas, azul e amarela, por exemplo, não dá a cor-amarelo-azulado, ou azul-amarelado, e sim uma cor nova, diferente o verde.

Esta forma de trabalhar, recorrendo a uma imagem de outro, que é creditada, requer uma consciência da profissão diferente da do artista, que tende a reclamar para si a autoria da imagem, pois para ele a capa passa sobretudo pela imagem. É neste paradigma da forma como é feito o recurso, uso e importância dada à imagem que esta se torna um campo tão pleno de possíveis significações na distinção de abordagens ao design de capas. Um

241 Sobre a orientação dos artistas puros para as artes gráficas ou aplicadas, como a ilustração: «(...) A evolução das técnicas de impressão e industrialização do livro vão criar a ocasião para muitos artistas se dedicarem à ilustração, com Alfonse Mucha, Toulouse-Lautrec, Manet e Daumier, no século XIX, e Fernand Léger e Moholy-Nagy no século XX. De facto, durante a primeira metade do século XX, muitos pintores interessar-se-ão pelo livro, como, por exemplo, Bonnard, Derain, Braque, Picasso, Max Ernst, Miró e Tâpies. A ilustração permite-lhes desenvolver audácias e experiências novas» (Goriot-Leté; Joly, 2011: 208)

artista recorreria essencialmente à sua arte, criando, ele próprio, as imagens que usaria na capa, mas um designer já não se comporta obrigatoriamente assim. É uma espécie de tipógrafo-artista, ou artista-tipógrafo, que joga nos dois tabuleiros e usa ambas — imagens e letras — como ferramenta para comunicar visualmente. Para isso ele mostra dominar princípios universais de composição visual. As capas de livros criadas por designers mostram uma maturidade e um profissionalismo que muito se afasta da ingenuidades tipográficas, ou gráficas, de alguns artistas.

Sobre o potenciador papel das imagens e do seu relacionamento com o texto Resnick repara que

«Assim como as letras do alfabeto podem ser combinadas de várias maneiras para formar palavras e transmitir significados, os elementos visuais podem ser unidos de formas inumeráveis, com cada relação particular gerando soluções alternativas. Frequentemente, as palavras possuem um significado mais específico do que as imagens, mas as imagens podem ampliar e intensificar o significado das palavras. Por esta razão, as palavras e as imagens devem atuar como parceiros iguais na formação da mensagem» (Resnick, 2003: 121).

Estas palavras confirmam a ideia de que o profissional que domina texto e imagem é, sem dúvida, mais poderoso do que aquele que domina apenas imagem ou apenas texto.

Mesmo antes de cunhado o termo *graphic design*, por Dwiggin em 1920 havia já quem dominasse imagem e texto, só imagem e só texto. Veja-se na Inglaterra de 1800's William Morris, poeta, pintor, tipógrafo deixa-nos esta opinião:«[...] um livro pouco ornamentado pode parecer realmente e positivamente belo e não meramente pouco feio, se for, por assim dizer, arquitetonicamente bom, e que aliás, não precisa adicionar muito ao preço, uma vez que não é mais caro comprar selos bonitos do que selos feios [...]» (Morris, 1893: 3). Por estas suas palavras percebemos que o uso da imagem não é para Morris essencial, como parece ser para os artistas que frequentemente não dominam a tipografia. Ele dominando os dois mundos, texto e imagem, defende o texto como se de imagem para um artista se tratasse.

#### 4.3.2.1. Classificação de imagens

Para Isabel Calado (2003: 105) «a empresa de estabelecer uma ordem no mundo da imagem tem vindo a fazer-se, de modo por vezes disperso, outras vezes sistematizado», e a autora refere «três critérios básicos de classificação das imagens: o critério de género (que diz respeito à funcionalidade (destinação); o critério técnico-sensorial (morfológico e produtivo); e o critério semântico».

Concluimos assim que são de diferente natureza as necessidades de classificar imagens. Por essa razão, dependendo de quem e de para quê essa necessidade, os sistemas e as suas categorias que considera são diferentes. Segundo Gervereau (2007: 9) Na verdade, podemos começar

por distinguir as imagens em função das suas origens: imagens naturais (reflexos na água, sombras), imagens produzidas pelo funcionamento dos sentidos e do espírito (imagens mentais) e imagens elaboradas pela mão do homem, com ou sem ajuda de máquinas. Nesta última categoria, as imagens podem ser classificadas em função das suas técnicas de criação: imagens pintadas, desenhadas ou gravadas, fotografadas, imagens cinematográficas, imagens digitais, etc. Podem também ser consideradas em função do seu conteúdo (retrato, tela abstrata, filme negro) e das suas funções (ilustração de texto, imagem didática ou científica, imagiologia médica, decoração, ponto de vista estético, cultural, edificante, propagandístico, etc). A semiologia da imagem propõe outros princípios de distinção: imagem única/imagens múltiplas, formando uma sequência (banda desenhada, fotonovela, filme), série (as *cathedrais* de Monet) ou sistema (painéis do código da estrada); imagem fixa/imagem em movimento; imagem feita pela mão do homem (desenho/pintura)/imagem feita com um aparelho (fotografia, cinema, computador)». Assim defende também Calado: «Acresce que a categorização serve ainda outros fins, que não exactamente os da investigação, designadamente os que emergem das exigências profissionais: iconotecários, grafistas, ilustradores, directores artísticos, fotógrafos, tipógrafos (hoje *type designers*), desenhadores e outros muitos profissionais lidando com tecnologias variadas e trabalhando em jornais, agências de publicidade, estúdios de criação, empresas editoriais de maior e menor porte, não passam sem uma possibilidade de gerir o universo das imagens identificando cada uma delas através de traços muito concretos e ligados à sua feição material e funcional» (Calado, 2003: 104).

Ao investigarmos algumas instituições com arquivo de imagens diversificadas, como museus de arte ou bancos de imagem<sup>242</sup>, rapidamente verificamos que cada um usa a sua classificação. Esta pode permitir uma consulta por diferentes critérios: únicos ou múltiplos, consoante o propósito do pesquisador. No caso mais frequente, a distinção é feita pela técnica (pintura, gravura, escultura, fotografia, etc). Mas a pesquisa em catálogos online poderá ser feita através do nome do artista, pelo género temático (retrato, natureza morta, paisagem,...) ou pelo estilo (gótico, renascentista, pop art,...). Podem ainda ser critérios objectivos (data ou local de origem) e podem ser mais livres, e até subjectivos, usados por bancos de imagem,

242 Tomando como exemplo alguns casos, portugueses e estrangeiros, nomeadamente, A National Gallery em Londres, o Museu Gugenheim, em Bilbao, o Moma, em Nova Iorque, O Centro de Arte Moderna José Azeredo Perdigão, em Lisboa e o Museu Nacional Soares dos Reis, no Porto.

national gallery, Londres (assunto, tema, nome do artista, estilo, época); moma, Nova Iorque (architecture and design, drawing, film, media and performance art, painting and sculpture, photography, prints and illustrated books); gugenheim, Bilbao (film/video, installation, internet art, painting, photography, sculpture, work on paper); centro de arte moderna jap, Lisboa (desenho, gravura, pintura, fotografia, escultura, holografia, cerâmica, vídeo, tapeçaria, têxtil, aguarela; museu nacional soares dos reis, Porto (cerâmica, escultura, gravura, joalharia, mobiliário, ourivesaria, pintura, têxteis, vidros)

como as emoções (felicidade, medo, ternura...) ou tema específico (sagrada família, natalidade,...)

Contudo, parecem existir cada vez mais imagens habilitadas a classificações simultâneas. Por exemplo, numa lista de classes que separe «obra de arte» de «fotografia» rapidamente podemos ver-nos perante a dúvida de onde colocar uma fotografia artística. E uma pintura em gouache, deverá pertencer à classe «pintura» ou «ilustração»? A distinção poderá ser feita com base na intenção da criação da imagem para aquele fim, isto é: aquela pintura em gouache foi criada para aquela capa de livro, com aquele título, sendo, por isso, uma ilustração e não uma «reprodução de obra de arte», a qual pressupõe a utilização de uma obra feita com outro fim ou contexto...

Como dificuldade acrescida temos ainda o não acesso à imagem original. Não se trata aqui de obras originais de um museu, por exemplo, mas de imagens reproduzidas em série, através de diferentes técnicas, no papel de capas de livros. Este aspecto chega a tornar, por vezes, difícil distinguir se dada imagem é «pintura» ou «desenho», visto ter sido impressa a preto e branco, através de fotografia com muito grão e em papel já desgastado...

Nesta investigação não iremos considerar o aspecto das imagens que não digam respeito a questões apuráveis com alguma simplicidade e nitidez. Por essa razão não iremos analisar, por exemplo, o grau de iconicidade de uma imagem, se ela representa bem ou mal o tema do livro, se é figurativa, abstracta realista ou expressiva, se a técnica é apurada ou tosca, significados e outros valores subjectivos. Antes nos propomos fazer uma recolha de dados que dê indicadores do modo como o capista lidava com a imagem. Ou seja, que quantidade de espaço do suporte lhe destinava? Que papel na solução da capa ela tinha, principal ou secundário? Enfim, questões que nos indicam mais da preferência ou não dada à imagem relativamente ao texto. Ainda assim era necessário fazer algum tipo de classificação de imagens, o que levanta alguns problemas, nomeadamente, que parâmetros considerar para a sua classificação? Seja como for, a exclusão de assuntos de ordem subjectiva anulava já grande número de categorias que não acrescentariam informação útil ao nosso estudo.

A classificação de imagens pretende recolher informação sobre as características das imagens utilizadas nas capas. Pretende-se neste campo distinguir as imagens entre si. Esta distinção pode ser feita, quer através da forma *como foram feitas*, ou seja, pela técnica<sup>243</sup> através da qual foram obtidas, quer seja através de *como fazem*, ou seja, do efeito final obtido por si, da natureza ou do grau da sua representação (formas abstractas). É ainda possível que certas categorias sejam a junção de ambas, um exemplo disso é o item «pintura realista». O termo «pintura» refere-se à técnica de representação plástica bidimensional; o termo «realista» refere-se ao grau de representatividade, no caso, alto e muito literal.

A categoria de classificação de objectos gráficos veio a revelar-se algo problemática. Não é simples determinar fronteiras de recorte nítido, entre este género, seja através da técnica usada, do suporte, ou da temática. É sempre difícil optar por um método de classificação em detrimento de outro. Neste caso, na ausência de um sistema universal, foram investigados vários meios usados na classificação de imagens por bancos de imagem, museus e teses de natureza semelhante a esta.

Esclarecemos também que, por imagem, se entendem todos os elementos visuais que possam ser vistos e interpretados para além de texto, neles incluindo molduras, caixas, filetes, ornamentos e gravuras decorativas. Nesse sentido reconhecemos vantagens na nomenclatura apresentada por Llop que, em vez de imagens, refere objectos gráficos.

**CLASSIFICAÇÃO DE LLOP (2014):** Parece-nos significativo que esta autora faça utilização do termo «objecto gráfico» em vez de «imagem». De facto, são frequentemente usados elementos visuais que, não sendo imagens, criam 'visualidades', isto é, são visíveis, como imagens, mais do que legíveis como texto. Segundo Llop, estes objectos gráficos podem ser de duas naturezas: pictóricos e não pictóricos e distribuem-se de modo apresentado e desenvolvido de seguida.

Assim, temos dentro dos elementos que não são texto para ler, dos elementos que são para ver, aqueles que são figurativos (pictóricos) e os que não são figurativos (não pictóricos).

## **CLASSIFICAÇÃO DE OBJECTOS GRÁFICOS**

### **PICTÓRICOS**

- modelos tridimensionais
- fotografia a cor
- fotografia pb
- pintura realista
- desenho
- diagramas
- símbolos e pictogramas

### **NÃO PICTÓRICOS**

- formas abstractas
- formas tipográficas
- figuras ornamentais
- formas continentais
- elementos de junção

Contudo, apesar de sentirmos como vantajosa as nomenclaturas de Llop, consideramos as categorias do seu sistema excessivas para o propósito da nossa investigação, pelo que consideramos que a sua adopção total seria fonte de excesso de informação não desejada e perturbadora, como um peso

morto. Mas adoptamos algumas das suas categorias por as reconhecemos como adequadas .

**CLASSIFICAÇÃO DE FERREIRA (2014):** Tomem-se como exemplo as categoria usadas por Luís Ferreira (2014: 155). Segundo este autor as imagens podem ser de cinco tipos:

**IMAGENS**

- fotografia
- ilustração
- obra de arte
- desenho
- gravura

Talvez faça sentido para a classificação de imagens nas revistas analisadas por este autor. Contudo, para o *corpus* de capas em estudo, as suas classes levantam alguns problemas. Tomemos um imagem fotográfica, por exemplo, um retrato artístico captado por Victor Palla; pode ser considerada como fotografia e como obra de arte; o célebre Homem Vitruviano de Leonardo da Vinci, por exemplo, pode ser considerado como desenho e como obra de arte, deverá, portanto classificar-se como desenho ou como obra de arte, ou ambas em simultâneo? E uma gravura, quando deixa de ser uma ilustração, no sentido de iluminar, de ajudar a explicar, de dar luz a determinada texto, como deverá classificar-se?

Consideradas as classificações apresentadas, as categorias por nós escolhidas ou definidas tentam abarcar as características que nos interessa recolher e analisar. Por exemplo, no caso dos tipógrafos era feito um uso de objectos gráficos usualmente de modo ornamental ou meramente decorativo. Já no caso dos artistas, tentavam frequentemente, através da ilustração da capa, transmitir emoções mais aproximadas ou mais distantes da história, mais literais ou poéticas, sempre passíveis, contudo, de terem um papel ativo, interpretável, que acrescenta algo para além de uma representação e ocupação do espaço vazio.

Um outro uso já diferente de imagem, por exemplo, pode ter significados interessantes revelando que a relação com ela por parte do capista já não era de autoria mas de uso terceiro, ou seja, alguém que tal como recorre à fonte tipográfica para compor o texto, também recorre à fotografia para compor a capa. Desenhar a capa e desenhar a ilustração não são para ele a mesma coisa; por estas razões as categoria são as que apresentamos de seguida:

**PERGUNTAS RELATIVAS A IMAGEM:**

**USO DE IMAGEM**

- ilustração
- fotografia

- . diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- . técnica mista (e.g.: *ilustração+fotografia, colagem, etc*)
- . elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g.: *ornamento tipográfico, filete, capitular, cercadura, padrão, gravura ornamental, etc*)
- . não é usada imagem

### 4.3.3. COMPOSIÇÃO

Tal como tipografia e imagem, consideramos muito reveladora a composição dos dois na abordagem do capista. Dominava ambas? Privilegiava uma? Organizava formalmente as suas composições? Tal como no texto e na imagem também no campo da composição as diferenças entre tipógrafos, artistas e designers se faziam sentir ajudando a definir os três arquétipos de abordagem ao design de capas. Contudo, conforme reconhece White (2002, p.25), «ao contrário das imagens e palavras, que vêm com sua própria razão óbvia para ser incluídos num projecto gráfico design, o vazio é mais subtil. É da área de responsabilidade do designer procurar e tirar vantagem do vazio em cada encomenda de design». Apesar de White se referir ao espaço vazio, a sua afirmação faz, em nosso entender, todo o sentido quando aplicada à composição (que, de resto, é a gestão do espaço, seja ele vazio ou não). Ela é, pois, considerada um campo essencial nesta investigação, no apuramento de algumas dúvidas relativamente à composição das capas em estudo.

As perguntas que iremos formular no questionário relativas a composição não serão de carácter subjectivo, ou, se o forem, tentarão sê-lo o menos possível. Assim, não iremos considerar aspectos de sentido ou de significado do resultado final, ou seja, da capa, nem iremos considerar a época ou a geografia. Também não serão considerados aspectos de adequação ao tema ou conteúdo do livro.

Serão, sim, colocadas questões que nos ajudem, mais uma vez, a perceber que tipo de abordagem era feito pelo capista. Favorecia a área da imagem ou do texto? Conseguia articular os dois com unidade? Esta nossa decisão é concordante com as já tomadas relativamente às questões colocadas no campo da tipografia e da imagem.

Haveria certamente muitas outras questões com interesse. Contudo, para o foco desta investigação estas são as mais pertinentes e desambiguadoras o suficiente, não havendo necessidade de mais. E, não iremos considerar questões de ordem mais subjectiva porque não são determinantes para a obtenção de respostas para a nossa tese. Portanto, o campo da composição é o quarto âmbito de questões de análise no design gráfico, considerado essencial e, nesta investigação, diz respeito ao primeiro problema a ser resolvido, indicado por Meggs. Ela funciona como a massa consistente que trata da boa convivência entre textos e imagens, que são sistemas diferentes. Um capista pode, pois, dominar apenas um deles, como a imagem, ou a tipografia, mas resolver bem e potenciar o convívio dos dois é outra coisa. Requer outras competências. Conhecer e dominar os elementos e princípios de composição fortalece os tra-

balhos e potencia resultados que, concorda White, «dominando-os poder-se-á produzir trabalhos de qualidade excepcional independentemente da complexidade do problema» (2002: 57).

São vários os autores que dividem o design gráfico em duas componentes: Potter (2002: 32) chama-lhes 'form' e 'meaning'; Meggs (*in* Resnick, 2003: 121) «organização visual» e «criação de mensagens». Finalmente, Resnick<sup>244</sup> (2003: 121) refere no design gráfico duas forças: a primeira, «um sistema ou estrutura» e a segunda o «sentido ou significado»; e Resnick refere a composição desse «sistema» explicando que «os designers usam hierarquia visual para organizar os elementos visuais de acordo com sua importância dentro do projeto. Cada elemento num projeto contribui para a informação que está a ser apresentada — as palavras carregam a mensagem, e as imagens explicam ou melhoram o significado» (2003: 121).

Apesar de concordarmos com Potter, Meggs e Resnick, relativamente a esta divisão do design na sua componente de forma e significado, nesta investigação propomo-nos considerar apenas as questões formais, relativas à forma, da composição. Assim, num questionário que tentámos reduzir ao essencial, para além do texto e da imagem, a composição é campo necessário de averiguação, até porque ele surge da relação dos dois anteriores. Como refere Meggs (2003: 121): «(...) pois sistemas de comunicação totalmente diferentes — sinais de linguagem e imagens pictóricas - têm de ser incorporados num todo coeso».

A partir dos anos de 1920 o design gráfico começou a ser analisado como disciplina e tentou-se perceber a sua estrutura e definir os seus elementos, fundamentos e princípios, numa tentativa de os identificar. Os princípios do design são as regras ou parâmetros que, quando aplicados correctamente aos elementos do design, os trabalham num conjunto visualmente coeso e que obtém um resultado eficaz. Mas, consoante os autores dos diferentes sistemas, estes princípios, por vezes chamados também de elementos ou componentes, podem variar em número, terminologia e organização.

Para avaliação do desempenho do design de capas, através de itens ou critérios presentes na grelha, foram considerados e analisados vários autores com obra publicada sobre este assunto. Faremos de seguida uma apresentação breve de alguns desses sistemas mais conhecidos com o intuito de melhor reflectir a influência de alguns deles nas questões relativas à composição.

#### 4.3.3.1. Critérios e classificações

Neste ponto serão apresentadas as opções tomadas no que diz respeito à adopção de critérios ou de sistemas de classificação dos parâmetros expostos no ponto 4.3.1, tipografia, imagem e composição.

<sup>244</sup> «Um conceito pode ser definido como um pensamento ou uma ideia bem desenvolvida. Para transmitir uma ideia com sucesso, a atenção do espectador deve ser conquistada. A comunicação visual depende da ordem e o espectador procurará um sistema ou uma estrutura para ajudá-lo a entender o significado da mensagem» (Resnick, 2003: 121).



Um dos problemas que se coloca numa abordagem como a desta tese é a de que, ainda que as suas conclusões sejam assumidamente especulativas, elas deverão basear-se em avaliações e classificações credíveis. Uma das preocupações foi, portanto, recorrer, sempre que possível, a métodos já existentes, defendidos, avaliados e tidos como aceites. Por vezes esses sistemas são variados em número e natureza. Nesses casos é feita uma apresentação e análise dos principais métodos e justificada a escolha que foi garantidamente feita, privilegiando sempre o sistema que mais se adequasse à forma e ao fim a que esta investigação se propõe.

**Gestalt** Ramo da psicologia chamado teoria da gestalt que diz que o todo é diferente da soma das partes. Mais tarde desenvolveram-se teorias da percepção que desenvolveram essa teoria. «Nesta base, Max Wertheimer estabeleceu as 'Leis Gestalt', que descrevem o que é visualmente considerado um grupo de entidades separadas. As fronteiras formam-se, de acordo com Wertheimer, onde as 'qualidades intersectam' ou nos lugares onde duas qualidades diferentes se unem de forma tão perfeita quanto possível, com o todo a ser tão unificado quanto possível» (Erlhoff; Marshall, 2008: 193). Lei da pregnância (concisão), lei da proximidade, semelhança, «continuidade, fecho, destino comum, linha contínua, região mútua, simultaneidade, elementos ligados. Até à presente data, mais de cem leis foram estabelecidas, e algumas encontraram um uso direto no design» (Erlhoff; Marshall, 2008: 193).

**Wong (1993)** Wucius Wong<sup>245</sup> é pintor, crítico, pedagogo, teórico e escritor com vasta obra publicada em teoria do design. Na introdução do seu *Principles of Form and Design* o autor (1993:41) lembra que «há muitos modos de interpretar a linguagem visual» explicando que, embora a sua possa «parecer rígida e demasiado simplificada», a fez assim para obter «o máximo de objectividade e o mínimo de ambiguidade».

Com excepção da forma que, para o autor, pertence aos dois grupos, Wong separa os princípios dos elementos, dividindo estes últimos por quatro grandes grupos.

#### ELEMENTOS

##### CONCEPTUAIS

- ponto
- linha
- plano
- volume

##### VISUAIS

<sup>245</sup> Wucius Wong (n. 1936, Hong Kong) Foi conservador do Museu de Arte de Hong Kong e é professor de design na Escola de Design Swire do Politécnico de Hong Kong.

- contorno
- tamanho
- cor
- textura
- forma

**RELACIONAIS**

- direcção
- posição
- espaço
- gravidade

**PRÁTICOS**

- representação, significado e função

**PRINCÍPIOS**

- forma,
- repetição
- estrutura
- semelhança
- gradação
- radiação
- anomalia
- contraste
- concentração
- textura
- espaço

**White (2002)** Alex W. White é designer, professor, consultor, orador e autor norte-americano, com reconhecida obra publicada em teoria do design. No seu livro *The Elements of Graphic Design*, White apresenta, de forma separada, elementos e componentes, sendo que, para o autor, o espaço pertence a ambas as categorias. Ele é, em simultâneo, elemento e componente, mas é enquanto componente que o termo será aqui apresentado. Enquanto componente o espaço é o vazio e deve ser trabalhado com o mesmo cuidado e atenção dada aos outros componentes do design. O espaço não deve simplesmente ser o vazio que sobrou das decisões de composição com outros componentes. Ele deve ser conscientemente usado pelo designer para despertar, atrair e guiar a atenção do espectador.

**ELEMENTOS**

- espaço
- unidade
- arquitectura da página
- tipografia

**COMPONENTES**

- unidade
- *gestalt*
- espaço
- domínio
- hierarquia
- equilíbrio
- cor

**Resnick (2003)** Elizabeth Resnick é professora, designer e curadora, e pertence a um dos painéis de Directores do American Institute of Graphic Arts (AIGA). No seu manual *Design for Communication — Conceptual Graphic Design Basics* a autora (2003: 23) estabelece seis elementos e cinco princípios do design gráfico.

**ELEMENTOS**

- linha
- forma
- textura
- espaço
- tamanho
- valor

**PRINCÍPIOS**

- equilíbrio
- ênfase
- ritmo
- unidade
- contraste

**Leborg (2004)** Christian Leborg é designer, professor, autor e consultor em Oslo. No prefácio da sua *Gramática Visual*, (Leborg 2005:5) afirma que a escreveu «para definir o seus elementos básicos, descrever as suas orientações e entender as relações que existem entre cada um dos elementos individuais que compõem um sistema. A linguagem visual não dispõe de sintaxe formal ou semântica, mas é possível elaborar uma classificação dos seus objectos visuais».

A organização de Leborg é diferente da dos outros autores. Em vez da divisão em elementos e princípios, este autor cria uma organização em quatro grandes campos: abstracto, concreto, actividades e relações. Para ele existem objectos e estruturas que podem ser abstratos ou concretos. E esses objectos e estruturas estão sujeitos a actividades (como a repetição, frequência ou ritmo) ou a relações (atração, estática, equilíbrio).

A organização de Leborg fornece claras definições e explicações — amplamente ilustradas — mas como guia para avaliação da prática do design não mostra ser a melhor opção, pois a sua estrutura é mais extensa do que metodológica ou sistematicamente articulada.

**OBJECTOS ABSTRATOS**

- ponto
- linha
- superfície
- volume
- dimensões
- formato

**ESTRUTURAS ABSTRATAS**

- estruturas formais
- gradação
- radiação
- estruturas informais
- distribuição visual
- estruturas invisíveis/inactivas
- armação estrutural

**OBJECTOS CONCRETOS**

- forma
- tamanho
- cor

**ESTRUTURAS CONCRETAS**

- estruturas visíveis
- estruturas activas
- textura

**ACTIVIDADES**

- repetição
- frequência/ritmo
- reflexo
- reflexo sobre volume
- rotação
- ampliação/redução
- movimento
- trajectória,
- direcção
- movimentos supraordenado/subordinado
- deslocação, direcção da deslocação

**RELAÇÕES**

- atracção
- estática
- simetria/assimetria
- equilíbrio
- grupos, fino/grosso
- difusão
- direcção
- posição

- espaço
- peso
- quantidade/predomínio
- neutro
- fundo/primeiro plano
- coordenação
- distância
- paralelas
- ângulo
- negativo/positivo
- transparente/opaco
- tangente
- sobreposição
- combinação
- subtracção
- coincidência
- penetração
- expulsão,
- influência
- modificação
- variação

**Lupton (2008)** Ellen Lupton é designer, professora, curadora, crítica, oradora e autora de vários livros, distinguida com medalha de ouro pelo AIGA. Sobre o seu guia *Novos Fundamentos do Design* Lupton (2008: 6) explica que surgiu como uma resposta a uma necessidade de actualização dos princípios do design para «os estudantes e jovens designers de hoje», uma vez que os meios, principalmente os tecnológicos, mudaram no design gráfico. É esse desfazamento, detectado por Lupton, entre a tecnologia e o pensamento, que este livro tenta colmatar, focando-se na forma, na tradição da Bauhaus e no trabalho pioneiro dos grandes educadores formais em design.

Ao contrário de outros autores, Lupton não faz distinção entre elementos e princípios do design, listando-os de forma contínua num grupo único composto por dezasseis itens.

- ponto, linha e plano
- ritmo e equilíbrio
- escala
- textura
- cor
- figura/fundo
- enquadramento
- hierarquia
- camadas

- transparência
- modularidade
- grelha
- padrão
- diagrama
- tempo e movimento
- regras e aleatoriedade

Considerados os sistemas apresentados, e sempre em busca de uma maior agilidade de processos, e o foco na natureza de dados que se pretendiam recolher, também as questões colocadas relativamente à composição foram reduzidas ao menor número possível, desde que garantidas as respostas aos itens que queríamos esclarecer.

Feitas que foram, já, nos campos do texto e da imagem, as questões que se relacionam com esses elementos de forma individual, guardamos para este campo as questões que relacionam os dois. Através delas pretendemos perceber que importância relativa era dada a cada uma delas, o que nos permitirá perceber se determinado capista favorecia o uso de um em relação ao outro e, por esta conclusão, percebermos a que arquétipo pertence a sua abordagem .

Torna-se neste ponto necessário lembrar que os sistemas apresentados são definidos encarando o design gráfico no sentido lato. Isto é, não são sistemas destinados a classificar ou interpretar uma peça ou peças da mesma natureza, mas do design gráfico em geral, nele incluindo qualquer suporte em que este se manifeste. Pode ser um site na internet, um jornal, um mapa ou horário de transportes, uma marca ou um sistema de sinalética para um grande hospital. Porém, ao dirigir-se a todos, acaba por não ser (na totalidade) adequado a muitos. No nosso caso, por exemplo, que são as capas de livros, feitas sempre no mesmo suporte e com o mesmo intuito, a adoção por um dos sistemas de forma integral não faria muito sentido e criaria muito ruído e excesso de informação, uma vez que uma grande maioria dos itens não nos parece necessário para verificar ou esclarecer dúvidas e ambiguidades. Assim, mais do que incluímos questões relativas a todos os elementos, componentes ou princípios do design, definidos pelos autores apresentados nos seus diferentes sistemas, optámos por incluir aqueles que se adequavam às questões que queríamos esclarecer. Essas, referiam-se sobretudo ao convívio entre imagem e texto e no eventual domínio da primeira sobre o segundo, ou vice versa.

#### **PERGUNTAS RELATIVAS À COMPOSIÇÃO:**

##### **CONVÍVIO ENTRE TEXTO E IMAGEM**

- . imagem é predominante
- . texto é predominante
- . imagem e texto ocupam áreas equivalentes
- . não se aplica

*Capa*  
Fotografia de ANTONIO SENA DA SILVA  
Arranjo gráfico de SEBASTIAO RODRIGUES

736. Página inicial  
de *O Degelo*  
com indicações  
diferenciando a  
autoria da capa e  
da fotografia.

—  
\*Warhol, 2004: 197

1958  
EDITORA ULISSEIA, LIMITADA  
R. da Misericórdia, 67, 2.º— Tel. 2 96 73

WHEN YOU THINK ABOUT IT, DEPARTMENT  
STORES ARE KIND OF LIKE MUSEUMS.

— *Andy Warhol\**

#### 4.4. QUESTIONÁRIO FINAL

UM DOS OBJECTIVOS DE CONSTRUÇÃO DO QUESTIONÁRIO foi que os seus critérios, nos campos de avaliação de qualidade, fossem, sempre que possível, concretos, tentando-se dessa forma minimizar resultados pouco objectivos, e, por conseguinte, pouco credíveis. Apesar disso, será inevitável que alguns dos critérios utilizados sejam, ainda que em parte, subjectivos. Essa subjectividade é assumida e defendida, parecendo-nos impossível que expressões como «bom gosto», «graça» ou «harmonia visual», que sabemos fazerem parte do léxico artístico como em Bodoni<sup>246</sup> ou em Tschichold<sup>247</sup>, sejam imunes à subjectividade<sup>248</sup>.

Este cuidado deve-se também à experiência tida numa primeira fase da recolha da dados: alguns dos campos, ainda muito abertos na altura, levaram a uma dificuldade na resposta exacta e rápida, consideradas essenciais neste levantamento. Ainda pelas mesmas razões relativas ao cronograma delineado para esta tese, havia a preocupação de que a grelha não se tornasse demasiado extensa, levando a que a duração de levantamento de cada capa individualmente, quando multiplicado seiscentas vezes, inviabilizasse a tal recolha que se pretendia também em número considerável, para poder garantir uma amostragem credível.

A recolha de dados foi, por essa razão, pensada tendo em consideração as necessidades de pragmatismo e agilidade que facilitassem o processo, ao invés de o atolarem. Apesar de esta abordagem através de questões muito específicas,

246 Os quatro princípios de Bodoni para avaliar a beleza dos caracteres: a regularidade, a nitidez e elegância, o bom gosto e a graça. Resumido por ele desta forma: «Tanto mais belo será, pois, um caracter, quanto mais regularidade, nitidez, bom gosto e graciosidade tiver.

247 A essência d' A Nova Tipografia é a clareza, em oposição à da antiga tipografia, que era a beleza (Tschichold, 1998: 66).

248 É, aliás, significativo que, ainda hoje, em disciplinas exigentes de medidas e rigor mas também de harmonia, como é o caso da tipografia, seja aplicada a medida óptica como alternativa à métrica, obtendo-se frequentemente, com a primeira, resultados genericamente mais harmónicos do que com a segunda. Este aspecto é facilmente verificável na aplicação informática provavelmente, mais utilizada por profissionais do design gráfico em todo mundo, neste momento — o Adobe Indesign.



a grelha não pretende ser base de um estudo exacto, ou sequer estritamente estatístico. Isso seria um outro estudo. Sendo esta uma investigação em design, interessava-nos essencialmente a recolha de dados e o seu posterior cruzamento e leitura com fim documental — mais no formato de inventário crítico, e até especulativo, do que meramente arquivístico — orientada pelos critérios do design enquanto disciplina, justamente para uma tentativa de compreensão de que, e até se, de design se tratava.

Nesse sentido, a grelha foi estruturada para obter dados em 3 principais campos: gerais; técnicos e abordagem gráfica, sendo este último sub-dividido em três partes que, em nosso entender, fornecerão dados cuja leitura terá todo o interesse, por serem estruturantes para a prática do design. São elas a tipografia, a imagem e a composição.

## **I IDENTIFICAÇÃO DE LIVRO / CAPA**

### 1.1 Inserir imagem da capa em análise

### 1.2 Título do livro

### 1.3 Autor

### 1.4 Editora

Arcádia

Ática

Atlântida

Bertrand

Círculo de Leitores

Clássica

Coimbra Editora

Edição de Autor

ENP

Estúdios Cor

Europa-América

Fomento de Publicações

Minerva

Organizações

Portugália

Sá da Costa

Sociedade de Expansão Cultural

Três Abelhas

Ulisseia

Verbo

desconhecido

outra

### 1.5 Ano da edição

### 1.6 Designer da capa

Vitor Palla  
Sebastião Rodrigues  
António Garcia  
João Câmara Leme  
Paulo Guilherme  
Luis Filipe Abreu

## 2 UTILIZAÇÃO E TRATAMENTO DE TEXTO

### 2.1 O texto na frente da capa é composto por

Letras desenhadas  
Tipografia  
Misto (i.e: letras desenhadas e tipografia)  
Capa sem texto

### 2.2 Classificação da tipografia utilizada

*Seleccionar «N/A» (não se aplica) quando não é utilizada tipografia na capa.*

N/A  
Serifada clássica  
Serifada moderna  
Serifada egípcia  
Não serifada grotesca  
Não serifada geométrica  
Manual incisa  
Manual Caligráfica  
Manual gráfica  
Manual gótica

### 2.3 Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa

*Seleccionar «N/A» (não se aplica) quando não é utilizada tipografia na capa.*

N/A  
Centrado  
Alinhado à esquerda  
Alinhado à direita  
Justificado  
Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)

### 2.4 Tipografia é usada de forma criativa?

*Seleccionar «N/A» (não se aplica) quando não é utilizada tipografia na capa.*

N/A  
Sim

Não

### 2.5. Tipografia é usada de forma ativa?

*Seleccionar «N/A» (não se aplica) quando não é utilizada tipografia na capa.*

N/A

Sim

Não

### 2.6. São usadas exclusivamente minúsculas no título?

*Seleccionar «N/A» (não se aplica) quando não é utilizada tipografia na capa.*

N/A

Sim

Não

### 2.7. São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?

*Seleccionar «N/A» (não se aplica) quando não é utilizada tipografia na capa.*

N/A

Sim

Não

### 2.8. Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?

«Kerning» (*Problemas grosseiros*)

«Kerning» (*Problemas grosseiros*)

Espacejamento (*Problemas grosseiros*)

Espacejamento (*Problemas grosseiros*)

Entrelinha

Manipulação ou deformação das letras

Manipulação ou deformação das palavras

Recorte/Espaço vital

Cor/Contraste

Tipo de letra desadequado

Combinação de tipos de letra desadequada

## 3 UTILIZAÇÃO DE IMAGEM

### 3.1. Imagem usada na capa

Não é utilizada imagem

Ilustração

Fotografia

Diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma

Técnica mista (*e.g: ilustração + fotografia, colagem*)

Elemento gráfico decorativo ou não textual (*e.g: Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental*)

## 4 COMPOSIÇÃO GERAL DA CAPA

### 4.1 Relação Tipografia e Imagem

Predomínio de tipografia

*(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)*

Predomínio de letras desenhadas

*(imagem e tipografia inexistentes ou presentes apenas como complemento)*

Predomínio de ilustração

*(tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)*

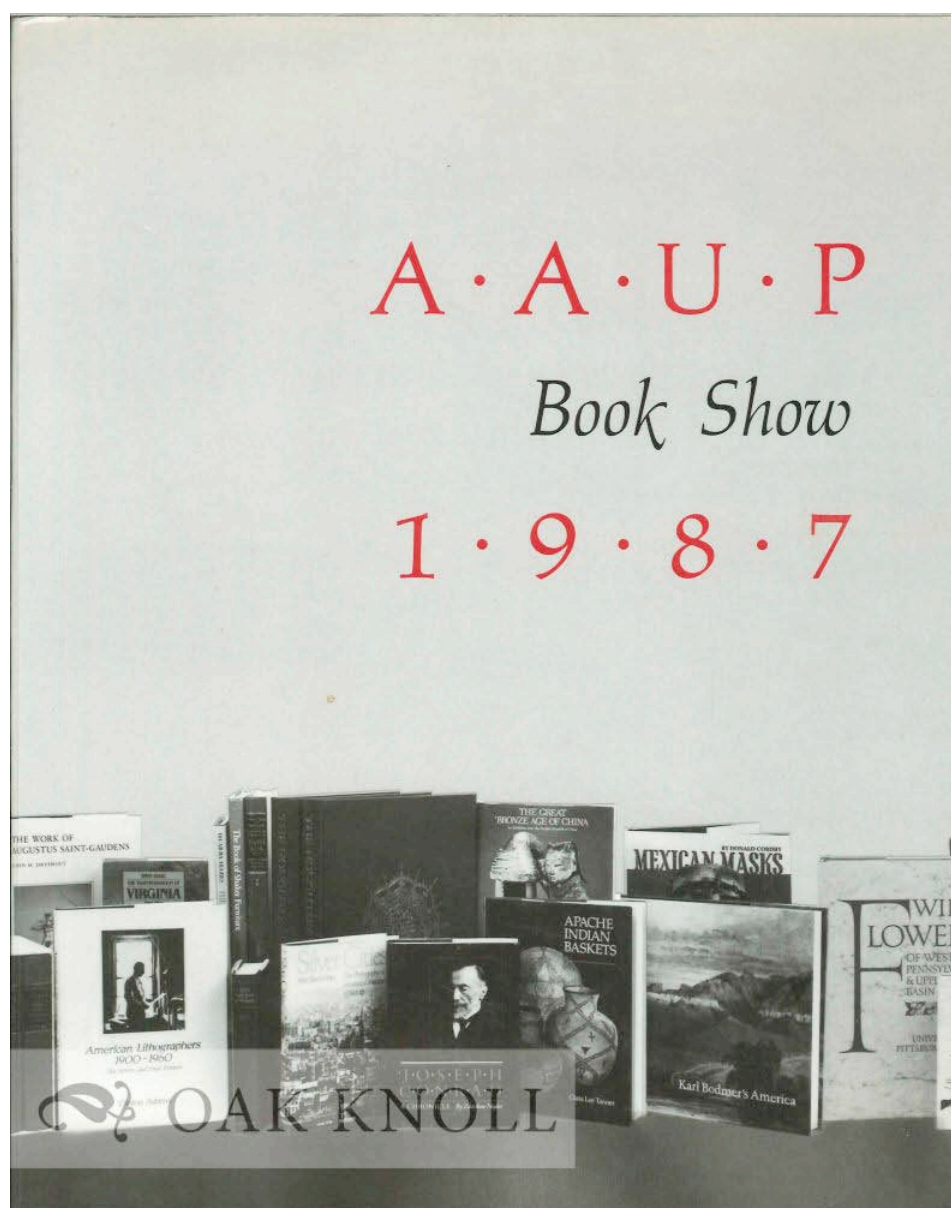
Texto (*tipografia ou letras desenhadas*) e imagem com presença equivalente

5.  
ANÁLISE

*O que dizem  
as capas?*

737. Capa de  
*AAUP Book and  
Jacket Show*.  
Nova Iorque,  
Association  
of American  
University  
Presses, 1987.

—  
Kalman, 1998: 21



737.

GRAPHIC DESIGN IS A MEANS, NOT AN END.  
A LANGUAGE, NOT CONTENT.

— *Tibor Kalman*

## 5.1. CONSIDERAÇÕES PRÉVIAS

Antes da apresentação e interpretação dos dados mostram-se necessários alguns esclarecimentos relativos à recolha do corpus e à tomada de critérios na resposta a algumas perguntas do questionário.

### 5.1.1. CORPUS

Relativamente ao *corpus*, colocam-se três aspectos que importa enquadrar. O primeiro prende-se com a dificuldade em garantirmos a presença de todos os trabalhos dos capistas considerados, apesar dos esforços desenvolvidos e já descritos na introdução. Se em alguns casos, como o de António Garcia, o número de capas recolhido, podendo não ser o total absoluto, andar-se-á seguramente muito perto (admitimos que poderá falhar por algumas, poucas, unidades), já no caso de João da Câmara Leme poderão estar ausentes acima de uma dezena de capas. Contudo, consideramos que a recolha, no seu conjunto, é substantiva, integrando a maioria e a parte mais representativa da obra de cada capista, constituindo um corpus robusto e suficiente para a sustentação dos argumentos e para a análise efetuada.

O segundo aspecto diz respeito à natureza de algumas capas que, apesar de terem sido recolhidas com a intenção de serem questionadas, acabaram por não o ser, porque as considerámos exemplares de colecções, cujo desenho se apresentava demasiadamente pré-definido, repetitivo, nas quais não existiam variações significativas entre exemplares, suficientes para associar a cada uma a análise de uma prática e de um discurso. Nesses casos foi considerado para o questionário apenas um exemplar representativo de cada colecção.

Finalmente, e apesar dos esforços em contrário, há que referir a eventual presença de erros residuais, sempre difíceis de evitar em processos demorados, repetitivos e sujeitos a interrupções como este. É o caso de três repetições detectadas no processo do questionário que aqui admitimos por uma questão de correcção mas que não nos parecem, de forma nenhuma, comprometer os resultados obtidos.

### 5.1.2. CRITÉRIOS DE RESPOSTA

A resposta a duas das perguntas do questionário nem sempre foi fácil, tendo-se mostrado necessária a criação de critérios para uma resposta coerente.

A primeira prende-se com o entendimento de uso criativo da tipografia. O critério usado foi o de considerar como uso criativo da tipografia as situações em que esta foi usada para desenhar outra coisa através dela, sendo por exemplo alterada a construção comum da palavra ou da frase.

A segunda é relativa ao que foi designado como uso activo da tipografia, que considerámos acontecer sempre que o texto é usado para criar destaque, ênfase, dinamismo, mas sem sofrer alteração intrínseca às suas unidades, seja a palavra seja a frase. Casos como aumento de tamanho de uma parte do texto em relação a outra, alteração do tipo ou do caso da letra, alteração da orientação ou alinhamento como, por exemplo, texto na vertical ou na oblíqua, ou a colocação de texto com grande domínio do fundo, quer pelo tamanho muito grande, quer pela espaço vazio que lhe é deixado para que se destaque, por exemplo. É de notar que pode verificar-se uma grande amplitude de respostas positivas à detecção de actividade na tipografia, podendo ir da mais explícita até à mais subtil.

A terceira é a questão na qual se tenta aferir em cada capa a relação de forças entre texto e imagem. O critério utilizado, embora admitamos que possa sofrer de alguma subjectividade, não tenta apenas contabilizar a percentagem de área ocupada pela ilustração, atestando se ela é inferior ou superior à do texto, mas tenta ir para além disso. Assim verifica-se se é dado ao texto um destaque ou força visual, que possam ser conseguidos não apenas pelo tamanho, mas pelo contraste, pela cor, pela relação entre planos, pelo espaço vazio disposto à sua volta, etc., facto que compensa o menor tamanho.

A quarta pergunta diz respeito à classificação tipográfica e importa aqui esclarecer que, como elementos tipográficos a classificar, foram considerados o título do livro e o nome do autor, sempre que fossem compostos através de letras tipográficas ou de decalque.

### 5.1.3. RELEMBRAR OS OBJECTIVOS

Por fim relembramos, no essencial, os objectivos deste questionário que, desde o início, foi apresentado sem pretensões de ser exacto ou definitivo, mas antes ser um instrumento de análise, nomeadamente para:

- . Perceber de que forma era feita a abordagem ao desenho de capas de livros pelos seis mais considerados e referidos capistas da época;
- . Compreender a prática do design gráfico — e da sua forte componente, tipográfica — no contexto das capas de livros portuguesas do período em estudo;
- . Promover uma reflexão, assumidamente subjectiva e pessoal, que, mais do que uma análise fechada, almeja ser um ponto de partida (e um levantar de outras questões).

#### 5.1.4. LEITURA DOS DADOS

Os gráficos seguintes mostram dados quantitativos acompanhados por uma leitura mais qualitativa e, para uma maior leveza na transmissão da informação, os valores percentuais adiante apresentados são arredondados à unidade.

#### 5.2. APRESENTAÇÃO E LEITURA DOS GRÁFICOS

Neste ponto serão apresentados e analisados os dados recolhidos tentando respeitar a ordem sequencial das perguntas no questionário<sup>252</sup>.

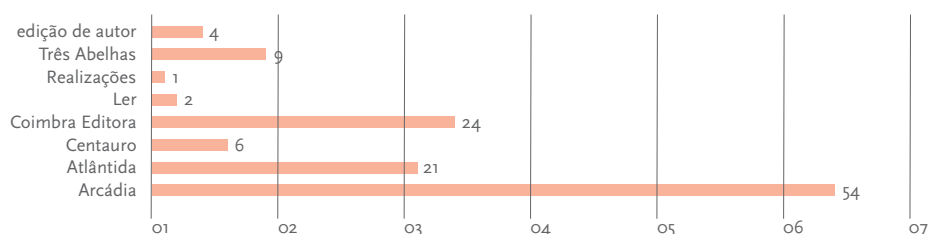
Foi analisado um total de 608 capas, que se distribui pelos 6 capistas da seguinte forma:

Victor Palla -----	121 capas
Sebastião Rodrigues -----	135 capas
Paulo-Guilherme -----	70 capas
Câmara Leme -----	174 capas
Luís Filipe de Abreu -----	45 capas
António Garcia -----	63 capas
<b>total -----</b>	<b>608 capas</b>

#### 5.2.1. NÚMERO DE CAPAS POR EDITORA

##### 5.2.1.1. Victor Palla

*número de capas por editora*

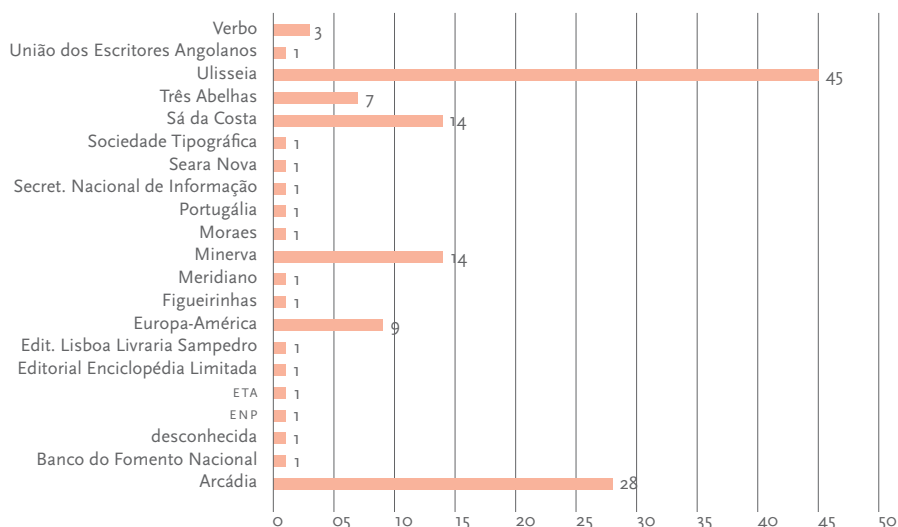


Das 121 capas analisadas de Victor Palla, verificamos que se distribuem por oito editoras, contando com ele próprio, existindo um predomínio de uma editora apenas — a Arcádia — relativamente perto da metade do total, seguida de forma algo distanciada pelas editoras Coimbra Editora e Atlântida Editora com valores na casa da vintena. Só depois surgem as editoras Os Livros das Três Abelhas e Centauro com números que não alcançam a dezena de capas.



### 5.2.1.2. Sebastião Rodrigues

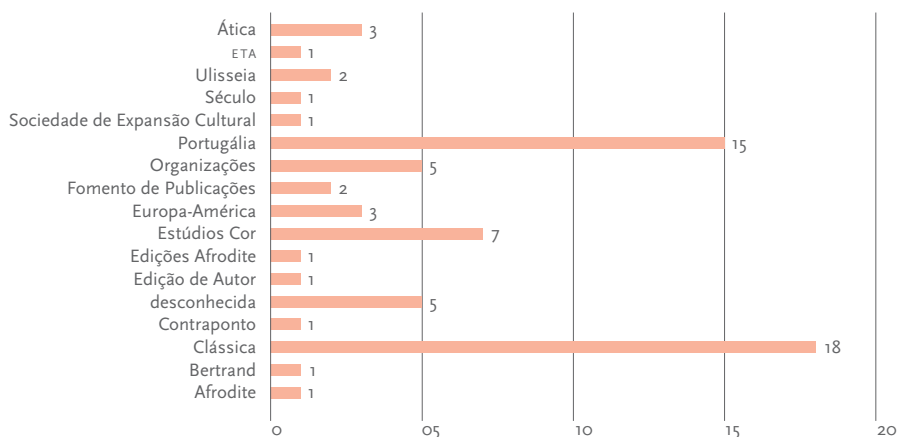
número de capas por editora



Da autoria de Sebastião Rodrigues foram analisadas 135 capas que o capista projectou para vinte editoras conhecidas, verificando-se que cerca de 1/3 do total pertence a uma editora apenas — a Ulisseia — sendo que a editora Arcádia mostra um muito expressivo segundo lugar, quase alcançando as três dezenas de capas. Abaixo destes dois casos mais notórios lê-se a existência de dois grupos: o primeiro com valores medianos ou baixos, acima das cinco e abaixo das quinze capas — editoras Minerva, Sá da Costa, Europa-América e Três Abelhas — e um segundo com as restantes editoras para quem desenhou menos de cinco capas.

### 5.2.1.3. Paulo-Guilherme

número de capas por editora

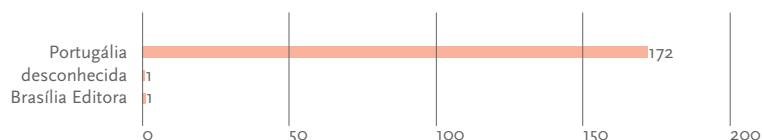


Lendo os gráficos verifica-se que as 70 capas consideradas de Paulo-Guilherme se distribuem por dezasseis editoras conhecidas, com claro destaque em número de capas para um primeiro grupo formado pela Clássica Editora e para a Portugália. É ainda possível distinguir um segundo grupo constituído pela

Estúdios Cor e pela Organizações, entre as cinco as dez capas; e um terceiro composto pelas editoras com menos de cinco capas: Afrodite, Bertrand, Contraponto, Europa-América, Fomento, Sociedade de Expansão Cultural, Século, Ulisseia, ETA e Ática.

#### 5.2.1.4. João da Câmara Leme

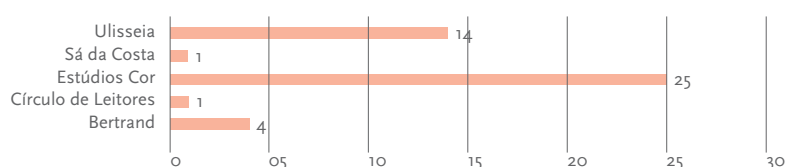
*número de capas por editora*



João da Câmara Leme é o capista com o maior número de capas analisadas, 174, e, curiosamente, um dos dois com menor número de clientes que foi, basicamente um, a Portugália.

#### 5.2.1.5. Luís Filipe de Abreu

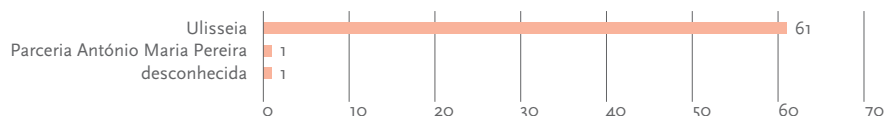
*número de capas por editora*



Ao contrário de Câmara Leme, Luís Filipe de Abreu é o criador com menor número de capas recolhido para este estudo, distribuindo-se por quatro editoras com enorme destaque para a editora Estúdios Cor, com mais de metade do total, com vinte e cinco capas, seguida pela editora Ulisseia, já abaixo das quinze e, só muito menos expressivamente, abaixo das cinco, pelas editoras Bertrand, Ulisseia e Círculo de Leitores.

#### 5.2.1.6. António Garcia

*número de capas por editora*



À semelhança do caso de Câmara Leme apresentado atrás, embora com muito menor número de capas, António Garcia, com 63 capas, é o capista com menor número de editoras representadas no seu corpo de trabalho pois, excluindo-se uma capa de editora desconhecida e uma outra desenhada para a Parceria António Maria Pereira, todas as outras foram criadas para a editora Ulisseia.

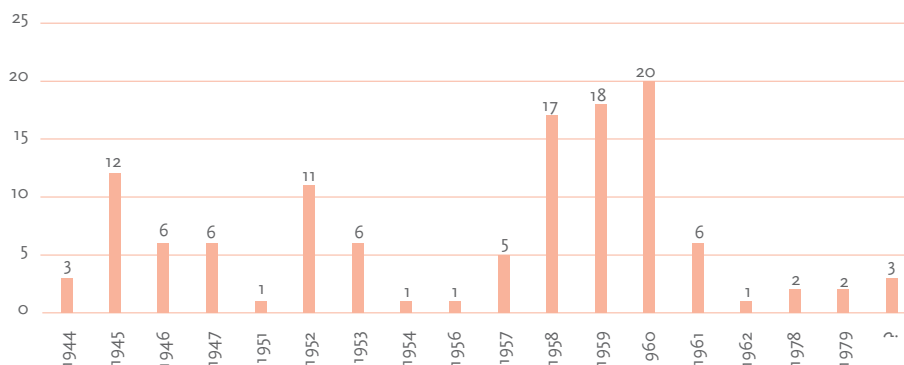
**resumo:** Da distribuição das capas de cada capista por editoras, percebem-se algumas diferenças, e pode tirar-se a conclusão interessante de que a um maior número de capas desenhadas não corresponde um maior número de editoras/clientes. Dois casos o comprovam. O caso de João da Câmara Leme é exemplificativo, sendo o capista com maior número de capas neste estudo e com o menor número de editoras pelas quais essas capas se distribuem; e o caso de António Gracia que, sendo equivalente em número de editoras/clientes, é representado por um muito menor número de capas.

Podemos verificar também que as cinco editoras com maior número de capas encomendas foram, por ordem decrescente: Portugália, Ulisseia, Arcádia, Estúdios Cor e Coimbra Editora.

## 5.2.2. NÚMERO DE CAPAS POR ANO DE EDIÇÃO

### 5.2.2.1. Victor Palla

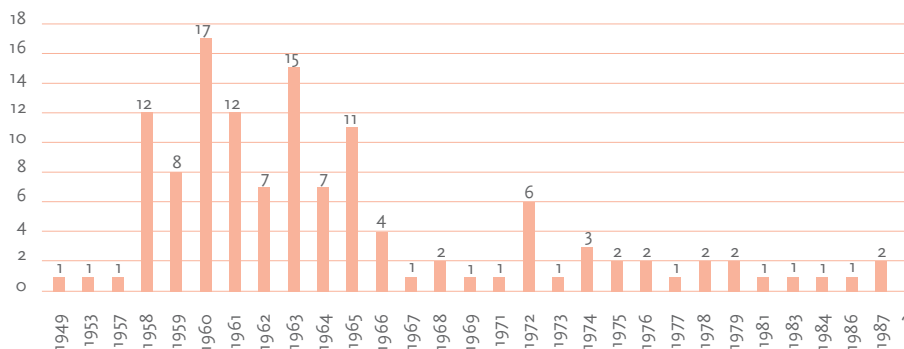
*número de capas por ano de edição*



As capas analisadas desenhadas por Victor Palla distribuem-se de forma irregular por dezassete anos de trabalho, com início em 1944 e fim em 1979, sendo que desconhecemos a data de algumas das capas analisadas. O gráfico mostra um pico de trabalho com duração de três anos, com início em 1958, continuando em 1959 e terminando em 1960. Para além desse período de maior número de capas, nota-se também que os anos de 1945 e 1952 foram os de maior produção. Os anos restantes do período total indicado mantêm-se nas seis capas ou menos.

### 5.2.2.2. Sebastião Rodrigues

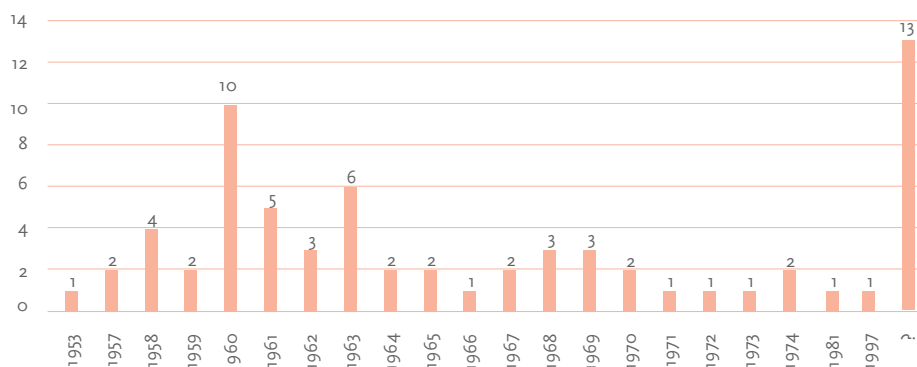
*número de capas por ano de edição*



Analisando o gráfico referente a Sebastião Rodrigues percebe-se que as capas em análise se espalham de um período de vinte e nove anos que começa em 1949 e acaba em 1987. O período compreendido entre 1958 e 1965 foi o de maior produção, embora de forma intercalada nunca baixou das sete capas anuais verificando-se os picos de maior criação em 1960, logo seguido pelo ano de 1963.

### 5.2.2.3. Paulo-Guilherme

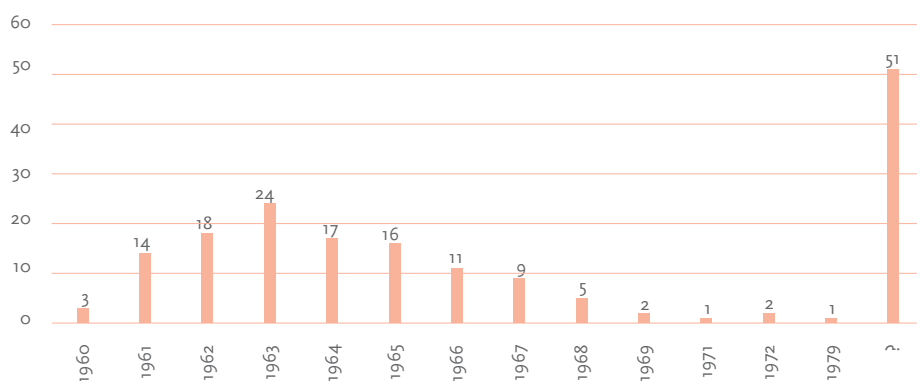
*número de capas por ano de edição*



As capas analisadas de Paulo-Guilherme mostram um período de produção que durou vinte e três anos, com início em 1953 e término em 1997. Nota-se uma maior quantidade de trabalho, ainda que desigual de ano para ano, entre 1960 e 1963. Os restantes anos mostram valores que oscilam entre três e uma capas. É de notar um significativa número de capas sem data conhecida.

### 5.2.2.4. João da Câmara Leme

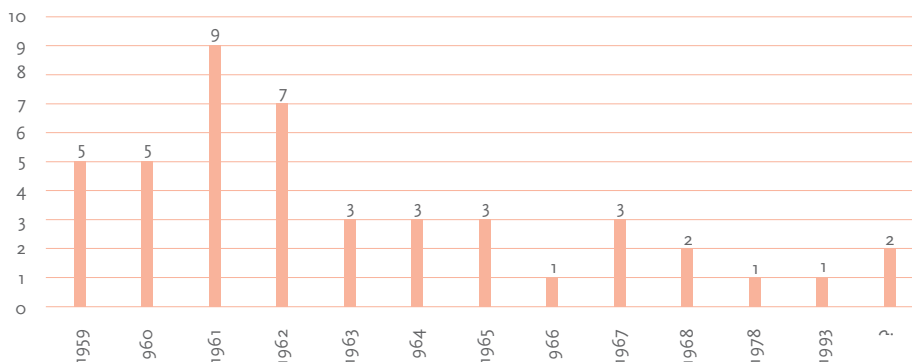
*número de capas por ano de edição*



As capas consideradas da obra de João da Câmara Leme distribuem-se por catorze anos de trabalho. Através delas percebemos que o pico de produção deste capista se deu no período compreendido entre 1961 a 1965, sendo que o ano mais produtivo foi, claramente, 1963. Também com este capista é notória uma grande parcela de capas sem data ou a qual não conseguimos apurar.

### 5.2.2.5. Luís Filipe de Abreu

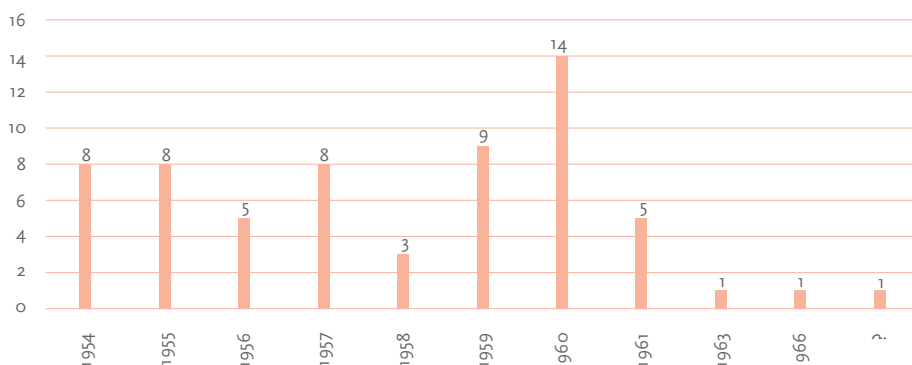
*número de capas por ano de edição*



As capas de Luís Filipe de Abreu consideradas neste estudo foram desenhadas ao longo de treze anos de trabalho, dos quais os mais expressivos, em termos de quantidades de produção, são 1961 e 1962, logo seguidos dos anos de 1959 e 1960.

### 5.2.2.5. António Garcia

*número de capas por ano de edição*



O trabalho como capista realizado por António Garcia distribuiu-se por um período de onze anos, com claro destaque para o ano de 1960, logo seguidos de do ano anterior de 1959 e pelos anos de 1954, 1955 e 1957.

**resumo:** Sobre a duração das carreiras como capistas podemos verificar que a mais breve foi a de António Garcia, com cerca de uma década, e a mais longa foi a de Sebastião Rodrigues, com cerca de três. Através da leitura dos gráficos verifica-se ainda que dos seis capistas cuja obra analisámos, e com excepção de João da Camara Leme e de Luís Filipe de Abreu quatro deles tiveram o seu pico (conhecido) de produção no ano de 1960 o que, de certa forma, valida o *corpus* e o período temporal definidos nesta investigação, assim como confirma o carácter algo tardio deste movimento moderno do design também em Portugal.

### 5.2.3. TIPOLOGIA DO TEXTO UTILIZADO

#### 5.2.3.1. Victor Palla

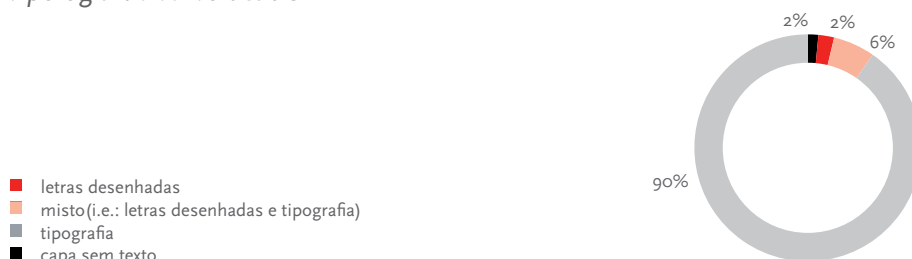
*tipologia de texto usado*



Das capas analisadas de Victor Palla percebe-se uma forte presença de letras desenhadas, menor enquanto solução total dos textos da capa, mas maior como solução mista, ou seja, só o título, ou só o autor, ou alguma parte destes.

#### 5.2.3.2. Sebastião Rodrigues

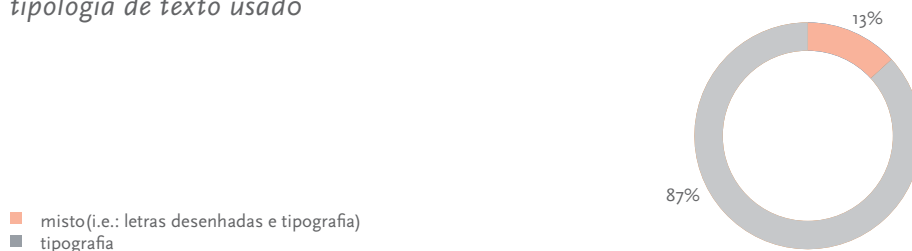
*tipologia de texto usado*



O gráfico de Sebastião Rodrigues é o que faz uso de mais cores mostrando uma maior variedade de soluções utilizadas. Embora seja o capista com recurso a tipografia mais intenso o capista desenha também capas para as quais recorre a solução mista, a letras desenhadas e até a nenhuma delas, existindo uma capa sem qualquer texto na frente.

#### 5.2.3.3. Paulo-Guilherme

*tipologia de texto usado*

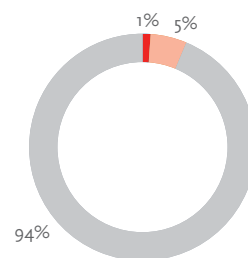


Ao contrário de Sebastião Rodrigues, as capas de Paulo-Guilherme mostram que foi dos capistas que menos diversidade usou nos textos recorrendo apenas a dois tipos de solução: tipografia numa grande maioria, e solução mista nas restantes.

### 5.2.3.4. João da Câmara Leme

*tipologia de texto usado*

- letras desenhadas
- misto(i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia

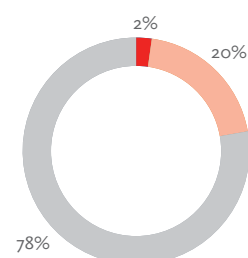


As capas de João da Câmara Leme são as que mais recorrem ao uso de tipografia nos textos, sendo esta a solução em mais de noventa por cento do total das capas. Apesar disso o capista projectou capas nas quais desenhou letras tanto em soluções mistas como para uma solução total dos textos das capas.

### 5.2.3.5. Luís Filipe de Abreu

*tipologia de texto usado*

- letras desenhadas
- misto(i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia

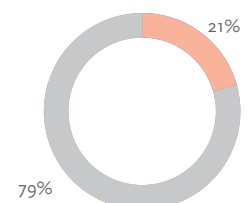


Lendo o gráfico relativo a Luís Filipe de Abreu verifica-se que fez uso de três tipos de solução para os textos das capas que criou. Na maioria das vezes fez uso de tipografia, como segunda opção recorreu à solução mista e fez também uso de letras desenhadas como solução total dos textos numa minoria dos casos.

### 5.2.3.6. António Garcia

*tipologia de texto usado*

- misto(i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia



À semelhança de Paulo-Guilherme, António Garcia foi dos capistas com menor variedade de soluções para os textos das suas capas, tendo usado na grande maioria delas a tipografia em exclusivo e, nas restantes, uma solução mista que a mistura com letras desenhadas.

**resumo:** Dos gráficos relativos ao tipo de texto usados nas capas dos seis capistas em estudo podemos concluir que, em todos eles, a solução mais utilizada foi, sem dúvida, a tipografia, variando entre mais de 90% dos casos de Sebastião Rodrigues e cerca de 61% no de Victor Palla. É ainda de referir que o capista com mais variedade de soluções — o único com quatro — no tipo de texto usado

é Sebastião Rodrigues que, para além da tipografia, das letras desenhadas e da solução mista, mostra o caso radical de uma capa sem qualquer tipo de texto. Em sentido contrário são dois os capista com mais baixo número de soluções — apenas duas: tipografia e solução mista — que são Paulo-Guilherme e António Garcia. Finalmente é de notar que o capista que mais letras desenhou, tanto de forma exclusiva como para soluções mistas foi Victor Palla, indicando que desenhou letras para quase 40% das suas capas analisadas.

#### 5.2.4. USO DE TIPOGRAFIA DE FORMA CRIATIVA

##### 5.2.4.1. Victor Palla

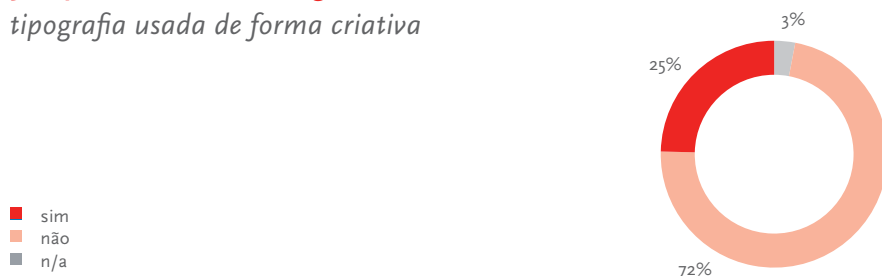
*tipografia usada de forma criativa*



Nas capas analisadas de Victor Palla nota-se que, na grande maioria, a tipografia não foi usada de forma criativa mostrando que, apenas numa pequena porção do total das suas capas, isso aconteceu.

##### 5.2.4.2. Sebastião Rodrigues

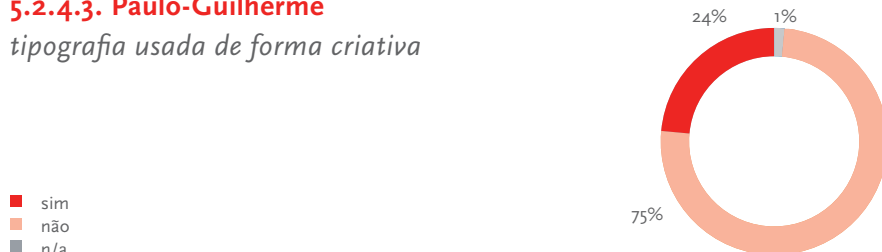
*tipografia usada de forma criativa*



Através do gráfico de Sebastião Rodrigues é possível vermos que ele é o capista que mostra maior número de casos (quase um quarto do total analisado) a fazer uso de soluções mais criativas com as letras e os textos tipográficos.

##### 5.2.4.3. Paulo-Guilherme

*tipografia usada de forma criativa*



À semelhança de Sebastião Rodrigues, as capas de Paulo-Guilherme foram as que mostraram mais criatividade tipográfica, em cerca de 1/4 do total analisado.



#### 5.2.4.4. João da Câmara Leme

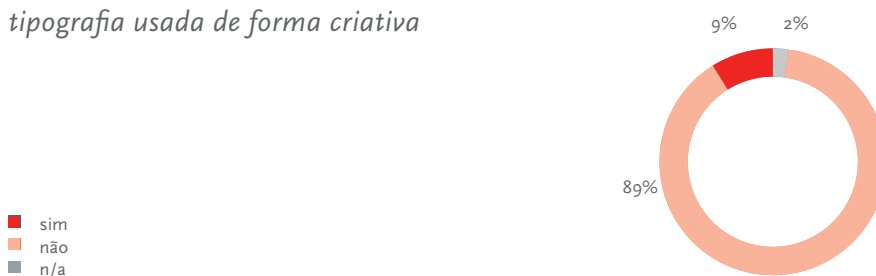
*tipografia usada de forma criativa*



João da Câmara Leme é, de longe, o capista que menos tentou criar com a tipografia, evidenciando que na quase totalidade dos casos tal não acontece.

#### 5.2.4.5. Luís Filipe de Abreu

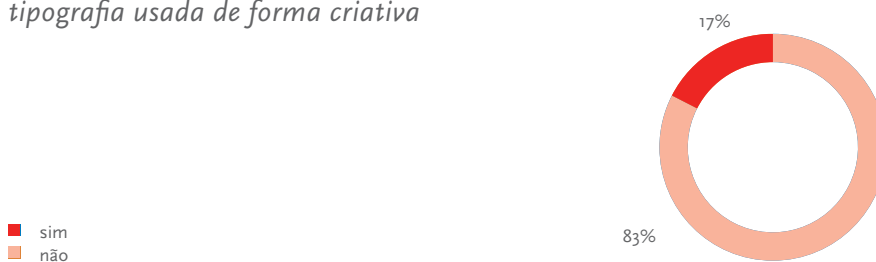
*tipografia usada de forma criativa*



Pelo gráfico relativo a Luís Filipe de Abreu nota-se que na maioria das suas capas não tentou fazer um uso criativo da tipografia, não chegando aos 10% o número de casos em que foi considerado que tal aconteceu.

#### 5.2.4.6. António Garcia

*tipografia usada de forma criativa*



António Garcia foi o terceiro capista que mais criatividade na tipografia mostrou com 18% de casos.

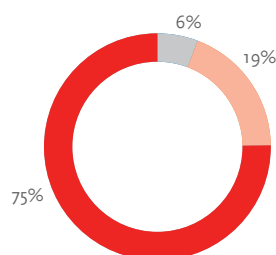
**resumo:** Pelos gráficos percebe-se que o capista mais criativo no uso de tipografia é Sebastião Rodrigues com 1/4 das suas capas consideradas mostrando criatividade tipográfica. Muito perto está Paulo-Guilherme e depois vem António Garcia. Já o capista que menos criatividade demonstra no uso da tipografia das suas capas é João da Câmara Leme em que tal quase nunca acontece.

### 5.2.5. USO DE TIPOGRAFIA DE FORMA ACTIVA

#### 5.2.5.1. Victor Palla

*tipografia usada de forma activa*

- sim
- não
- n/a

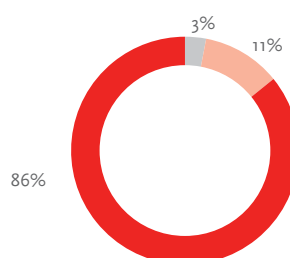


Em Victor Palla nota-se que uma expressiva maioria de 3/4 das suas capas, a tipografia é trabalhada activamente contra um restante 1/4 dos casos em que maioritariamente tal não aconteceu ou que, em menor número, obteve a resposta 'não se aplica', por serem resolvidas com letras desenhadas.

#### 5.2.5.2. Sebastião Rodrigues

*tipografia usada de forma activa*

- sim
- não
- n/a

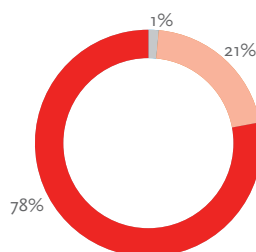


Também no aspecto de tipografia activada é Sebastião Rodrigues o capista que mais se destaca pela positiva, com grande maioria das suas capas a mostrarem que ele recorria a algum tipo de efeito para fortalecer os textos das suas capas.

#### 5.2.5.3. Paulo-Guilherme

*tipografia usada de forma activa*

- sim
- não
- n/a

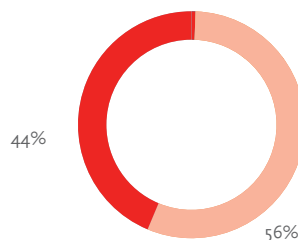


Nas capas de Paulo-Guilherme pode ver-se que, em mais de 3/4 dos casos analisados o capista tira partido da tipografia, activando-a.

#### 5.2.5.3. João da Câmara Leme

*tipografia usada de forma activa*

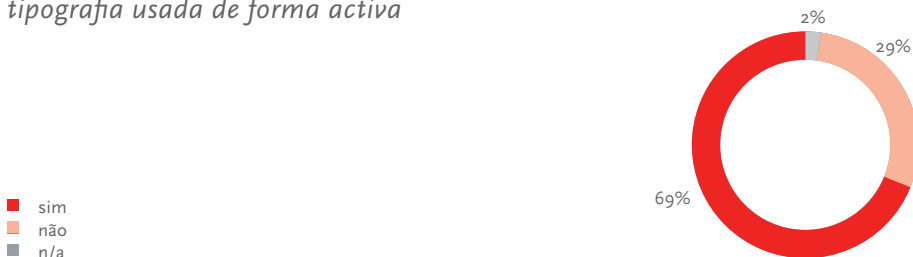
- sim
- não
- n/a



João da Câmara Leme mostra ser o capista que menos procurou valorizar a tipografia fazendo-a participar activamente na solução gráfica das suas capas. É o único capista com resultados abaixo da metade neste parâmetro.

#### 5.2.5.4. Luís Filipe de Abreu

*tipografia usada de forma activa*



No gráfico de Luís Filipe de Abreu podemos ver que uma maioria das suas capas usou activamente a tipografia.

#### 5.2.5.5. António Garcia

*tipografia usada de forma activa*



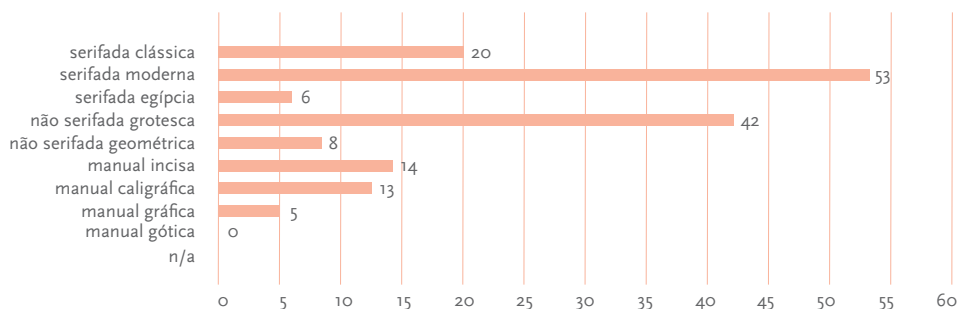
Depois de Sebastião Rodrigues, António Garcia foi o capista que mais activamente usou a tipografia mostrando-o numa claríssima maioria das suas capas.

**resumo:** À semelhança da criatividade na tipografia, verifica-se também na activação da tipografia, que é Sebastião Rodrigues o capista que mais se destaca, seguido por António Garcia, depois por Paulo-Guilherme e por Victor Palla. No lado oposto temos João da Câmara Leme como o capista que menos activamente trabalhou a tipografia, com um número de capas com tipografia activada abaixo da metade.

### 5.2.6. CLASSIFICAÇÃO DA TIPOGRAFIA UTILIZADA

#### 5.2.6.1. Victor Palla

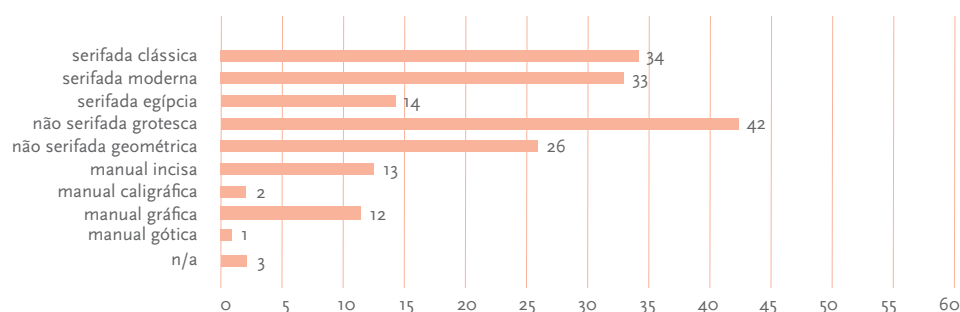
*classificação da tipografia usada*



No gráfico, por ordem decrescente, observa-se que na maioria das suas capas Victor Palla fez uso de tipos serifados modernos, não serifados grotescos e serifados clássicos. Embora com significativamente menos utilizações surgem ainda tipos manual incisos, manual caligráficos, não serifados geométricos, serifados egípcios e manual gráficos.

### 5.2.6.2. Sebastião Rodrigues

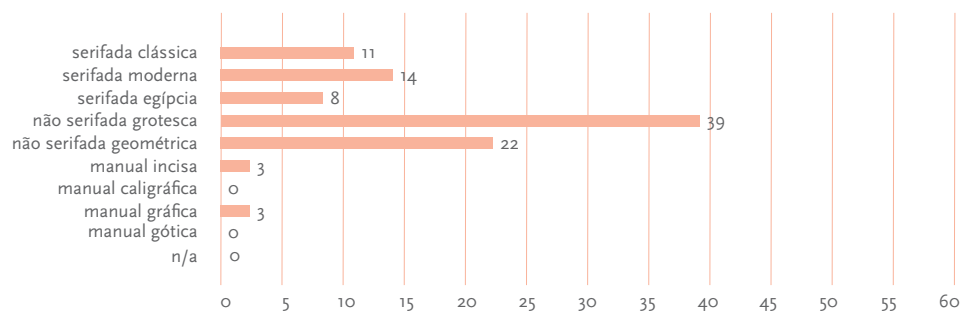
*classificação da tipografia usada*



Nas capas analisadas de Sebastião Rodrigues verifica-se que fez uso mais intenso de tipos não serifados grotescos, seguidos por tipos serifados clássicos, serifados modernos e não serifados geométricos. Em números menos expressivos surgem ainda tipos serifados egípcios e manuais incisos e manuais gráficos. E já em número residual surgem ainda tipos manuais caligráficos e manuais góticos,

### 5.2.6.3. Paulo-Guilherme

*classificação da tipografia usada*

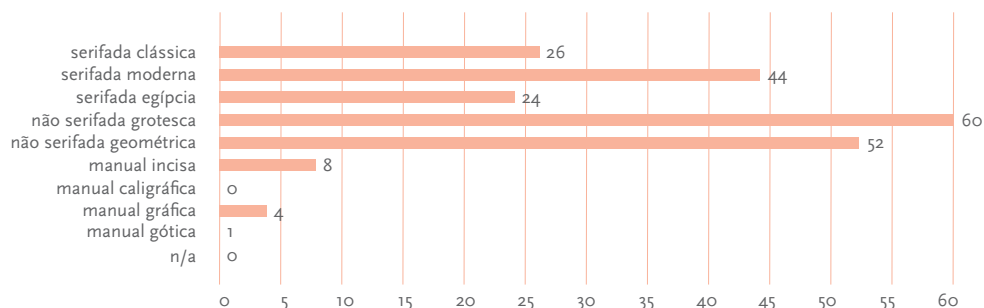


Nas capas analisadas da autoria de Paulo-Guilherme nota-se o uso maioritário de tipos não serifados grotescos, seguido por não serifados geométricos.

Com menos incidência fez uso ainda de tipos serifados modernos, clássicos e egípcios e manuais incisos e góticos.

#### 5.2.6.4. João da Câmara Leme

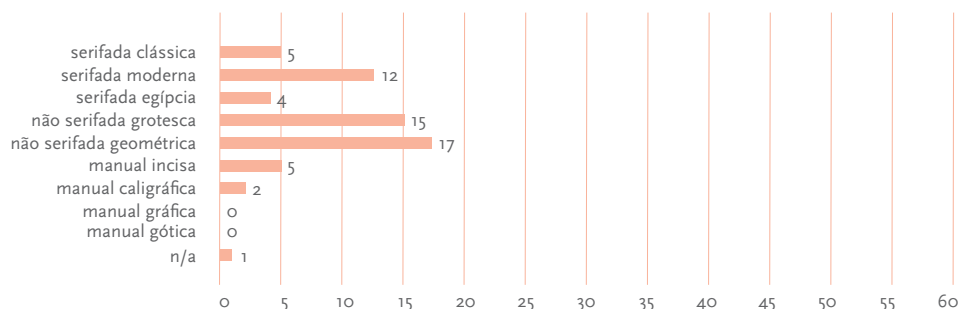
##### *classificação da tipografia usada*



Nas capas analisadas da obra de João da Câmara Leme verifica-se a presença maioritária de tipos não serifados grotescos, seguidos por não serifados geométricos e serifados modernos. Com valores intermédios surgem as serifadas clássicas e egípcias, e com uso residual, as manuais incisadas e gráficas.

#### 5.2.6.5. Luís Filipe de Abreu

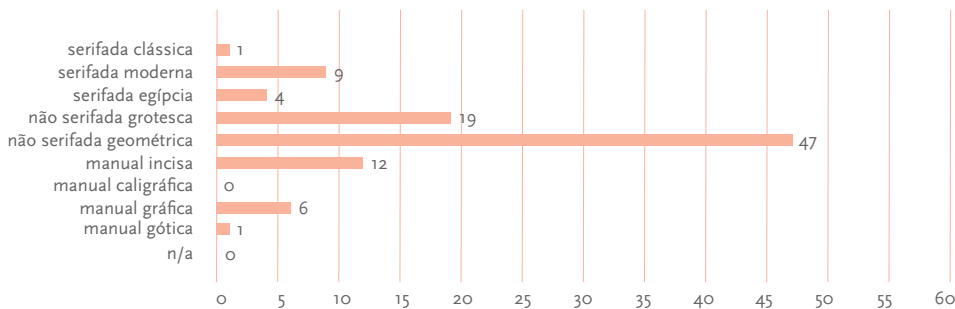
##### *classificação da tipografia usada*



O conjunto de capas de Luís Filipe de Abreu revela que, na maioria das vezes, o capista recorreu a tipos de letra não serifados, nomeadamente geométricos e grotescos seguidos pelos serifados modernos. Menos intensamente fez ainda uso de tipos serifados clássicos, manuais incisados e serifados egípcios. E, em menor número ainda, tipos de letra manuais caligráficos.

#### 5.2.6.6. António Garcia

##### *classificação da tipografia usada*

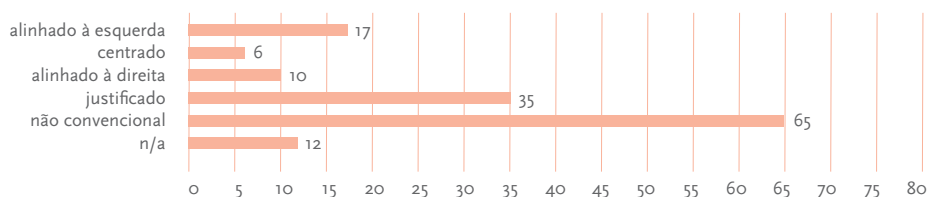


Nas capas analisadas de António Garcia percebe-se uma clara maioria na preferência por tipos não serifados geométricos que são seguidos com larga distância, por tipos não serifados grotescos, manuais incisos, serifados modernos e manuais gráficos. Com valores mais baixos surgem ainda tipos de letra serifados egípcios e clássicos e manuais góticos.

## 5.2.7. TIPOS DE ALINHAMENTOS ADOPTADOS NA TIPOGRAFIA

### 5.2.7.1. Victor Palla

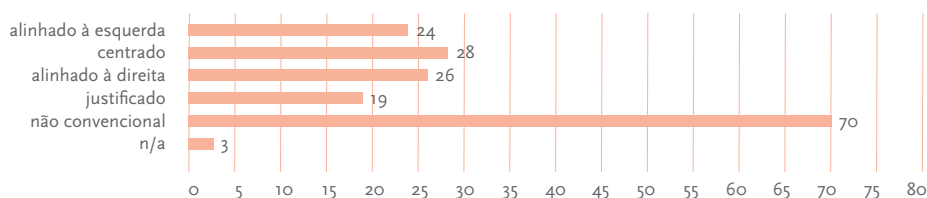
*tipos de alinhamentos de texto usados*



Pelo gráfico relativo às capas analisadas de Victor Palla percebe-se uma clara preferência deste capista por alinhamentos não convencionais. De uso mais moderado surge ainda o alinhamento de textos de forma justificada e já menos vulgarmente os alinhamentos à esquerda, à direita e centrado.

### 5.2.7.2. Sebastião Rodrigues

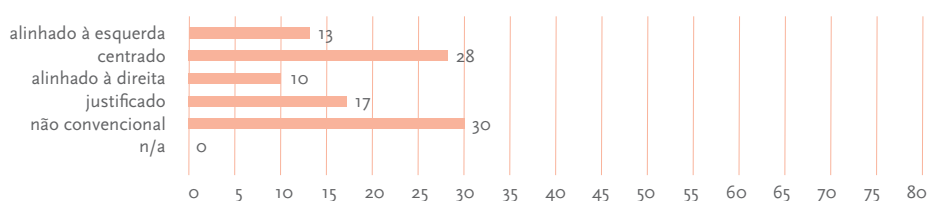
*tipos de alinhamentos de texto usados*



À semelhança de Victor Palla, mas com valores ainda mais vincados, também Sebastião Rodrigues mostra claríssima preferência aos alinhamentos não convencionais nos textos das suas capas, distribuindo-se as restantes capas por valores relativamente próximos por texto centrado, alinhado à direita, alinhado à esquerda e justificado.

### 5.2.7.3. Paulo-Guilherme

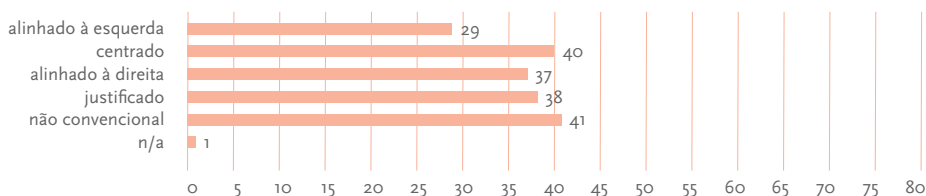
*tipos de alinhamentos de texto usados*



Paulo-Guilherme, nas capas da sua autoria aqui analisadas, mostra uma distribuição bastante equilibrada no tratamento dado aos seus textos com destaque para o alinhamento não convencional e pelo centrado que são depois seguidos pelo justificado, alinhado à esquerda e finalmente à direita.

#### 5.2.7.4. João da Câmara Leme

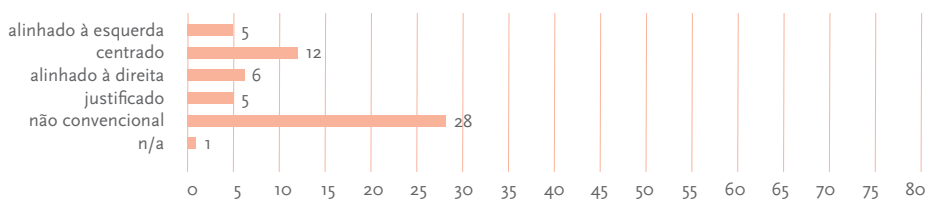
*tipos de alinhamentos de texto usados*



João da Câmara Leme mostra uma distribuição bastante equilibrada nos alinhamentos dados aos textos das suas capas analisadas neste estudo. Apesar de próximos o maior número de casos vai para o alinhamento não convencional, seguido de muito perto pelo centrado, pelo justificado, pelo alinhamento à direita e, finalmente, pelo alinhamento à esquerda.

#### 5.2.7.5. Luís Filipe de Abreu

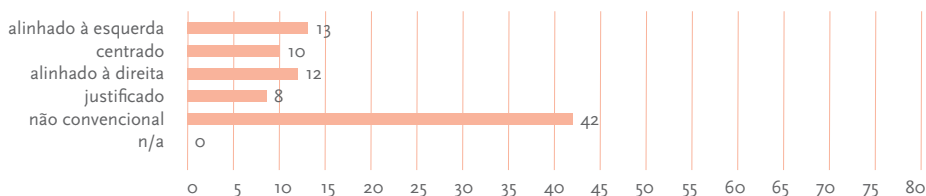
*tipos de alinhamentos de texto usados*



Pelo gráfico relativo às capas analisadas de Luís Filipe de Abreu percebe-se uma clara preferência pelos textos alinhados de forma não convencional, embora também sejam verificáveis textos centrados, alinhados à direita e à esquerda, e justificados.

#### 5.2.7.6. António Garcia

*tipos de alinhamentos de texto usados*



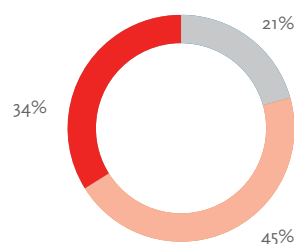
No gráfico reativo a António Garcia o capista mostra uma clara preferência pelo alinhamento não convencional dos textos nas suas capas. Os restantes casos distribuem-se de forma genericamente equivalente por alinhamentos à esquerda, à direita, centrado e justificado.

## 5.2.8. USO EXCLUSIVO DE MINÚSCULAS NO TÍTULO

### 5.2.8.1. Victor Palla

*uso exclusivo de minúsculas no título*

- sim
- não
- n/a

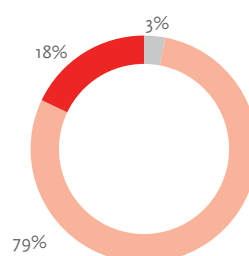


Victor Palla é o capista que mais utiliza apenas minúsculas para compor os títulos das suas capas, com cerca de 1/3 de casos em que assim se verifica contra uma maioria de casos em que isso não acontece.

### 5.2.8.2. Sebastião Rodrigues

*uso exclusivo de minúsculas no título*

- sim
- não
- n/a

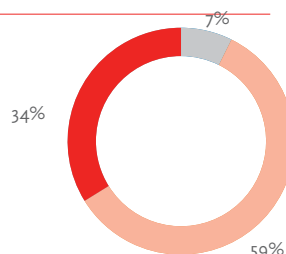


Observando o gráfico de Sebastião Rodrigues percebe-se que é um dos capistas que menos recorre à composição de títulos exclusivamente com letras minúsculas não chegando a 1/4 do total de casos analisados.

### 5.2.8.3. Paulo-Guilherme

*uso exclusivo de minúsculas no título*

- sim
- não
- n/a

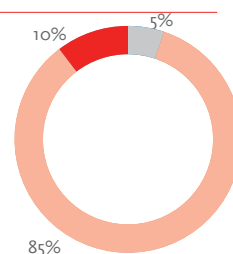


Excluindo Victor Palla, Paulo-Guilherme é o capista que mais recorre em exclusivo às minúsculas para compor os títulos nas suas capas com cerca de 1/3 das suas capas a responderem positivo neste ítem do questionário.

### 5.2.8.4. João da Câmara Leme

*uso exclusivo de minúsculas no título*

- sim
- não
- n/a



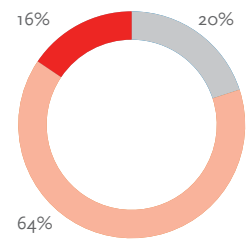
João da Câmara Leme surge como o capista que menos recorre em exclusivo às letras minúsculas para compor os títulos das suas capas, indicando apenas 10% do total de capas analisadas



### 5.2.8.5. Luís Filipe de Abreu

*uso exclusivo de minúsculas no título*

■ sim  
■ não  
■ n/a

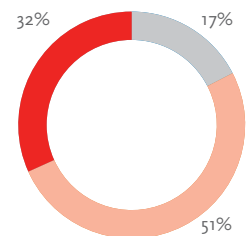


Só uma minoria das capas analisadas de Luís Filipe de Abreu mostram que o capista utilizou apenas minúsculas para compor o título do livro em questão contra uma maioria de casos em que não o fez.

### 5.2.8.6. António Garcia

*uso exclusivo de minúsculas no título*

■ sim  
■ não  
■ n/a



Depois de Victor Palla e de Paulo-Guilherme, foi António Garcia o capista que mais recorreu ao uso exclusivo de letras minúsculas nos títulos das capas que projectou, com perto de 1/3 dos seus casos a responderem positivo nesta questão.

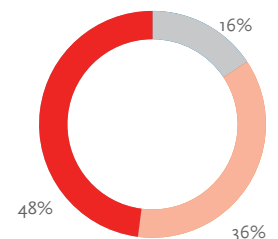
**resumo:** Pelos gráficos podemos concluir que esta atitude de influência modernista, de escrever os títulos dos livros apenas com letras minúsculas, teve alguma expressão nestes seis capistas portugueses. Contudo em nenhum deles alcançou a metade das suas obras ficando os três mais expressivos lugares para Victor Palla, seguido por Paulo-Guilherme e António Garcia.

## 5.2.9. USO EXCLUSIVO DE MINÚSCULAS NO NOME DO AUTOR

### 5.2.9.1. Victor Palla

*uso exclusivo de minúsculas no nome do autor*

■ sim  
■ não  
■ n/a

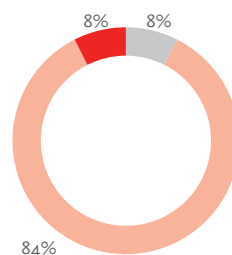


Victor Palla foi, de longe, o capista que mais utilizou apenas minúsculas para compor o nome do autor nas capas dos livros que projectou, quase alcançando a metade das capas analisadas.

### 5.2.9.2. Sebastião Rodrigues

*uso exclusivo de minúsculas no nome do autor*

- sim
- não
- n/a

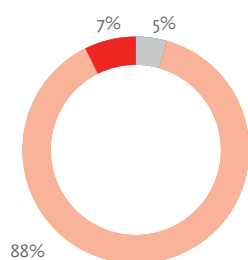


Observando o gráfico referente às capas analisadas de Sebastião Rodrigues nota-se que está abaixo dos 10% o número de vezes em que compôs o nome do autor apenas com letras minúsculas, contra uma expressiva maioria de vezes em que tal não se verifica.

### 5.2.9.3. Paulo-Guilherme

*uso exclusivo de minúsculas no nome do autor*

- sim
- não
- n/a

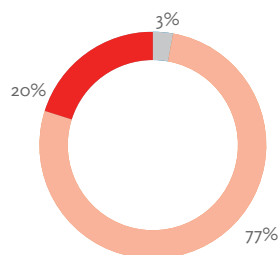


À semelhança de Sebastião Rodrigues, Paulo-Guilherme usou exclusivamente letras minúsculas para compor o nome do autor dos livros das capas que desenhou em menos de 10% das vezes.

### 5.2.9.4. João da Câmara Leme

*uso exclusivo de minúsculas no nome do autor*

- sim
- não
- n/a

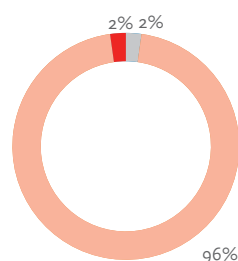


Nos gráficos relativos a João da Câmara Leme verifica-se que, depois de Victor Palla, é o segundo capista que mais recorre às minúsculas em exclusividade na composição dos nomes dos autores das suas capas, com cerca de 20% de casos.

### 5.2.9.5. Luís Filipe de Abreu

*uso exclusivo de minúsculas no nome do autor*

- sim
- não
- n/a

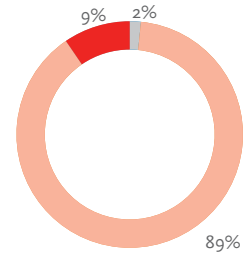


Luís Filipe de Abreu é o capista com mais baixo resultado no número de capas a fazer uso de minúsculas como únicas letras na composição do nome do autor do livro não ultrapassando os 2% de casos.

### 5.2.9.6. António Garcia

*uso exclusivo de minúsculas no nome do autor*

■ sim  
■ não  
■ n/a



o número de capas em que António Garcia compõe o nome do autor do livro apenas com letras minúsculas.

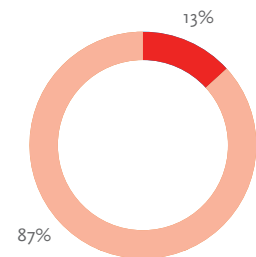
**resumo:** Dos seis capistas analisados o que mais recorreu ao uso de minúsculas para compor o nome do autor do livro nas capas que desenhou foi Victor Palla. É, aliás, o único capista em que o número de capas em que tal é feito é superior aquele em que não o é. Logo abaixo de Victor Palla surge João da Câmara Leme mas com números já muito menos expressivos, seguido por António Garcia e por Sebastião Rodrigues e Paulo-Guilherme e, por último Luís Filipe que quase nunca o faz.

## 5.2.10. PROBLEMAS DE TIPOGRAFIA DETECTADOS NAS CAPAS

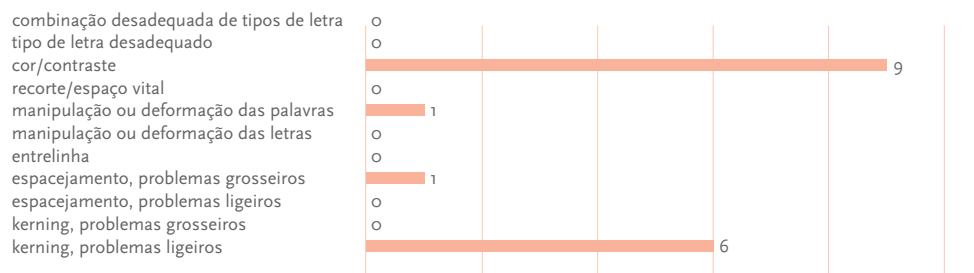
### 5.2.10.1. Victor Palla

a) *deteção de problemas de tipografia*

■ com problemas detectados  
■ sem problemas detectados



b) *tipos de problemas de tipografia detectados*



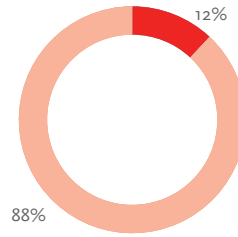
Ao observarmos o gráfico relativo a Victor Palla vê-se que foram detectados quatro tipos de problemas em dezassete capas. Os dois problema mais comuns são relativos a cor/contraste e problemas ligeiros de *kerning* (6 capas).

Os outros dois, com uma presença muito menor, são espacejamento e deformação das letras.

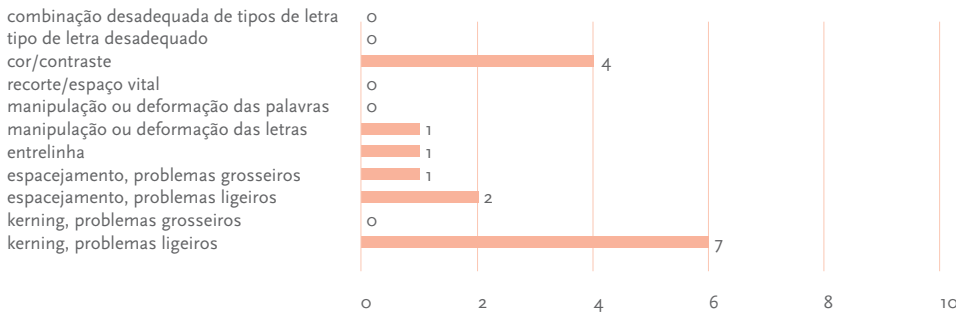
### 5.2.10.2. Sebastião Rodrigues

#### a) detecção de problemas de tipografia

- com problemas detectados
- sem problemas detectados



#### b) tipos de problemas de tipografia detectados

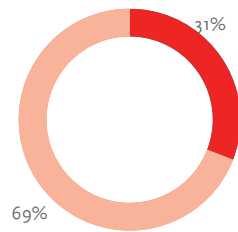


No gráfico de Sebastião Rodrigues detectam-se seis tipos de problemas em dezasseis capas. Em maior número surgem problemas ligeiros de *kerning* e de cor/contraste; e em menor número são apontados problemas de espacejamento e espacejamento, entrelinha e deformação de letras.

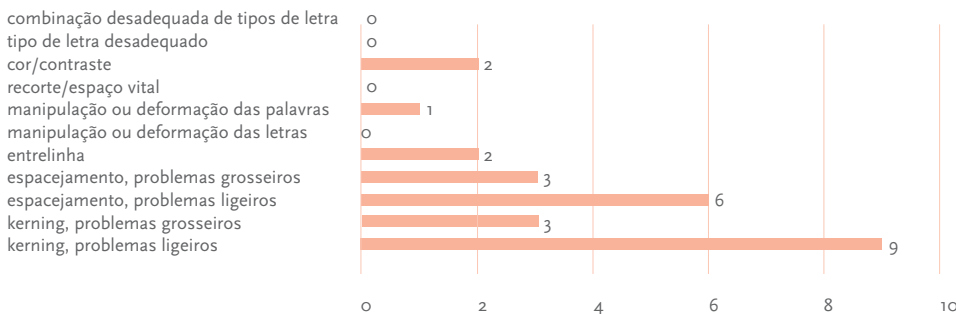
### 5.2.10.3. Paulo-Guilherme

#### a) detecção de problemas de tipografia

- com problemas detectados
- sem problemas detectados



#### b) tipos de problemas de tipografia detectados



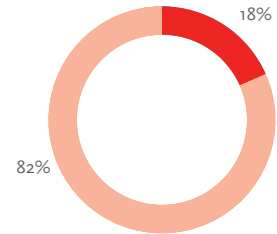
Das vinte e cinco capas de Paulo-Guilherme em que foram detectados problemas podemos distinguir que são de sete tipos diferentes. Os que surgem em maior número de capas são problemas ligeiros de *kerning*, logo seguidos

por problemas ligeiros de espacejamento. Abaixo vêm problemas grosseiros de *kerning* e de espacejamento e depois surgem entrelinha e cor/contraste e manipulação/deformação de letras.

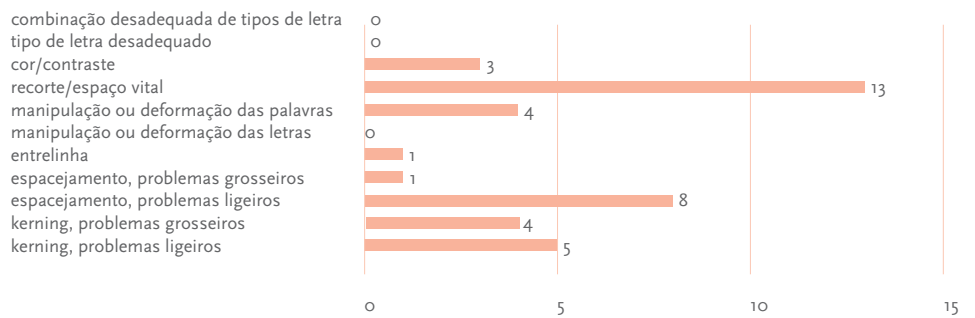
**5.2.10.4. João da Câmara Leme**

*a) detecção de problemas de tipografia*

■ com problemas detectados  
 ■ sem problemas detectados



*b) tipos de problemas de tipografia detectados*

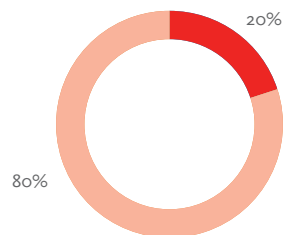


No gráfico relativo a João da Câmara Leme verifica-se que, num total de trinta e nove capas que acusaram algum tipo de problema, o que surge mais vezes é recorte/espço vital, seguido por problemas ligeiros de espacejamento, problemas ligeiros de *kerning*, problemas grosseiros de *kerning*. Por fim detectam-se ainda, embora com menor incidência problemas de cor/contraste, problemas grosseiros de espacejamento e de entrelinha.

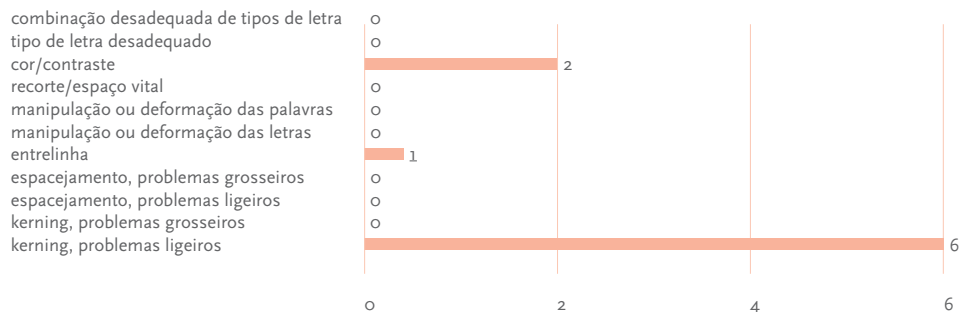
**5.2.10.5. Luís Filipe de Abreu**

*a) detecção de problemas de tipografia*

■ com problemas detectados  
 ■ sem problemas detectados



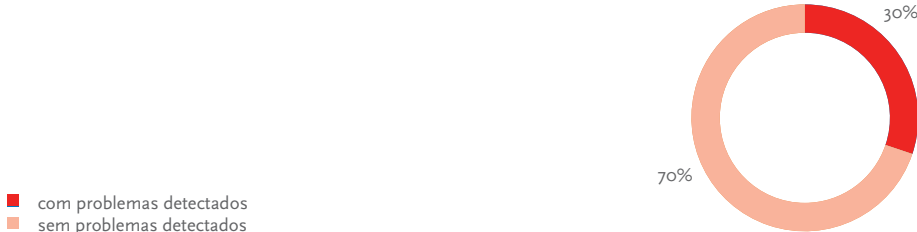
*b) tipos de problemas de tipografia detectados*



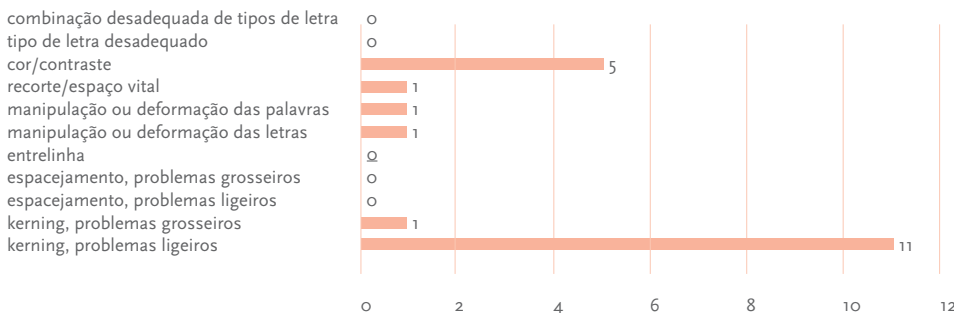
Nas capas de Luís Filipe de Abreu surgiram três tipos de erro em nove capas. Em maior número surgem problemas ligeiros de *kerning*, seguidos por problemas de cor/contraste e problemas de entrelinha.

### 5.2.10.6. António Garcia

#### a) detecção de problemas de tipografia



#### b) tipos de problemas de tipografia detectados



São vinte as capas de António Garcia que acusam um de seis tipos de problema. Destes, o mais presente é relativo a questões ligeiras de *kerning*, seguidos por problemas de cor/contraste, seguidos por problemas grosseiros de *kerning*, manipulação ou deformação de letras, manipulação ou deformação de palavras e recorte/espço vital.

**resumo:** Comparando os seis capistas, conclui-se que aqueles que maior percentagem de problemas demonstram na obra analisada são Paulo Guilherme e António Garcia. Abaixo deles surgem Luís Filipe de Abreu e João da Câmara Leme. Finalmente os que menos problemas mostram são Victor Palla e Sebastião Rodrigues.

É interessante notar que dos seis capistas apenas um deles, Luís Filipe de Abreu, não acusa qualquer tipo de problema grosseiro, seja de spacejamento, seja de *kerning*.

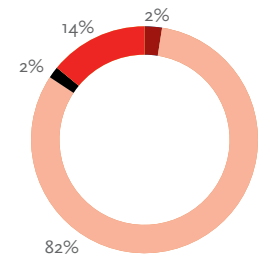
Aquele que maior variedade de problemas mostra é Câmara Leme, seguido por Paulo Guilherme, por Sebastião Rodrigues e António Garcia e, finalmente, por Victor Palla e Luís Filipe de Abreu.

Os problemas detectados mais comuns são de *kerning* (ligeiros) e de cor/contraste.

## 5.2.11. TIPOS DE IMAGENS USADAS

### 5.2.11.1. Victor Palla w

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem

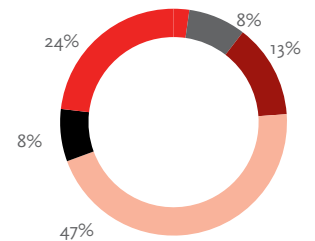


A ilustração foi, com larguíssima maioria, o tipo de imagem mais usado por Victor Palla nas suas capas. Para além da ilustração Victor Pala recorreu a mais dois três de solução nas capas analisadas: a técnica mista, a fotografia e a não utilização de imagem.

### 5.2.11.2. Sebastião Rodrigues

#### *tipologia das imagens usadas*

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem

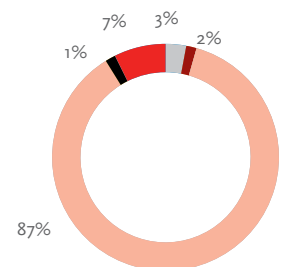


Sebastião Rodrigues é o capista que mostra maior variedade no tipo de imagens, com seis tipos diferentes usados para a criação das suas capas. Os seus gráficos mostram ainda que a ilustração, embora perfazendo um clara maioria, é o único capista em que a ilustração não é superior a metade do total. A técnica mista foi a solução usada em cerca de 1/4 dos casos, seguida pela fotografia, por elemento gráfico decorativo não textual, não utilização de imagem e, finalmente, por diagrama/gráfico/símbolo/pictogram.

### 5.2.11.3. Paulo-Guilherme

#### *tipologia das imagens usadas*

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem

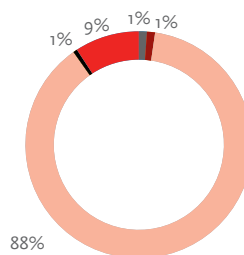


Paulo-Guilherme mostra uma significativa variedade com cinco tipos de imagens utilizadas nas suas capas: a ilustração é o tipo com grande maioria de casos, seguida de bastante longe pela técnica mista, e mais longe ainda por três tipos de imagem: diagrama/gráfico/símbolo/pictograma, fotografia e não utilização de imagem.

#### 5.2.11.4. João da Câmara Leme

##### tipologia das imagens usadas

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem

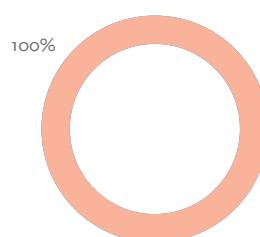


Através do gráfico podemos ver que João da Câmara Leme foi o capista que mais recorreu à ilustração como tipo de imagem para as suas capas, com uma muitíssimo expressiva maioria, embora tenha ainda feito uso da técnica mista, gráfico decorativo ou não textual, fotografia e não utilização de imagem.

#### 5.2.11.5. Luís Filipe de Abreu

##### tipologia das imagens usadas

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem

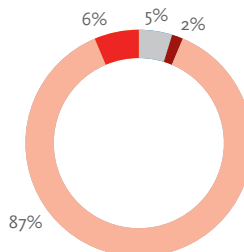


O caso de Luís Filipe de Abreu é o único em que não há variedade na tipologia de imagens usadas perfazendo a ilustração 100% do tipo de imagens usadas por este capista.

#### 5.2.11.6. António Garcia

##### tipologia das imagens usadas

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem



Os tipos de imagens usados por António Garcia nas suas capas são quatro, com claríssimo destaque para a ilustração distribuindo-se a sobrança minoria pelas tipologias: diagrama/gráfico/símbolo/pictograma, técnica mista e fotografia.

**resumo:** Pela análise dos gráficos é interessante verificar que, embora a ilustração seja, claramente, o recurso de imagem mais usado pelos seis capistas em análise, ela não o é de forma igual para todos. Assim, Sebastião Rodrigues destaca-se pelo recurso não apenas a uma maior diversidade de tipos de imagens, mas também por essa diversidade ser numericamente muito mais expressiva, mostrando valores muito superiores a todos os outros no uso de, por exemplo, da fotografia. No extremo oposto encontra-se Luís Filipe de Abreu cuja ilustração é a única solução para a imagem nas suas capas.

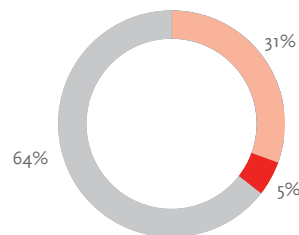


## 5.2.12. RELAÇÃO ENTRE TEXTO E IMAGEM NAS CAPAS

### 5.2.12.1. Victor Palla

*relação entre texto e imagem*

- predomínio da ilustração  
(tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
- predomínio da tipografia  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto  
(tipografia ou letras desenhadas)

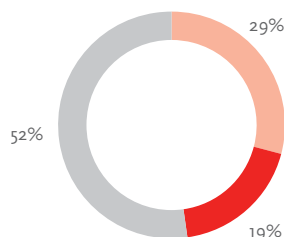


As capas de Victor Palla mostram que, na maioria das suas capas o capista deu um valor equivalente ao texto e à imagem, sobrando perto de 1/3 de capas em que se nota o predomínio da ilustração, e uma quantia residual de casos em que é a tipografia que está em vantagem visual.

### 5.2.12.2. Sebastião Rodrigues

*relação entre texto e imagem*

- predomínio da ilustração  
(tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
- predomínio da tipografia  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto  
(tipografia ou letras desenhadas)

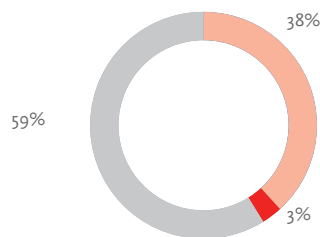


Pelos gráficos podemos ver que Sebastião Rodrigues, embora não seja quem mais variedade de soluções usa, é quem faz uma distribuição mais equilibrada entre as várias hipóteses mostrando uma maioria de casos em que texto e imagem têm valor equivalente, seguido pelo predomínio da ilustração e depois pelo predomínio da tipografia, o que é de longe o valor mais alto entre todos os designers.

### 5.2.12.3. Paulo-Guilherme

*relação entre texto e imagem*

- predomínio da ilustração  
(tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
- predomínio da tipografia  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto  
(tipografia ou letras desenhadas)

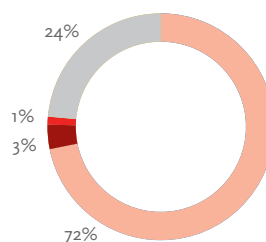


Em Paulo-Guilherme verifica-se que é o capista com maior bipolaridade onde, exceptuando uma muito pequena minoria de predomínio tipográfico, as restantes soluções oscilam entre uma presença equilibrada de texto e imagem contra o predomínio da ilustração.

### 5.2.12.3. João da Câmara Leme

#### relação entre texto e imagem

- predominio da ilustração  
(tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranste)
- predominio da tipografia  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predominio das letras desenhadas  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto  
(tipografia ou letras desenhadas)



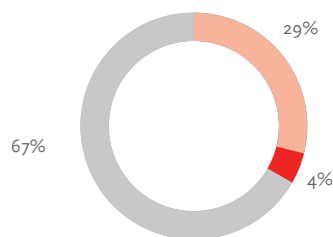
João da Câmara Leme foi o capista que mais força deu às suas ilustrações com perto de 3/4 dos seus casos, seguido por cerca de 1/4 de vezes em que foi considerado equivalente a força dada à imagem e ao texto, e ainda com valores muito mais baixos, perto de zero, de predomínio de letras desenhadas e de tipografia mais forte que a imagem.

É de notar que este é o capista com maior variedade de soluções, sendo o único em que se nota um predomínio das letras desenhadas em relação à imagem.

### 5.2.12.4. Luís Filipe de Abreu

#### relação entre texto e imagem

- predominio da ilustração  
(tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranste)
- predominio da tipografia  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predominio das letras desenhadas  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto  
(tipografia ou letras desenhadas)

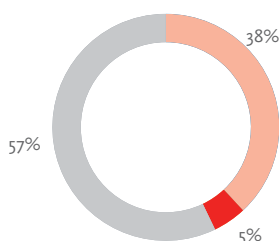


Com clara maioria do total, Luís Filipe de Abreu mostra ser o capista que mais equilibrou valores de texto e imagem nas capas que desenhou, mostrando como segunda solução o predomínio da ilustração e ainda uma muito pequena minoria de casos em que se nota o predomínio da tipografia.

### 5.2.12.4. António Garcia

#### relação entre texto e imagem

- predominio da ilustração  
(tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranste)
- predominio da tipografia  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predominio das letras desenhadas  
(imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto  
(tipografia ou letras desenhadas)



Os valores de António Garcia são muito semelhantes aos de Paulo-Guilherme. Exceptuando os casos com maior valor dado à tipografia, a maioria das suas capas equilibra imagem e texto, enquanto as outras dão mais força à ilustração.

**resumo:** Pela análise dos gráficos é interessante verificar alguns aspectos que nos parecem significativos. O primeiro é que a maioria dos capistas equilibra o peso visual do texto e da imagem nas suas capas, com excepção de João da Câmara Leme, que é o único em que se nota uma clara maioria, embora não chegue a alcançar os 3/4 do total, de capas em que há predomínio da ilustração sobre o texto. Um outro destaque vai para Sebastião Rodrigues, por ser quem mais poder dá à tipografia nas suas capas.

### 5.3. CONCLUSÕES

#### 5.3.1. ARQUÉTIPOS DOS SEIS CAPISTAS

##### **Victor Palla**

As capas analisadas de Victor Palla distribuem-se ao longo de um período de actividade de dezassete anos, deles sendo o mais intenso o ano de 1960. Victor Palla foi, dos seis capistas, o que mais desenhou letras para as capas dos seus livros, quer como solução única, quer como solução mista juntando-as com tipografia. Sendo o mais criativo no desenho de letras, é, contudo, dos que menos fazem um uso criativo da tipografia. No uso de tipografia privilegiou tipos de letra serifados modernos, logo seguidos por tipos não serifados grotescos, e recorreu sobretudo a alinhamentos considerados não convencionais. Já no que toca a usar activamente a tipografia nas capas Palla apresenta valores muito positivos, com 3/4 das suas capas a evidenciarem-no. É ainda o capista que maior número de vezes recorre ao uso de minúsculas para escrever títulos e nome do autor. Finalmente é de salientar o facto de ser um dos que menos problemas tipográficos mostra nas suas capas. Os tipos de imagem usados por Victor Palla nas suas capas variam pouco podendo oscilar entre uma grande maioria de ilustração seguida pela técnica mista. O uso de fotografia, ou mesmo a solução sem imagem, são verificadas num residual de casos. Na maioria das suas capas, Palla equilibra o valor da imagem e do texto. Quando não o faz opta por dar predomínio à ilustração. Raramente dá mais destaque à tipografia.

Pelo facto de variar pouco no tipo de imagem e de não encarar a tipografia como matéria de criação e ênfase percebe-se que existe, em Victor Palla, uma forte herança de uma abordagem ao desenho da capa do artista e ilustrador. No entanto, verifica-se que, em termos tipográficos, mostra conhecimentos e um uso activo que revela poucos problemas demonstrando assim que, apesar da forte herança artística, está já no âmbito de abordagem do designer.

##### **Sebastião Rodrigues**

O conjunto de capas analisado de Sebastião Rodrigues abarca vinte e nove anos de actividade e revela como de pico de actividade o anos de 1960. Em termos de classificação tipográfica Rodrigues faz uso maioritário de tipos não serifados grotescos alinhados sobretudo de forma não convencional. É um dos que mais recorre à tipografia e o que faz uso de maior número de

tipos de texto nas suas capas, incluindo desenhar capas 'sem texto' algum. Para além disso Sebastião Rodrigues destaca-se também por ser aquele que mais criativamente usa a tipografia e que faz ainda um uso activo da tipografia numa grande maioria das vezes. Relativamente ao uso exclusivo de minúsculas verifica-se que não é, nem num caso nem noutro, dos designers mais expressivos. Dos capistas analisados é também o que menos problemas tipográficos demonstra. Uma outra nota significativa vai também para este capista pois destaca-se pelo recurso a uma maior diversidade de tipos de imagens, sendo o único em que a ilustração não é a solução para maioria das capas, e notando-se ocorrências assinaláveis de capas que usam fotografia, ou sem qualquer imagem, situações praticamente inexistentes nos restantes capistas analisados. Finalmente, também na questão relativa à composição, Sebastião Rodrigues é o capista mais versátil apresentando tanto soluções com equilíbrio entre texto e imagem, como soluções em que predomina a imagem ou a tipografia.

Pelo atrás exposto verifica-se que Sebastião Rodrigues toma uma clara abordagem de designer ao desenho das suas capas, fazendo usos equilibrados e variados na solução de imagens, no poder que vai dando aos elementos com que as resolve e pela baixa ocorrência de problemas tipográficos demonstrados.

### **Paulo-Guilherme**

O conjunto de capas analisado indica que Paulo Guilherme trabalhou como capista durante vinte e três anos tendo, à semelhança de outros, o seu ano mais produtivo em 1960. O capista deu uso privilegiado a tipos de letra não serifados grotescos, que na maioria dos casos alinhou de forma centrada ou de modo não convencional. Paulo Guilherme não desenhou letras e numa muito expressiva maioria das suas capas fez uso de tipografia. Foi dos capistas que mais criativa e activamente usou a tipografia, e ainda dos que mais fez uso de minúsculas em exclusividade para compor os títulos nas suas capas. É ainda aquele que maior percentagem de problemas tipográficos demonstra nas suas capas, tanto em número geral como de problemas grosseiros. Numa expressiva maioria das capas que desenhou Paulo-Guilherme recorreu à ilustração como imagem, e em alguns casos, embora poucos, não fez uso de qualquer imagem. Na relação do texto com a imagem Paulo-Guilherme dá força equivalente ao texto e imagem mas quando isso não acontece é a ilustração que surge em segundo lugar quase não existindo casos que mostrem que a tipografia foi o mais destacado.

As capas de Paulo-Guilherme mostram sinais de um grande à-vontade com a ilustração, embora não a tornando solução sempre. Por outro lado, o capista tem uma abordagem muito criativa e activa com a tipografia que, porém, não exclui que seja o capista que, como já referimos, mais problemas tipográficos mostrou. Isto leva-nos a concluir que Paulo-Guilherme se pode incluir maioritariamente na categoria da abordagem de artista, com alguns indicadores de transição para a de designer.

### João da Câmara Leme

As capas analisadas de João da Câmara Leme abarcam um período de catorze anos de exercício da actividade de capista indicando ter sido 1963 o ano com maior produtividade. Leme privilegiou o uso de letras não serifadas grotescas e geométricas, que tratou recorrendo a alinhamentos de todos os géneros, embora sobretudo não convencionais e centrados. Ainda em termos tipográficos foi o capista que menos letras desenhou e menor taxa de uso misto tipografia/letras desenhadas. Foi ainda o que mais usou tipografia. Apesar disso, foi o que menos partido dela tirou não aproveitando de forma criativa ou activa. Embora revele baixas taxas de problemas tipográficos, quando os revela são com maior frequência problemas grosseiros e problemas de espaço vital. Estes aspectos poderão significar que o capista frequentemente não trabalhava a parte tipográfica das capas, contribuindo apenas com a parte da ilustração, e deixando a parte tipográfica para o compositor, daí a baixa taxa de problemas ligeiros. Câmara Leme é dos capistas que mais recorre à ilustração nas suas capas.

Com grande distância de todos os outros capistas analisados, é também aquele que maior força visual dá à imagem nas suas capas, com 72% dos casos mostrando claramente que a solução das suas capas é, essencialmente, ditada pela imagem, em especial a ilustração.

Assim, pelos indicadores verificados nas suas capas atrás expostos, podemos concluir que Câmara Leme mostra uma abordagem de artista ao desenho da capa.

### Luís Filipe de Abreu

Para a obra analisada verificamos que Luís Filipe de Abreu desenhou capas ao longo de treze anos mostrando ter sido em 1961 que teve actividade mais intensa. Os tipos de letra que mais usou foram não serifados geométricos e grotescos, que alinhou na grande maioria das vezes de modo não convencional. Apesar de recorrer à tipografia para os textos das suas capas, na maioria das vezes é dos capistas estudados um dos que mais recorreu à solução mista de tipografia com letras desenhadas. Para além disso mostra ser dos capistas que usa a tipografia de modo menos criativo e activo. Luís Filipe de Abreu é o único capista que não usa qualquer tipo de imagem que não seja ilustração. É ainda o capista que mais equilibra a distribuição de força entre imagem e o texto, pouco recorrendo ao fortalecimento da tipografia uma vez que, quando não em equilíbrio de forças a solução que mais usa, é a de dar força à ilustração.

Assim, os indicadores levam à conclusão de que Luís Filipe de Abreu, toma uma abordagem de artista ao desenho das suas capas

### António Garcia

Pelas capas analisadas de António Garcia percebe-se que, entre os seis capistas em estudo, é quem tem a mais breve carreira como capista trabalhando na área durante onze anos dos quais o pico de actividade surge em 1960. É ainda um

dos dois capistas com menor variedade de soluções textuais, sendo a tipografia aquela a que recorre numa clara maioria das vezes contra os restantes casos em que usa uma solução mista de tipografia com letras desenhadas. Os tipos de letra que mais usa são, sobretudo, classificados como não serifados geométricos recorrendo quase sempre a um alinhamento não convencional. É ainda um dos dois capistas que mais problemas tipográficos apresenta. Garcia está entre os três que mais criativamente trabalham a tipografia mostrando, embora não o faça na grande maioria das vezes. Contudo, as suas capas mostram, com expressiva maioria, que está entre os que mais activamente trabalharam a tipografia. Está também entre os três capistas que mais usaram exclusivamente minúsculas para compor o título do livros nas capas que desenhou. Já relativamente a fazê-lo no nome dos autores, embora esteja entre os três que mais o fizeram, mostra um baixo valor. É ainda um dos dois capistas com maior presença de problemas tipográficos. António Garcia faz um uso de imagens que se baseia quase sempre na ilustração. Sendo o recurso à fotografia praticamente inexistente. De notar é ainda o facto de ser um dos dois capistas que não apresenta nenhuma capa em que não haja recurso a imagem, seja ela de que natureza for. No desenho das suas capas António Garcia oscila entre dar um valor equivalente a texto e imagem, ou dar mais valor à imagem, quase nunca fazendo da parte textual a solução principal da sua capa.

Pelo exposto podemos concluir que António Garcia mostra uma abordagem ao desenho das suas capa que é sempre feita através da ilustração, ou de forma quase total, ou de forma partilhada, mostrando, apesar disso, bem como dos problemas verificados na tipografia, uma abertura ao seu trabalho que indica que o capista a encara já como matéria cheia de potencial e evidenciando algumas influências dos modernistas. Apesar disso, a tipografia nunca é a solução única para o seu trabalho. Conclui-se assim que António Garcia é um capista que toma a abordagem fronteira entre o artista e o designer.

# ИСКУССТВО КНИГИ

'65/66



738. Capa  
de revista  
The Art of a  
Book

—

\*Vignelli, 1991: 51

738.

THE SOLUTIONS SHOULD REFLECT  
THE APPROACH TAKEN  
*Massimo Vignelli* \*

#### 5.4. CONCLUSÕES FINAIS

A melhor forma de se conhecer algo é, muito provavelmente, observando e fazendo perguntas. Nesse sentido, confirmamos que esta investigação partiu de duas hipóteses empíricas e de cinco perguntas que tinham as capas dos livros como ponto focal. De forma a facilitar a organização e desenvolvimento coerente dos trabalhos, distribuiu-se uma pergunta por capítulo, tentando no final de cada um chegar a uma conclusão específica, que funcionasse como resposta à questão colocada no seu início.

Assim, a dissertação organizou-se em torno de duas hipóteses principais:

- 1). A existência de três arquétipos na abordagem ao desenho de capas;
- 2). A possibilidade de os seis capistas que vieram a constituir o corpus principal terem ou não uma abordagem de designer comum.

O trabalho estruturou-se ainda em cinco capítulos que abordavam igual número de questões:

1. São as capas um tema válido?
2. De onde vêm as capas?
3. Que singularidades e aspectos comuns podemos verificar?
4. Como identificar o arquétipo de um capista?  
[ou, O que perguntar às capas?]
5. Quais os arquétipos dos capistas portugueses em estudo?  
[ou O que dizem as capas?]

1. Seguindo a estrutura apresentada, conclui-se ao longo da investigação que, tal como foi verificado no capítulo um, as capas são um tema não apenas válido, mas mais do que isso, elas podem considerar-se mesmo um assunto rico, texturado e plural, que abarca e é abarcado por vários aspectos e por um colectivo de agentes. A capa do livro nasce nas ideias do seu escritor, ou autor, mas passa depois por uma cadeia interdisciplinar que, por regra,

**1. São as capas  
um tema válido?**



inclui a estratégia editorial e comercial do editor, a interpretação e tradução gráfica do designer e a interpretação e apreciação do leitor; mas esta cadeia pode incluir ainda o gestor de marketing, o distribuidor, o vendedor, o crítico e o colecionador, sendo que, tal como referimos no final do capítulo um, todos estes intervenientes têm, seguramente, uma ideia de como a capa do livro deveria ser. O que pode levar a que a capa, embora sendo um ponto de encontro, não seja, necessariamente, um ponto de acordo, até porque, o que lhe é pedido é que resolva vários problemas ou necessidades de uma penada só, tarefa que é particularmente dificultada pela complexidade que advém de serem necessidades de ordem diferente e quase opostas: prática e estética, verbal e visual, esclarecedora e sugestiva, comercial e poética. Porque a capa é uma embalagem, é certo, mas não é uma embalagem de um produto ou artigo corrente, como um sabonete, que se esgota ao fim de uma mão cheia de argumentos ou ideias, porque, em última análise, um sabonete é, e será sempre, um sabonete, enquanto que um livro tende a ser um discurso sobre o mundo, um objeto de conhecimento, um tipo de fruição intelectual, uma porta para outra realidade. Um livro poderá sempre ser, infinitamente, outro assunto — só muito raramente o seu tema será ele próprio, o livro. E, por essa razão, a capa de um livro, embora sendo a sua embalagem, constitui uma materialidade especial, porque, tal como o próprio livro, nela se projeta o solo fértil aberto pelo universo infinito da imaginação e das ideias. Ideias recebidas pelo designer, com as quais ele pode trabalhar e expressar-se criativamente, devolvendo, através da capa, mais riqueza e densidade ao próprio livro. Tal como os livros que acolhem, as capas são, também elas, um assunto não só válido, mas também valioso enquanto lugar de expressão visual e cultural, merecendo, por isso mesmo, ser estudado.

## 2. De onde vêm as capas?

2. Contudo, o objecto capa de livro — o seu formato, materiais, conteúdos e missão — não foi algo que surgisse de uma vez só, com contornos e competências bem definidos e delimitados. No sentido de se conhecer e perceber melhor a sua história, sentiu-se como necessário neste estudo percorrer, em paralelo, a história do próprio livro pois, tal como referimos no capítulo dois, perseguir as origens do livro mostrou-se essencial para perceber o lugar que corresponde às capas nessa história, que se confunde com as origens da própria escrita, da civilização e do ser humano.

No final do capítulo dois, confirmámos que as capas dos livros, apesar de constituírem a parte mais exterior do livro, nascem do seu interior. Tal como referido nesse capítulo, elas surgem do miolo, mas são também por ele empurradas para fora, gradualmente, ao longo do tempo. Primeiro como portada, mostrando a inscrição latina incipit (“aqui começa”), evoluindo depois para a página primeira, por vezes emparelhada com outra sem texto e profusamente decorada, à qual se chamou carpet page, por se parecer com uma tapeçaria, para depois estabilizar como folha de rosto, ou frontispício, e, mais tarde, primeiro como capa e depois, por vezes, como sobrecapa.

Assim, torna-se interessante perceber que as capas não são aplicadas, simplesmente por um factor ou agente exterior ao livro, mas que surgem de uma processo evolutivo sugerido pelo próprio livro, que foi, ao longo da sua existência na história, pedindo que algo o anunciasse antes do momento de leitura, algo que fizesse as apresentações e sugerisse algum tema ou assunto ativador do encontro entre o livro e o seu leitor. A capa vem conferir ao livro uma necessidade de facilitador também social, como mestre de cerimónias, numa multidão de convidados que não se conhecem.

E foi devido a essas alterações ocorridas nas capas que os profissionais e a abordagem que tiveram ao desenhá-las, se foram, a par delas, alterando e evoluindo, ao longo de um tempo largo. Se inicialmente as capas dos livros foram desenhadas pelos mesmos profissionais que compunham também as suas páginas interiores, com o desenvolvimento e expansão do mercado da literatura (cf. Portela, 2003), foram-se alterando as competências das capas, em termos informativos, textuais e imagéticos, que não só informassem os possíveis leitores, mas que, para além disso, fossem capazes de os seduzir, os chamar e convencer a comprar (e a ler) os livros.

Esta evolução nas tarefas das capas levou a uma concordante alteração nos agentes que as desenhavam, mostrando-se necessária a intervenção de profissionais que tornassem as capas mais apelativas. Aí entraram os artistas, chamados pelos editores para transformarem as capas em suportes mais visuais, surgindo, dessa forma, as capas ilustradas. Mas, se os compositores tipográficos não dominavam as imagens, tornando necessária a intervenção dos artistas, com muitos destes veio-se a verificar que, inversamente, não dominavam a tipografia. Esta tensão criou dificuldades na articulação entre as duas componentes da capa — visual e textual —, abrindo assim a oportunidade para o surgimento de um outro profissional, que abordasse e dominasse ambas as valências. Deste modo, surge na história das capas, como na dos cartazes, a figura do designer gráfico, mostrando, como referimos nas conclusões do capítulo dois, que existe entre as capas e o próprio design uma ligação profunda. Estas duas componentes surgem agora mais integradas, lado a lado, em resposta tanto a necessidades criativas do profissional, que é mais do que um mero técnico, como também por determinação do objecto em causa, pois a capa é mais do que só uma embalagem. Capas, design gráfico e designers emergem num período temporal de recorte cultural e visual comum, sob a silhueta do modernismo.

Através da evolução dos profissionais das capas, atrás resumida, descrita com mais detalhe ao longo do capítulo dois, entendemos que ficou validada a teoria empírica da existência de três tipos, ou arquétipos, de abordagem ao desenho de capas de livros, definida pela formação do seu agente criador: a abordagem clássica (ou pela tipografia); a abordagem de transição (ou pela arte), e a abordagem moderna (ou pelo design).

Segundo essa teoria, ancorada numa validação das experiências dos capistas em estudo, a abordagem ao desenho de uma capa pode ser um de três possíveis, consoante mostre um favorecimento, ou melhor, uma facilidade

ou tendência natural do capista para abordar o projecto: pela tipografia, pela ilustração ou por ambos. Através desta tipologia poderá perceber-se qual a formação e a linguagem do capista em questão. Esta problemática tem interesse não apenas para o design de capas, mas também para o design gráfico em geral, podendo dar a perceber em que estado de implementação, consciência — própria ou colectiva —, evolução e de independência das Belas-Artes, se encontrava o design gráfico como prática e como profissão ao longo do período estudado.

### 3. Que singularidades e aspectos comuns?

3. No capítulo três, numa abordagem de continuidade relativamente ao capítulo anterior — dedicado à história das capas em termos gerais —, foi abordada a sua dinâmica específica em Portugal durante o período de 1940 a 1970, com o objectivo de preparar esta investigação para o estudo particular dos seis capistas determinados. Propôs-se aqui captar uma visão panorâmica, inscrita no país e na época, na sociedade em que se desenvolvia, e que envolvia a actividade dos capistas, nos seus percursos de formação e de prática profissional. Para além destes aspectos, tentou-se perceber a existência de singularidades e aspectos comuns, relativamente a outros países, no surgimento e desenvolvimento do modernismo, no que toca ao desenho de capas em Portugal, concluindo-se que se notam aspectos tanto singulares como comuns e até, mais paradoxalmente, os dois simultaneamente. Percebe-se pois que em Portugal o espírito universalista do modernismo foi recebido e aplicado, mas que também foi sofrendo transformações, adaptando-se à realidade, à paisagem e ao público português. Para além disso, conclui-se que existiram influências dos designers de capas nos dois sentidos, ou seja, do estrangeiro para Portugal e no sentido inverso, de Portugal para o estrangeiro.

Este trânsito mostra como, apesar do isolamento do país, e de um apoio estatal algo bipolar às belas-artes e às artes gráficas, um grupo de capistas portugueses acompanhava a realidade gráfica mais avançada da época. Contudo, parece reconhecer-se em Portugal um fenómeno parecido ao identificado, por exemplo, com os capistas norte americanos do mesmo período, que se deve, talvez, à semelhança de percursos na formação e na profissão, não especializadas, muito diversificadas, pensadas em justaposição e paralelamente com outras áreas de expressão criativa e de projecto que lhes deu a diversidade e a amplitude de perspectivas para pensar e fazer, muitas vezes cultivada em meios intelectual e artisticamente privilegiados. Este aspecto, somado aos outros dois - a grande liberdade proporcionada pela juventude da disciplina/profissão (por isso mesmo ainda não contaminada por excesso de intervenientes e especificidades por vezes inibidoras de bom trabalho) e o patrocínio cúmplice de editores inspirados pelo espírito modernista -, proporcionaram uma base muito fértil para este conjunto de obras, com uma quantidade e qualidade ainda hoje admiráveis.

Ainda no capítulo dois, concluiu-se que, tal como nos outros países estudados, também em Portugal as capas foram uma enorme fonte de enriquecimento, cultura e inteligência visual e artística para uma grande massa de

leitores, que não só lê os livros, como admira as suas capas, aproveitadas pelos seus criadores como meio para se exprimirem criativa e artisticamente; tendo, por essa razão, tão forte importância para os designers e para a evolução da sua profissão, cada vez mais projectual do que artística.

Mas sabendo nós que essa evolução e definição da figura do designer não ocorreu de modo instantâneo nem 'limpo', mas sim de forma lenta, enriquecida e contaminada com tantas outras práticas e formações artísticas, coloca-se aqui, no que diz respeito ao capítulo quatro, a segunda hipótese apresentada no início desta dissertação, e que toma mais a forma de uma dúvida. Será que estes capistas portugueses, que sofreram, absorveram e ditaram influências através das capas que desenharam, que foram por vezes apelidados de "pioneiros do design gráfico português", mostram já, todos eles, uma equivalente abordagem de designer ao desenho das suas capas? E, logo depois surge a quarta pergunta: Como identificar o arquétipo de um capista?, ou O que perguntar às capas?

4. Assim, ao longo do quarto capítulo procurou-se a formulação de perguntas específicas para a construção de um questionário, com a preocupação de que não se tornasse demasiado extenso. Através deste poder-se-iam separar sinais interpretáveis como indicadores de abordagens específicas ao desenho das capas.

O questionário, pensado com forte pendor para a tipografia como elemento esclarecedor de diferenças, foi dividido por áreas de perguntas relativas às diferentes competências e componentes das capas, que orientaram a obtenção de conclusões relativas ao maior número possível de capas dos seis capistas portugueses em estudo: Victor Palla, Sebastião Rodrigues, Paulo-Guilherme, João da Câmara Leme, Luís Filipe de Abreu e António Garcia.

Depois de apresentados e fundamentados os critérios utilizados, e feito um estado da arte de outros questionários e sistemas de classificação já existentes, o questionário foi construído, sujeitando-se a várias evoluções e testes, tendo-se concluído num formato definitivo, que assume a sua componente subjectiva, que incluiu 15 questões ou campos de preenchimento, organizados segundo quatro áreas dominantes: identificação, tipografia, imagem e composição.

5. Por fim, no quinto capítulo, as capas recolhidas dos capistas em análise foram submetidas ao questionário, tendo-se obtido um conjunto amplo de dados, sujeitos a visualização em gráficos, que foram depois apresentados, lidos e interpretados, permitindo a formulação de conclusões e respostas à questão 5: Quais os arquétipos dos capistas portugueses em estudo? ou O que dizem as capas?

Essas conclusões evidenciam a existência de diferentes arquétipos nos seis capistas portugueses estudados. Assim, apesar de semelhanças entre eles, como por exemplo o facto de todos fazerem uso intensivo da ilustração, como solução para a imagem, e da tipografia enquanto solução para o texto, a verda-

**4. Como identificar o arquétipo de um capista? [ou, O que perguntar às capas?]**

**5. Quais os arquétipos dos capistas portugueses em estudo?**

de é que, tal como apresentado nas conclusões específicas do quinto capítulo, verificam-se diferenças significativas e indicadoras de diversas tendências e formas de tratar e de trabalhar, tanto as imagens como os textos. Estes dados permitem a distinção de diferentes abordagens ao desenho das capas, ou seja, a atribuição de diferentes arquétipos a diferentes capistas. E, se em metade dos casos, que incluem Paulo-Guilherme, António Garcia e Luís Filipe de Abreu, podemos concluir que mostram uma abordagem mista de artista e de designer, o que os localiza a meio dos arquétipos de transição e modernista, o mesmo já não é visível em casos como o de João Câmara Leme, que numa abordagem de ilustrador, mais do que de designer, indica pertencer, mais confortavelmente, ao arquétipo de transição, ou de artista. Os casos de Victor Palla, e sobretudo o de Sebastião Rodrigues estão no sentido oposto. Victor Palla mostra ter uma abordagem que, embora também mista, revela uma presença fortemente significativa na abordagem ao desenho de capas pelo design, o que o coloca entre o arquétipo modernista com alguma presença, ou herança, de transição. O caso de Sebastião Rodrigues é isolável como um capista pertencente ao arquétipo modernista, acumulando, na maioria do seu trabalho analisado, sinais de uma abordagem de designer, ao desenho de capas.

E se, enquanto casos singulares, estes capistas e a sua obra evidenciam diferenças significativas, o valor do seu conjunto não deixa de constituir um legado visual notável por duas razões essenciais. Por um lado, a sua obra compõe um conjunto que revela a época estudada como um período determinante de transição da dependência de outras artes para a auto-determinação e afirmação do design gráfico enquanto disciplina e profissão em Portugal. Por outro lado, este conjunto de capistas deixou um acervo valioso e determinante na educação visual das gerações de leitores que na época compravam e liam os livros. Estas capas trabalharam como uma montra para a divulgação de ideias e representações visuais modernas de toda a ordem: simplificadas, provocadoras, inteligentes, dinâmicas, sugestivas, humoradas, abstractas e poéticas, operando como uma espécie de brinde, pois na compra de um livro, o leitor levava não só a palavra do escritor, mas ainda uma peça visual, obra autoral em si mesma, criada especificamente para o efeito. E assim, mesmo que não se apercebessem, os leitores, ao colecionarem os livros, tornavam-se também, de certo modo, colecionadores de arte e de design. Este legado teve pois um efeito modernizador social do cidadão comum, e não apenas de uma elite, contribuindo para aumentar e fortalecer a produção e o consumo de livros — com todo o processo de educação cultural e literária que isso implica — mas também, e sobretudo, foi responsável por uma revolução visual discreta, mas determinante e persistente que, capa a capa, livro a livro, ia fazendo chegar a modernidade visual à casa de muitos portugueses, num processo que já Alvin Lustig defendia como sendo a desejável aproximação da arte à vida real das pessoas.





ABREU, Luís Filipe de. (1961) As capas e os livros. *A vida literária/Diário de Lisboa*, 142 (de 13 de abril).

ALMEIDA, Victor Manuel Marinho de. (2009) *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. A Institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa.

ALMEIDA, Victor Manuel Marinho de. (2015) *Design Português, 1960-1979*. Vila do Conde: Verso da História.

ANDREWS, Martin. (2003) Artwork or Works of Art? Hand Drawn Book Jackets From the 1920s to the 1960s, Part 1. Kent: *Baseline International Typographic Magazine* 41.

APELOIG, Phillipe. (2005) *Au coeur du mot/Inside The Word*. Zurich: Lars Muller.

AZEVEDO, Fernando. (1986) *Artes Gráficas: o caminho percorrido*. Lisboa: D.N. Cultura, Diário de Notícias de 30 de Março.

AZEVEDO, Fernando. (1995) “... também utilizo a alegria” In *Sebastião Rodrigues Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

BABO, Maria Augusta. (1993) *A Escrita do Livro*. Lisboa: Vega.

BAINES, Phil. (2005) *Penguin by Design, a Cover Story 1935–2005*. London: Penguin Group.

BAINES, Phil; HASLAM, Andrew. (2005) *Type & Typography*. 2nd. ed. London: Laurence King.



BALTASAR, Maria João. (2016) S. R. sensibilidade e rigor, o design português dos anos 50 a 70. In BÁRTOLO, José (2016) *Sebastião Rodrigues*. Matosinhos: Cardume Editores.

BARATA, J. P. (2001) *Luís Filipe de Abreu, espontaneidade e rigor*. Lisboa: Fundação Portuguesa das Comunicações.

BARTHES, Roland. (2006) *A Câmara clara*. Lisboa: Edições 70.

BARTHES, Roland. (2009) *Variações sobre a escrita*. Lisboa: Edições 70.

BÁRTOLO, José. (2011) *Almanaque, Pli arte e design n.º1*. Matosinhos.

BÁRTOLO, José. (2012) *Fred Kradolfer: O modernismo suíço em Portugal*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

BÁRTOLO, José. (2015) *Design Português, 1940-1959*. Vila do Conde: Verso da História.

BÁRTOLO, José. (2016) Marques ilustrador, designer gráfico e director de arte. In ROSA, Vasco e BÁRTOLO, José. *Bernardo Marques*. Matosinhos: Cardume Editores.

BÁRTOLO, José. (2016) Sebastião Rodrigues, designer da alegria e da parcimónia. In BÁRTOLO, José. *Sebastião Rodrigues*. Matosinhos: Cardume Editores.

BASS, Saul *et al.* (1997) *Essays on Design 1, AGI's Designers of Influence*, London: Blooth-Clibborn Editions.

BASS, Jennifer; KIRKHAM, Pat. (2012) *Saul Bass, a Life in Film & Design*. London: Laurence King.

BASTARDO, Rute. (2012) *Paulo Guilherme, 1932-2010, Lisboa*. In RAIIO, Catarina (coord.) (2012) *Paulo- Guilherme, design de comunicação e interiores*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2012.

BELFORD, Paul. (2016) *More is More*. London: Creative Review (June).

BERGER, John (2008) *John — Ways of Seeing*. London: Penguin Books, 2008.

BERNARD, Pierre. (1991) *The Social Role of the Graphic Designer*, In BASS, Saul *et al* (1991). *Essays on Design 1, AGI's Designers of Influence*. London: Booth-Clibborn Editions.

BICKER, João. (2001) *Manual tipográfico de Giambattista Bodoni*. Coimbra: Almedina.

BIERUT, Michael *et al.* (1994) *Looking Closer, Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press.

BIERUT, Michael *et al.* (1999) *Looking Closer 3, Classic Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press.

BIERUT, Michael. (2007) *Seventy Nine Essays on Design*. New York: Princetown Architectural Press.

BILAK, Peter; ASHER, Linda. (2013) Translation is a Human Interchange. Den Haag: *Works that Work, A Magazine of Unexpected Creativity*, issue 1, Winter.

BILL, Max. (1946) On Typography, In KINROSS, Robin; WALKER, Sue (2000). *Typography Papers 4*. Reading: University of Reading. (originalmente publicado em Schweizer Graphische Mitteilungen, abril 1946).

BOARDLEY, John. (2014) *St. Catherine, Bad Feet, & The First Italic* (consultado a 29/01/2016 em: <http://ilovetypography.com/2014/11/25/notes-first-italic/>).

BOAVIDA, Ana. (2010) Uma coleção. In DAMIÃO, Helena. (2010) *De Rerum Natura*. (<http://dererummundi.blogspot.pt/2010/06/um-colecao.html>) consultado em 9 de Setembro de 2015.

BODONI, Giambattista. (2001) In BICKER, João. (2001) *Manual Tipográfico de Giambattista Bodoni*. Coimbra: Almedina.

BORGES, Jorge Luis. (1999) Evaristo Carriego. In, *Obras completas I*. Lisboa: Círculo de Leitores.

BORGES, Jorge Luis. (1999) *Obras completas IV*. Lisboa: Círculo de Leitores.

BRINGHURST, Robert. (2011) *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosacnaify.

CALADO, Isabel. (2003) *Fronteiras da imagem com a palavra, contributo para uma abordagem da representação e cultura visuais*. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

CALADO, Jorge. (2014) Livros (*Tabela Periódica*) — Lisboa: *Actual / Expresso*, nº2175, de 5 de Julho.

CARLIN, Gerry; JONES, Mark (2007). *Pop Goes the Paperback*. In MATTHEWS, Nicole; MOODY, Nickianne (2007) *Judging a Book by its Cover*. Hampshire: Ashgate Publishing Company.

CARTER, John. (2012) *Then and Now, 1949*. New York: *The Times Literary Supplement / New York Times* (4 may).

CARVALHO, Ana Isabel Silva. (2008) *A capa de livro: o objecto, o contexto, o processo*. Porto: Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

CASTRO, Aníbal Pinto de (2001). In GUEDES, Fernando. (2001) *O livro como tema. História, cultura, indústria*. Lisboa: Verbo.

CHARTIER, Roger. (1988) *A História cultural. Entre práticas e representações*. Lisboa: Difel.

CHARTIER, Roger (coord.). (1998) *As utilizações do objecto impresso*. Algés: Difel.

COLLIN, P. H.. (1989) *Dictionary of Printing and Publishing*. Teddington: Peter Collin Publishing Ltd, .

CONNOLLY, Joseph. (2009) *Faber and Faber, Eighty Years of Book Design*. London: Faber and Faber.

COSTA, Orlando. (1995) *Uma nota biográfica e duas de rodapé...* In *Sebastião Rodrigues designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

COUTINHO, Bárbara. (2011) *Victor Palla, para além dos limites formais do papel*. In RAIIO, Catarina (coord.) (2011) *Victor Palla*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

COUTINHO, Bárbara. (2009) *Sena da Silva*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

CULLEN, Kristin. (2012) *Design Elements, Typography Fundamentals, a Graphic Style Manual for Understanding How Typography Affects Design*. Massachusetts: Rockport.

DELAMARE. (1890) *O Ensino Profissional*. In “O Gráfico”, ano I, (Lisboa 1/6/1890: 3), In PACHECO, José. (1988) *A Divina Arte Negra e o Livro Português, séculos xv e xvi*. Lisboa: Vega.

DOUBLEDAY, Richard B. (2006) *Jan Tschichold at Penguin Books. A Resurgence of Classical Book Design*. Kent: *Baseline International Tipographic Magazine*, 49.

DYCKHOFF, Tom. (2001). *They've Got it Covered*. London: The Guardian, September, 15th. (<http://www.theguardian.com/books/2001/sep/15/historybooks.features>) consultado a 9/5/2016.

DREW, Ned, STERNBERGER, Paul. (2005) *By It's Cover, Modern American Book Cover Design*. New York: Princeton Architectural Press.

DRUCKER, Johanna; McVARISH, Emily. (2013) *Graphic Design History, a Critical Guide*, 2nd. ed. New Jersey: Pearson.

DÜRER, Albrecht. (2013) *Do desenho das letras*. Coimbra: Almedina.

ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim. (2008) *Design Dictionary, Perspectives on Design Terminology*. Basel: Birkhausen.

ESKILON, Stephen J. (2012) *Graphic Design a History*. London: Laurence King.

FARIA, Maria Isabel; PERICÃO, Maria da Graça. (2008) *Dicionário do livro, da escrita ao livro electrónico*. Coimbra: Almedina.

FAWCETT-TANG, Roger; ROBERTS, Caroline. (2004) *New Book Design*. London: Laurence King Publishing.

FERREIRA, Luís Miguel Marques. (2014) *Artes gráficas en el período de las vanguardias históricas 1909–1926*. Barcelona: Facultad de Bellas Artes de Barcelona.

FERREIRA, Paulo Gaspar. (1997) *Dicionário de termos alfarrabísticos*. Porto: In-Libris, Sociedade para a Promoção do Livro e da Cultura.

FERRO, António. (1933) *Salazar, o homem e a sua obra*. Lisboa: Empresa Nacional de Publicidade.

FIGUEIREDO, Armando António Martins de. (1962) In SILVA, Libânio da. (1962) *Manual do tipógrafo*, 2.ª ed. Lisboa: Grémio Nacional dos Industriais Gráficos.

FIGUEIREDO, Cândido. (1996) *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*, 25ª ed.. Lisboa: Bertrand.

FIOR, Robin. (1995) Glifo, signo, assinatura, design. In *Sebastião Rodrigues Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

FIOR, Robin. (2005) *Sebastião Rodrigues and the Development of Modern Graphic Design in Portugal*. Reading: University of Reading, Department of Typography and Graphic Communication.

FIOR, Robin. (2010) A Odisseia de António Garcia In PESSOA, Sofia da Costa. (2010) *António Garcia Designer zoom in/zoom out*. Lisboa: MUDE Museu do Design e da Moda.

FLETCHER, Alan. (2006) *Picturing and Poeting*. London: Phaidon Press Limited.

FLETCHER, Alan. (2007) *The Art of Looking Sideways*. London: Phaidon Press Limited.

FLETCHER, Alan. (2004) *Beware Wet Paint*. London: Phaidon Press Limited.

FRAGOSO, Margarida. (2009) *Formas e expressões da comunicação visual em Portugal*. Lisboa: Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.

FRANÇA, José Augusto. (1991) *O Modernismo na arte portuguesa*. Lisboa: Instituto da Cultura e Língua Portuguesa.

FURTADO, José Afonso. (1995) *O livro*. Lisboa: Difusão Cultural.

GARAMOND, Jacques; ROTZLER Willy. (1983) *Art and Graphics*. Zurich: ABC Verlag. In BASS *et al.* (1997) *Essays on Design 1, AGI's Designers of Influence*, London: Blooth-Clibborn Editions.

GARCIA, António. (2009) In FRAGOSO, Margarida. (2009) *Formas e expressões da comunicação visual em Portugal*. Lisboa: Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.

GARCIA, António. (1961) As capas e os livros. Lisboa: *A vida literária / Diário de Lisboa* (13 de Abril).

GENETTE, Gerard. (1997) *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. Cambridge: Cambridge University Press.

GERVEREAU, Laurent. (2007) *Ver, compreender, analisar as imagens*. Lisboa: Edições 70.

GHISELIN, Brewster (1952). *The Creative Process*. New York: American Library, 1952.

- GILL, Eric. (2003) *Ensaio sobre a tipografia*. Coimbra: Almedina.
- GLASER, Milton. (1994) Some Thoughts on Modernism: Past, Present and Future. In *Looking Closer, Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press.
- GODFREY, Jason. (2009) *Bibliographic, 100 Classic Graphic Design Books*. London: Laurence king Publishing Ltd.
- GODFREY, Jason. (2012) Naqued Words. London: *Eye Magazine* 82, vol 21.
- GOLEC, Michael. (1998) Memory, Instinct, and Design: Beyond Paul Rand's "Play Principle". In HELLER, Steven. (1998) *The Education of a Graphic Designer*. New York: Allworth Press.
- GOLDBERG, Ron. (2000) *Digital Typography Pocket Primer: Practical Advice for Getting the Type You Want When You Want it*. SanDiego: Frank Romano.
- GOLDING, John. (1988) *The Triumph of Picasso*. New York: New York Review of Books. (<http://www.nybooks.com/articles/1988/07/21/the-triumph-of-picasso/>) consultado a 18/05/2016.
- GORIOT-LETÉ, Anne *et al.* (2011) *Dicionário da Imagem*. Lisboa: Edições 70.
- GRAY, John. (2008) In HOWARD, Andy. (2008) *Gateways, uma Exposição Internacional de Capas de Livros*. Porto: Silo Espaço Cultural/NorteShopping e Fundação de Serralves.
- GUEDES, Fernando. (1987) *O livro e a leitura em Portugal. Subsídios para a sua história. sécs. XVIII–XIX*. Lisboa/São Paulo: Verbo.
- GUEDES, Fernando. (2001) *O livro como tema. História, cultura, indústria*. Lisboa: Verbo.
- HANSEN, Thomas S. (2005) *The Design Legacy of George Salter, Classic Book Jackets*. New York: Princeton Architectural Press.
- HARA, Kenya. (2008) *Designing Design*. Baden: Lars Muller Publishers.
- HARAK, Rudolph de. (1997) *Thoughts on Modernism. Essays on Design 1 AGI's Designers of Influence*. London: Booth Clibborn Editions.

HARVEY, Michael In MORLINGHEM, Sébastien (2014) Couvrir, recouvrir, redécouvrir. Paris: *Etapas Magazine* 218.

HELLER, Steven. (1994) Looking Closer at Design Criticism. In BIERUT, Michael *et al.* (1994) *Looking Closer*. New York: Allworth Press.

HELLER, Steven. (1999) *Paul Rand*. London: Phaidon Press.

HELLER, Steven; MEGGS, Philip. (2001) The Cult of Lower Case. *Texts on Type, Critical Writings on Typography*. New York: Allworth Press.

HELLER, Steven. (2003) When Paperbacks Went Highbrow. Modern Cover Design in the 50s and 60s. Kent: *Baseline International Typographic Magazine vol. 43*.

HELLER, Steven; ILIC, Mirko. (2004) *Handwritten*. London: Thames & Hudson.

HELLER, Steven. (2004) Alvin Lustig, the Lost Ad man and his Forgotten Ads. Kent: *Baseline International Typographic Magazine*, 44.

HELLER, Steven. (2006) *Modern Times*. London: *Eye Magazine* 61 VOL.16.

HELLER, Steven (2010) *The Catcher: The Cover*. (<http://www.printmag.com/article/catcher-the-cover/>) consultado a 2/3/2016.

HELLER, Steven; COHEN, Elaine Lustig. (2010) *Born Modern, the Life and Design of Alvin Lustig*. San Francisco: Chronicle Books.

HOLLIS, Richard. (1994) *Graphic Design, A Concise History*. London: Thames & Hudson.

HOLLIS, Richard. (1995) *Language Unleashed*. (consultado a 12/05/2016 em: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/language-unleashed> (consultado a 12/05/2016).

HOLLIS, Richard. (1999) Robin Fior, Design in Search of a Revolutionary Language. London: *Eye Magazine* n°32, VOL.8.

HOLLIS, Richard. (2012) *Writings About Graphic Design*. London: Occasional Papers.

HOWARD, Andy. (2008) *Gateways, uma Exposição Internacional de Capas de Livros*. Porto: Silo Espaço Cultural/NorteShopping e Fundação de Serralves.

- JOLY, Martine. (2007) *Introdução à análise da imagem*. Lisboa: Edições 70.
- KERCKHOVE, Derrick de. (1997) *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio d'Água.
- KALMAN, Tibor; MILLER, Abbott; JACOBS, Karrie. (1994) Good History/ Bad History. In BIERUT, Michael *et al.* (1994) *Looking Closer*. New York: Allworth Press.
- KANDINSKY, Wassily. (1991) *Do espiritual na arte*. Lisboa: Dom Quixote.
- KIDD, Chip. (2005) *Book One*. New York: Rizzoli International Publications.
- KIDD, Chip. (2008) In ZACCARIA, Diego. (2008) *We Love Books*. Echirolles: Centre du Graphisme d'Echirolles.
- KIDD, Chip. (2013) *A Kidd's Guide to Graphic Design*. New York: Workman Publishing Company.
- KINROSS, Robin. (2004) *Modern Typography, an Essay in Critical History*. London: Hyphen Press.
- KRIS, Ernst; KURZ, Otto. (1998) *Lenda, mito e magia na imagem do artista, uma experiência histórica*. Lisboa: Editorial Presença.
- LEAL, Joana Cunha; e SANTOS, Mariana Pinto dos. (2016) As “sete cabeças” do modernismo. In *Arte crítica política*. Lisboa: Tinta da China.
- LEBORG, Christian. (2013) *Gramática visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LEME, João da Câmara. (1961) As capas e os livros, In *A vida literária / Diário de Lisboa* 142 (13 de abril).
- LEMMENS, Harrie. (2016) Traduzir é inventar o que lá está. *Revista Ler* 141, Primavera.
- LEWIS, John; BRINKLEY, John. (1954) *Graphic Design*. London Routledge & Kegan Paul.
- LIONNI, Leo. (1994) The Urge to Make Things. In BIERUT *et al.* (1994) *Looking Closer, Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press.
- LISBOA, Eugénio. (1984) *O segundo Modernismo em Portugal*. Lisboa: Instituto de Cultura e Língua Portuguesa.



LLOP, Rosa. (2014) *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros, hacia un lenguaje de parámetros*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

LITO, Raquel. (2014) António Garcia, morreu o homem que desenhou o SG Ventil. Revista *Sábado*, 18 de Julho. (consultado a 01/05/2018 em: <http://www.sabado.pt/gps/detalhe/antonio-garcia-o-homem-que-desenhou-o-sg-ventil> .

LOSOWSKY, Andrew. (2013) *Fully Booked. Ink on Paper Design and Concepts for New Publications*. Berlin: Gestalten.

LUPTON, Ellen; MILLER, Abbott. (1994) A Natural History of Typography. In BIERUT, Michael *et al.* (1994) *Looking Closer, Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press.

LUPTON, Ellen; MILLER, Abbott. (1999) *Design Writing Research, Writing on Graphic Design*. London: Phaidon.

LUPTON, Ellen. (2004) *The Science of Typography*. (consultado a 20 de Julho de 2018 em: [https://www.typosheque.com/articles/the\\_science\\_of\\_typography](https://www.typosheque.com/articles/the_science_of_typography))

LUPTON, Ellen. (2006) *Pensar com tipos*. São Paulo: Cosac Naify.

LUPTON, Ellen. (2008) *Novos Fundamentos do Design* Lupton. New York: Princeton Architectural Press and Maryland Institute College of Art.

LUSTIG Alvin. (1956) What is a designer? In BIERUT, Michael *et al.* (1994) *Looking Closer, Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press.

LUSTIG Alvin In DREW, Ned, STERNBERGER, Paul. (2005) *By It's Cover, Modern American Book Cover Design*. New York: Princeton Architectural Press.

LYONS, Martyn. (2011) *Books, A Living History*. London: Thames & Hudson.

McCARTHY, Fiona. (2006). In FLETCHER, Alan. (2006) *Picturing and Poeting*. London: Phaidon Press Limited.

McCLEERY, Alistair. Tauchnitz and Albatross: A community of Interest's. In *English-language paperback Publishing, 1934–51*. (consultado a 17/06/2015 em: <http://library.oxfordjournals.org/> at Ryerson University).

MacCORMACK, Dermot. (2016) Design Through Doing. Palla and Rodrigues, *Pioneers of Portuguese Design*. Karlsruhe: *Slanted Magazine*, 27 Spring/Summer.

MARE, Richard de La. (1939) In CONNOLLY, Joseph. (2009) *Faber and Faber, Eighty Years of Book Design*. London: Faber and Faber.

MARQUES, Pedro Piedade. (2012) *O Espírito e as Letras*. Lisboa: Revista Ler, Maio.

MARQUES, Pedro Piedade. (2014) *Livros numa tarde de Verão* (consultado a 12 de Fevereiro de 2016 em: <https://pedromarquesdg.wordpress.com/tag/sebastiao-rodrigues/>).

MARQUES, Pedro Piedade. (2015) “A Navalha na Carne”, ou a cantora careca nos trópicos. (consultado a 28 de Fevereiro de 2017 em: <https://pedromarquesdg.wordpress.com/tag/robert-massin/>).

MARQUES, Pedro Piedade. (2015) *João da Câmara Leme*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

MARSH, Don. (1996) *Calligraphy*. Cincinnati: North Light Books.

MARTINS, João Palla e Carmo Reinas. (2005) *Victor Palla 1922-2006, um levantamento crítico*. Lisboa: IADE.

MARTINS, João Palla. (2011) *Victor Manuel Palla e Carmo, 1922–2006, Lisboa. apud* RAIÓ, Catarina (coord.) (2011) *Victor Palla, design de comunicação*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

MAU, Bruce. (2002) *An incomplete manifesto for growth*. In BIERUT *et al.* (2002) *Looking Closer IV: Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press/AIGA.

MCLEAN, Ruari. (1951) *Modern Book Design*. London, New York, Toronto: The British Council.

McMURTRIE, Douglas C. (1982) *O livro, impressão e fabrico*. Lisboa: Fundação Callouste Gulbenkian.

McKOY, Catherine. (2005) Education in an Adolescent Profession. In HELLER, Steven. (2005) *The Education of Graphic Designer*. New York: Alworth Press.

McKOY, Catherine. (1993) Countering the Tradition of the Apolitical Designer. In BASS, Saul *et al.* (1997) *Essays on Design 1, AGI's Designers of Influence*. London: Booth–Clibborn Editions.

MEGGS, Philip. (2003) In RESNICK, Elizabeth. (2003) *Design for Communication, Conceptual Graphic Design Basics*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

MEGGS, Philip; PURVIS, Alston. (2009) *História do design gráfico*. São Paulo: Cosac-Naify.

MELLO, Thomaz de. (1986) *Falando do Ofício*. Lisboa: Sociedade Tipográfica.

MELLO, Thomaz de. (1989) In FRAGOSO, Margarida. (2009) *Formas e expressões da comunicação visual em Portugal*. Lisboa: Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.

MELO, Jorge Silva. (2010) *Um livro uma capa as escolhas de Jorge Silva Melo* (consultado a 2 de março de 2015 em: <https://pedromarquesdg.wordpress.com/2010/09/03/um-livro-uma-capas-escolhas-de-jorge-silva-melo-iii/>).

MENDELSUND, Peter (2011) (consultado a 12/05/2016 em: <http://jacketmechanical.blogspot.pt/2011/11/1-fictions.html>).

MENDELSUND, Peter (2014). *The Jacket Designer's Challenge: To Capture A Book By Its Cover* (consultado a 12/05/2016 em: <https://www.npr.org/2014/10/16/345548582/the-jacket-designers-challenge-to-capture-a-book-by-its-cover?t=1534159936060>).

MENDELSUND, Peter. (2014) *What We See When We Read*. New York: Vintage Books/Random House.

MENDELSUND, Peter. (2015) In TANNER, Matt. (2015) *The Rumpus Interview With Peter Mendelsund*. (consultado a 03/05/2018 em: <http://therumpus.net/2015/01/the-rumpus-interview-with-peter-mendelsund/>).

MENDELSUND, Peter. (2014) *Cover*. Brooklyn New York: PowerHouse Books.

MIGUÉIS, José Rodrigues; SARAMAGO, José. (2010) *Correspondência 1959–1971*. Lisboa: Caminho.

MOHOLY-NAGY, László. (1969) *Painting, Photography, Film*. London: Lund Humphries.

MORLIGHEM, Sebastien. (2014) *Couvrir, recouvrir, redécouvrir, regarde sur les lettrages et les illustrations de couvertures des livres anciens publiés entre 1930 et 1950. De la recherche à l'acte de collection*. Paris: *Etapes Magazine*, 218 Mars–Avril.

MORRIS, William. (1893) *The Ideal Book*. London: Transactions of the Bibliographical Society. (consultado a 18/05/2016 em: <https://archive.org/details/idealbookapaperoomorrgoog>).

MOURA, Mário. (2012) *Paulo Guilherme*. Lisboa: Imprensa Nacional–Casa da Moeda.

MULLER, Lars. (2004) In FAWCETT, Roger e TANG, Caroline. (2004) *New Book Design*. London, Laurence King Publishing.

MUNARI, Bruno. (1990) *Artista e Designer*, 3.<sup>a</sup> Edição. Lisboa: Editorial Presença.

OWENS, Mark. (2003) *Soft Modernist: Discovering the Book Covers of Fred Troller*. The Netherlands: *Dot Dot Dot* n.º6.

OWENS, Mark. (2008) In FRAGOSO, Margarida. (2009) *Formas e expressões da comunicação visual em Portugal*. Lisboa: Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.

OLIVEIRA, Fernando Jorge Matias Sanches de. (2007). *Victor Palla Cultura Visual Tipográfica*. Lisboa: IADE.

PACHECO, José. (1988) *A divina arte negra e o livro português, séculos xv e xvi*. Lisboa: Vega.

PAIXÃO, Fernando. (2008) In POWERS, Alan. (2008) *Era uma vez uma capa*. São Paulo: Cosac Naify.

PALLA, Victor (1961). *As capas e os livros*. Lisboa: *A vida literária / Diário de Lisboa* (13 de Abril).

PALLA, Victor. (1986) *Falando do Ofício*. Lisboa: Sociedade Tipográfica.

PEARSON, David. (2008) In HOWARD, Andy. (2008) *Gateways, uma Exposição Internacional de Capas de Livros*. Porto: Silo Espaço Cultural/NorteShopping e Fundação de Serralves.

PEIXOTO, Jorge. (1982) In McMURTRIE, Douglas C. (1982) *O livro, impressão e fabrico*. Lisboa: Fundação Callouste Gulbenkian.

PIRES, José Cardoso. (1995) *Lembrança para Sebastião Rodrigues In Sebastião Rodrigues Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

PLATÃO (1989). *Hípias Maior*, 2.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Instituto Nacional de Investigação Científica/Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos da Universidade de Coimbra.

PORCHEZ, Jean François. *Maximilien Vox, Typographer* (consultado a 20/03/2015 em: <http://typofonderie.com/gazette/post/maximilien-vox-typographer-etc/>).

PORTAS, Catarina. (2008) O último livro da Ulisseia s.f.f., Joaquim Figueiredo de Magalhães 1916–2008. Lisboa: *Ípsilon / Público* (01 de Dezembro).

PORTELA, Manuel. (2003) *O Comércio da Literatura*. Lisboa: Antígona.

POTTER, Norman. (2002) *What is a Designer: Things, Places, Messages*. London: Hyphen Press.

POWERS, Alan. (2001) *Front Cover: Great Book Jacket and Cover Design*. London: Mitchell Beazley.

POWERS, Alan. (2008) *Era uma vez uma capa*. São Paulo: Cosac Naify.

POYNOR, Rick. (2001) You Can Judge a Cover by its Book. *Eye Magazine* 39, VOL.10.

POYNOR, Rick. (2004) Graphic Design / Romeck Marber. *Eye Magazine* 53, VOL.14.

PULLMAN, Chris. (1998) *Some Things Change. The Education of a Graphic Designer*. New York: Allworth Press.

RAND, Paul. (1985) *A Designers Art*. New Haven: Yale University Press.

RESNICK, Elizabeth. (2003) *Design for Communication, Conceptual Graphic Design Basics*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

ROBERTSON, Keith (1993), *Looking Closer On Critical Writings on Graphic Design* nº1, 1994. New York: Allworth Press.

ROCK, Michael. (2013) *Multiple Signature. On Designers, Authors, Readers and Users*. New York: Rizzoli.

ROCK, Michael. (1996) The Designer as Author. London: *Eye Magazine* nº. 20 VOL. 5, 1996). <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author> (consultado a 1 de Outubro de 2015 ).

RODRIGUES, Sebastião. (1986) *Falando do ofício*. Lisboa: Sociedade Tipográfica.

ROSA, Vasco. (2016) Os livros primeiro que tudo. In ROSA, Vasco e BÁRTOLO, José. (2016) *Bernardo Marques*. Matosinhos: Cardume Editores.

ROSA, Vasco. (2016) Alquimista de sinais sensíveis. In BÁRTOLO, José. (2016) *Sebastião Rodrigues*. Matosinhos: Cardume Editores.

ROSNER, Charles. (1954) *The Growth of the Book-Jacket*. Cambridge Massachusetts: Harvard University Press.

RUDER, Emil. (2009) *Typographie*, 8th ed. Zurich: Verlag Niggli AG.

SCHREUDERS, Piet. (1981) *The Book of Paperbacks. A Visual History of the Paperback Book*. London: Virgen Books.

SCHWANITZ, Dietrich. (2004) *Cultura, tudo o que é preciso saber*. Lisboa: Dom Quixote.

SEYMOUR, Aaron. (2007) Do it Again, *Eye Magazine* 65, VOL.17.

SHAUGHNESSY, Adrian. (2005) *How To Be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*. London: Laurence King.

SHAUGHNESSY, Adrian. (2009) *Graphic Design: A User's Manual*. London: Laurence King.

SILVA, Jorge. (2012) *Ceci n'est pas un livre* (consultado a 12 de fevereiro de 2018 em: <https://almanquesilva.wordpress.com/category/adalberto-sampaio/>)

SILVA, Jorge. (2015) *João da Câmara Leme*. Lisboa: Imprensa Nacional–Casa da Moeda.

SILVA, Libânio da. (1962) *Manual do tipógrafo*, 2.<sup>a</sup> ed. Lisboa: Grémio Nacional dos Industriais Gráficos.

SILVA, Maria Ramos da. (2014) *António Garcia, desenho de um quotidiano aqui tão perto*. (consultado a 22 de Maio de 2017 em: <https://ionline.sapo.pt/263633>).

SILVA, Sena da. (1995) Designer e alquimista de sinais visíveis. In *Sebastião Rodrigues Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

- SIMON, Oliver. (1946) *Introduction to Typography*. London: Faber and Faber.
- SNYMAN, Magdalen. (2005) The History of the Book Jacket in the 19th and Early 20th Century. Oxford: *The Journal of Publishing Culture*, vol4, may.
- SONTAG, Susan. (1970) Posters: Advertisement, Art, Political Artifact, Commodity. In BIERUT *et al.* (1999) *Looking Closer 3, Classic Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press.
- SPIEKERMANN, Eric; GINGER, E. M. (1993) *Stop Stealing Sheep and Find Out How Type Works*. California: Adobe Press.
- SPOCCRATI, Sandro (dir.). (1994) *Guia de História da Arte*. Lisboa: Editorial Presença.
- STONE, Sumner. (2001) *Caligraphic Type Design in the Digital Age*. California: Gingko Press.
- SWANSON, Gunnar. (1997) Graphic Design Education as a Liberal Art: Design and Knowledge in the University and the “Real World”. In BIERUT, Michael *et al.* (1997) *Looking Closer 2*. New York: Allworth Press.
- TAVARES, Cristina Azevedo. (1995) *S.R. Designer*. Lisboa: Fundação Callouste Gulbenkian.
- THOREAU, Henry David. (2009) *Walden ou a vida nos bosques*. Lisboa: Antígona.
- TRACY, Walter. (1986) *Letters of Credit*. London: David R. Godine. p20,
- TSCHICHOLD, Jan. (1998) *The New Typography. A Handbook for Modern Designers*. Berkeley: University of California Press.
- TSCHICHOLD, Jan. (2000) Belief and Reality. *Typography Papers 4*. Reading: Department of Typography & Graphic Communication, The University of Reading. (First published in Schweizer Graphische Mitteilungen, June 1946).
- TSCHICHOLD, Jan. (2006) in DOUBLEDAY, Richard B. (2006) Jan Tschichold at Penguin Books. A Resurgence of Classical Book Design. Kent: *Baseline International Tipographic Magazine*, 49.
- VIGNELLI, Massimo. (1991) “Long Live Modernism” In BIERUT, Michael *et al.* (1994) *Looking Closer, Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press. (publicado originalmente no AIGA Journal of Graphic Design, vol.9, n°2, 1991).

WALTERS, John L. (2016) *The Case of Romek Marber*. London: Eye Magazine 91 vol. 23.

WARHOL, Andy. (2004) *Fashion*. London: Thames & Hudson.

WEEDON, Alexis (2007). In real life: book covers in the internet bookstore. In MATTHEWS, Nicole; MOODY, Nickianne (2007). *Judging a Book by its Cover*. Hampshire: Ashgate.

WHITE, Alex W. (2002). *The Elements of Graphic Design, Space, Unity, Page Architecture, and Type*. New York: Allworth Press.

WOLF, Laeticia. (2007) *Massin*. New York: Phaedon.

WONG, Wucius. (1993) *Principles of Form and Design*. New York: John Wiley & Sons.

ZACCARIA, Diego. (2008) *We Love Books*. Èchirolles: Centre du Gaphisme d'Èchirolles.

OUTRAS FONTES CONSULTADAS:

<http://www.alvinlustig.com/>

<http://www.paul-rand.com>

<http://roykuhlman.com/>

<https://paperbackrevolution.wordpress.com/albatross/>

<http://thetruthaboutart.org.uk>

<https://library.rit.edu/gda/>

[http://paraisodolivro.blogspot.pt/2014\\_11\\_01\\_archive.html](http://paraisodolivro.blogspot.pt/2014_11_01_archive.html)

<http://livrariapodoslivros.blogspot.pt/>

<https://www.inverso.pt/FC/index.htm>

<http://webopac.sib.uc.pt/>

<https://almanaquesilva.wordpress.com/>



**7.**  
**ANEXOS**

*fichas individuais,*  
*imagens das capas*  
*visualização comparativa dos dados*

## 7.1. FICHAS INDIVIDUAIS

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Relação tipografia e imagem	Tipologia usada na capa
1 Alcateia	Carlos de Oliveira	Coimbra Editora	1944	Vitor Palla	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)	Ilustração
2 Juventude radiosa	Dr. Thamer Toth	Coimbra Editora	1944	Vitor Palla	Tipografia	Manual incisa	Justificado	Não	Não	Não	Não		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Ilustração
Novos contos da 3 montanha	Miguel Torga	Coimbra Editora	1944	Vitor Palla	Misto (i.e: Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Justificado	Não	Não	Não	Não		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Ilustração
4 Casada malta	Fernando Namora	Coimbra Editora	1945	Vitor Palla	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	Sim	N/A	N/A		Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)	Ilustração
Coimbra de capa e 5 batina	Carminé Nobre	Atlântida	1945	Vitor Palla	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Ilustração
Antologia do conto 6 moderno	Dorothy Parker	Atlântida	1945	Vitor Palla	Misto (i.e: Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Sim	N/A		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Ilustração
Antologia do conto 7 mderno	Ignazio Silone	Atlântida	1945	Vitor Palla	Misto (i.e: Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Sim	N/A		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Ilustração
8 Ilha doída	Joaquim Ferrer	Coimbra Editora	1945	Vitor Palla	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobrannte)	Ilustração
9 Incomodiade	Joaquim Namorado	Atlântida	1945	Vitor Palla	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Justificado	Não	Sim	Não	Sim		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Ilustração
Antologia do conto 10 moderno	John Steinbeck	Atlântida	1945	Vitor Palla	Misto (i.e: Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Centrado, Justificado	Não	Não	Sim	N/A		Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobrannte)	Ilustração
Novos contos da 11 montanha	Miguel Torga	Coimbra Editora	1945	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Não	Não	Não		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Ilustração
Os barcos descem 12 o rio	Guedes de Amorim	Atlântida	1945	Vitor Palla	Misto (i.e: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Justificado	Não	Sim	Não	Não	Kenning - Problemas ligeiros	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Ilustração
Para além da 13 bruma	Fernando Morgado de Andrade	Coimbra Editora	1945	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica	Centrado	Não	Não	Não	Não	Kenning - Problemas ligeiros, Cor/Contraste	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobrannte)	Ilustração

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
14 Regresso à vida	Armando Paschoa	Coimbra Editora	1945	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Não	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
Talia, Euliepe & Teriscore	Fernando Lopes Graça	Atlântida	1945	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
Antologia do conto moderno	Erskine Caldwell	Atlântida	1946	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
Antologia do conto moderno	Herbert George Wells	Atlântida	1946	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Sim	Sim	N/A		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
Antologia do conto moderno	Miguel de Unamuno	Atlântida	1946	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
19 Montanha russa	Tomaz Ribas	Coimbra Editora	1946	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
A morte veio de madrugada	Maria Archer	Coimbra Editora	1946	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Técnica mista (e.g. Ilustração + tipografia, fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
21 Vagão J.	Virgílio Ferreira	Coimbra Editora	1946	Vitor Palla	Tipografia	Serifada egípcia, Manual Caligráfica	Centrado, Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
Antologia do conto moderno	Elsa Triolet	Atlântida	1947	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
História do conto policial	Victor Palla (org.)	Coimbra Editora	1947	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Justificado	Não	Sim	Não	Não	Espaceamento - Problemas grosseiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
Antologia do conto moderno	Somerset Maugham	Atlântida	1947	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica, Serifada moderna	Justificado	Não	Não	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
Tempos de Coimbra	António Cabral	Coimbra Editora	1947	Vitor Palla	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Justificado	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
A voz de além túmulo	Leon Tolstol	Coimbra Editora	1947	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Centrado, Justificado	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
27	Antologia do conto moderno	William Saroyan	Atlântida	1947	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica, Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	N/A		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
28	Antologia do conto moderno	Virginia Woolf	Atlântida	1951	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Sim	N/A		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
29	A cidade do sossego	Nicolau Gogol	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
30	A um deus desconhecido	John Steinbeck	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
31	Antologia do conto moderno	David Herbert Lawrence	Atlântida	1952	Vitor Palla	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grottesca	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
32	Histórias de amor	José Carcoso Pires	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
33	Morte de um caixeiro viajante	Arthur Miller	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
34	Chapéu de três bicos	Pedro António de Alarcón	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
35	O fogo e as cirzias	Manuel da Fonseca	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
36	O grilo e o leão	—	Coimbra Editora	1952	Vitor Palla	Tipografia	Manual gráfica	Centrado, Alinhado à esquerda, Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	N/A		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
37	O navio dentro da cidade	André Keitros	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
38	O pão da mentira	Horace McCoy	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
39	Os homens e os outros	Elio Vittorini	Três Abelhas	1952	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda	Não	Sim	N/A	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
40	Antologia do conto moderno	Edna Ferber	Atlântida	1953	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Sim	N/A		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
41	Elucidário do Alentejo	João Falcato	Coimbra Editora	1953	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
42	Fogo no mar	João Falcato	Coimbra Editora	1953	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
43	Novos clausitros na montanha	Bastos Xavier	Coimbra Editora	1953	Vitor Palla	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
44	Antologia do conto moderno	Pirandello	Atlântida	1953	Vitor Palla	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
45	Uma abelha na chuva	Carlos de Oliveira	Coimbra Editora	1953	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
46	Antologia do conto moderno	Ana Seghers	Atlântida	1954	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Sim	N/A		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
47	Caminhada	Leão Penedo	Realizações	1956	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
48	A mesca verde	Natália Nunes	Coimbra Editora	1957	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
49	Coimbra dos doutores	João Falcato	Coimbra Editora	1957	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
50	Policías e ladrões	José Carmo (org.)	Coimbra Editora	1957	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda	Sim	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
51	Teatro moderno	Luiz Francisco Rebello	edição de autor	1957	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
52	Antologia do conto moderno	Valle Inclan	Atlântida	1957	Vitor Palla	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
53	Adolescente agrilhoado	José Marmelo e Silva	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
54	Antologia do conto moderno	Anatole France	Atlântida	1958	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Sim	N/A		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
55	Aquela casa amarela	W. Strong-Ross	Coimbra Editora	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
56	A rapariga dos olhos de ouro	Honoré de Balzac	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Calligráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
57	As sete partidas do mundo	Fernando Namora	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
58	As desventuras do senhor Pinóid	Evelyn Waugh	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Calligráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
59	As escarpas do medo	Luis Cajão	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
60	Eu queria viver	Manuel do Nascimento	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Alinhado à esquerda	Sim	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
61	Os filhos do pai Tomás	Richard Wright	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
62	O homem disfarçado	Fernando Namora	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
63	A lua e as fogueiras	Cesare Pavese	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Calligráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
64	Mudança	Vergílio Ferreira	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
65	Não sou Stiller	Max Frisch	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Sim	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
66	O demônio branco	Leão Tolstói	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica irregular	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
67	Peyton Place	Grace Metalious	Arcádia	1958	Vitor Palla	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
68	Tempo de angústia	Rogério de Freitas	Arcádia	1958	Vitor Palla	Tipografia	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
69	As mais belas histórias do natal	Miguel Urbano Rodrigues (org.)	Arcádia	c 1958	Vitor Palla	Tipografia	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
70	Amblogia do conto moderno	Alphonse Daudet	Atlântida	1959	Vitor Palla	Tipografia	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
71	Anes que o galo canta	Cesare Pavese	Arcádia	1959	Vitor Palla	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à esquerda	Não	N/A	Sim	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
72	As frias madrugadas	Fernando Namora	Arcádia	1959	Vitor Palla	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
73	Cidade Solitária	Fernando Namora	Arcádia	1959	Vitor Palla	Tipografia	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
74	Elói ou romance numa cabeça	João Gaspar Simões	Arcádia	1959	Vitor Palla	Tipografia	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
75	Feira das valcades	Artur Portela, filho	Centauro	1959	Vitor Palla	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda	Não	Sim	N/A	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
76	O caos das colunas	Tomaz Ribas	Arcádia	1959	Vitor Palla	Tipografia	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
77	O que é a "ficção científica"?	Victor Palla	Centauro	1959	Vitor Palla	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Tipografia	Não serifada grottesca	N/A	Não	N/A	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
78	O segredo de Luca	Ignazio Silone	Arcádia	1959	Vitor Palla	Tipografia	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica irregular	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente



# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
79 O silêncio do mar	Vercors	Centauro	1959	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grottesca	N/A	Não	Sim	N/A	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
Os muros do desespero	Hervé Bazin	Arcádia	1959	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Justificado	Não	Sim	N/A	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
81 Ilustrados	Vasco Branco	Centauro	1959	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grottesca	N/A	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
Tanta gente, Maitiana...	Maria Judite Carvalho	Arcádia	1959	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
83 Teatro Anatómico	Mário Sacramento	Centauro	1959	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grottesca	N/A	Não	Sim	N/A	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
84 Terra de ninguém	Manuel de Seabra	edição de autor	1959	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Centrado	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
Um herói do nosso tempo	Vasco Pratolini	Arcádia	1959	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
Um homem na América	André Bay	Arcádia	1959	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
87 A gravata berrante	Artur Portela filho	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	N/A	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
88 A porta dos limites	Urbano Tavares Rodrigues	Arcádia	1960	Vitor Palla	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	Sim	N/A	N/A		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
89 As grandes famílias	Maurice Druon	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Técnica mista (e.g. ilustração + tipografia, colagem)
90 As regras do jogo	Vasco Branco	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
91 Bastardos do sol	Urbano Tavares Rodrigues	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Sim	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
92	Histórias de mineiros	Manuel do Nascimento	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca, Manual incisa	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
93	Os hóspedes inesperados	Heinrich Boll	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Sim	Manipulação ou deformação das palavras	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
94	O livro das sombras	Mário Braga	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
95	No fundo deste canal	Alfredo Margarido	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
96	A noiva do silêncio	Constantin Amariu	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Técnica mista (e.g. Ilustração + tipografia, colagem)
97	O cerco	Mário Braga	Centouro	1960	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular), Alinhado à esquerda	Sim	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
98	O homem e o sardão	Garibaldi de Andrade	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
99	O homem nu	Francesco di Fanco	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
100	O trigo e o jolo	Fernando Namora	Arcádia	1960	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Alinhado à esquerda	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
101	Palmeiras e presidentes	O. Henry	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
102	Pedro e João	Guy de Maupassant	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Serifada egípcia, Manual Caligráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
103	Pela luz dos meus olhos	Joyce Cary	Arcádia	1960	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Técnica mista (e.g. Ilustração + tipografia, colagem)
104	O regresso a Peyton Place	Grace Metalious	Arcádia	1960	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	N/A	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação tipografia e imagem
105	Relatos da vida de um médico	Fernando Namora	Arcádia	1960	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Não		Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
106	Sangue na madrugada	Rogério de Freitas	Arcádia	1960	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Sim	Não é utilizada imagem		Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
107	A queda dos corpos	Maurice Duon	Arcádia	1961	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grotesca, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Fotografia		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
108	Encontro dos infernos	Maurice Duon	Arcádia	1961	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)		Predomínio de ilustração
109	Fogo na noite escura	Fernando Namora	Arcádia	1961	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Sim	Ilustração		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
110	O apelo do mar	Alexandre Grine	Arcádia	1961	Vitor Palla	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Ilustração		Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
111	O signo da ira	Oriando da Costa	Arcádia	1961	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Sim	Fotografia		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
112	Tempo de guerra	Vasco Pratolini	Arcádia	1961	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grotesca	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)		Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
113	Domingo à tarde	Fernando Namora	Arcádia	1962	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Não	Fotografia		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
114	Epigramas	Victor Palla	edição de autor	1978	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Sim	Ilustração		Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
115	Provérbios	Victor Palla	edição de autor	1978	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à direita	Sim	Sim	Sim	Sim	Não é utilizada imagem		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
116	Dicionário de milagres	Eça	Ler	1979	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Justificado	Não	Não	Não	N/A	Ilustração		Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
117	Textos de guerrilha	Luiz Pacheco	Ler	1979	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Ilustração		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
118	Deuses e demónios da medicina	Fernando Namora	Arcádia	Desconhecido	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
119	Natureza morta	José Augusto França	Arcádia	Desconhecido	Vitor Palla	Tipografia	Não serifada grotesca, Manual gráfica	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
120	A verdade em primeira mão	Joyce Cary	Arcádia	1959	Vitor Palla	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
121	Viagem na Espanha	Anselmo de Andrade	Coimbra Editora	Desconhecido	Vitor Palla	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Justificado	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
122	Sob a luz das estrelas	A. J. Cronin	Ulisseia	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual incisa	Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
123	A guitarra quebrada	Cesare Pavese	Minerva	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
124	Janitar mundano	Claude Mauriac	Europa-América	1962	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
125	Gente de Vieira	António Vitorino	ETA	1949	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
126	O pão da mentira	Horace McCoy	Três Abelhas	1953	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Técnica mista (e.g. Ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
127	Uma mulher em Berlim	Christine Garnier	Europa-América	1957	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim	Cor/Contraste	Técnica mista (e.g. Ilustração + fotografia, colagem)	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
128	A barca dos sete leões	Alves Redal	Europa-América	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim	Kerning - Problemas ligeiros	Técnica mista (e.g. Ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
129	O anjo ancorado	José Caróso Pres	Ulisseia	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
130	A um deus desconhecido	John Steinbeck	Três Abelhas	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
132	Despedida breve	José Augusto França	Três Abelhas	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
133	Este homem e esta mulher	James T. Farrell	Ulisseia	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
134	Na Austrália com o meu avô	Luigi Santucci	Ulisseia	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
135	O degelo	Ilya Erenburg	Ulisseia	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual incisa	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
136	Os vagabundos da verdade	Jack Kerouac	Minerva	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não	Manipulação ou deformação das letras	Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
137	Um íntimo furor	Ramela Markandaya	Europa-América	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Cor/Contraste	Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
138	A escada de ferro	F. Rodrigues	Ulisseia	1959	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas)
139	A mulher que viveu duas vezes	Pierre Boileau, Thomas Narcejac	Três Abelhas	1959	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Sim	N/A		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
140	De profundis	Faure da Rosa	Ulisseia	1959	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
141	Divertimento com sinais ortográficos	Alexandrie O'neill	DESCONHECIDO	1959	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
142	Olivia Olivia	?	Ulisseia	1959	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
143	Sete anos de aventuras no Tibete	Farrer Heinrich	ENP	1959	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Relação Tipografia e imagem
144	A desobediência	Alberto Moravia	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Não		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
145	A glória de um cobarde	Stephen Crane	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Espaçamento - Problemas ligeiros	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
146	Aparição	Vergílio Ferreira	Portugália	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
147	As terras do sacramento	Francesco Jovine	Minerva	1960	Sebastião Rodrigues	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
148	Cartilha do marialva	José Cardoso Pres	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Não	Não	N/A	Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, parafios, gravura ornamental)	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
149	O degelo II	Ilya Ehrenburg	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
150	As embaixadas	Roger Peyrefitte	Minerva	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
151	As estrelas empaldecem	Karl Bjarnhof	Minerva	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Sim		Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
152	Europa e europeus	Max Beloff	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
153	O meu tio padre	Luigi Santucci	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
154	O render dos heróis	José Cardoso Pres	Três Abelhas	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual incisa	Centrado	Sim	Sim	Não	Não		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
155	Uma abelha na chuva	Carlos de Oliveira	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipologia usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
156	A grande senhora	Conrad Richter	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
157	A Rússia, o átomo e o ocidente	George F. Kennan	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia	Alinhado à esquerda. Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Técnica mista (e.g. ilustração + tipografia, colagem)	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
158	As flores de Hiroshima	Edith Morris	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Sim	Não	Sim	Técnica mista (e.g. ilustração + tipografia, colagem)	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
159	Um rapaz da Geórgia	Erskine Caldwell	Ulisseia	1960	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca. Manual gráfica	Centrado	Não	Sim	Não	Sim	Técnica mista (e.g. ilustração + tipografia, colagem)	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
160	A solução final	Comer Clark	Ulisseia	1961	Sebastião Rodrigues	Capa sem texto	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Não é utilizada imagem	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
161	Homens até ao fim	Calder Willingham	Minerva	1961	Sebastião Rodrigues	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não	Ilustração	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
162	Maria-é-rei	Fernando Lopes	Arcádia	1961	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual incisa	Alinhado à esquerda. Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
163	Noite bengali	Mircea Eliade	Ulisseia	1961	Sebastião Rodrigues	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Ilustração	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
164	os condenados da terra	Frantz Fanon	Ulisseia	1961	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não	Ilustração	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
165	O signo da ira	Oriando da Costa	Arcádia	1961	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
166	As palavras poupadas	Maria Judite de Carvalho	Arcádia	1961	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
167	A propriedade	Federigo Tozzi	Arcádia	1961	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Sim	Não	Não	Espaceamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
168	A roda da fortuna Roger Vailland	Ulisseia	1961	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual incisa	Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
169	Terra morta Castro Soromenho	Arcádia	1961	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à direita	Não	Sim	Não			Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
170	Vencer!	Arcádia	1961	Sebastião Rodrigues	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não			Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
171	A autópsia dos Estados Unidos L. L. Matthias	Ulisseia	1961	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não			Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
172	Pierrot meu amigo Raymond Queneau	Minerva	Desconhecido	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Sim	Não			Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
173	Frente argelina Herbert Steinhouse	Ulisseia	1962	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não			Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
174	Os idílios difíceis Italo Calvino	Arcádia	1962	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual gráfica	Centrado	Não	Não	Não			Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
175	Um leito nas trevas William Styron	Minerva	1962	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grotesca	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não			Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
176	Levante e a caminho Hervé Bazin	Europa-América	1962	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Sim	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
177	Voo 777 Ian Colvin	Ulisseia	1962	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não			Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
178	A árvore Ángela Sarmento	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não			Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
179	Berlim cidade John Mander	Ulisseia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não			Fotografia	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
180	CIA Andrew Tully	Ulisseia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Serifada egípcia	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não			Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)



# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
181 A fronteira	Uwe Johnson	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
182 Itinerário dum padre operário	R. P. Robert	Ulisseia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Centrando	Não	Sim	Não	Não		Diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
183 Jogos de azar	José Cardoso Pires	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
184 O mestre	Ana Heatherly	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
185 O hóspede de Job	José Cardoso Pires	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	?	Não	Não		Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
186 O nó apertado	Vladimir Tendriakov	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, parênteses, gravura ornamental)	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
187 Os vice reis	Federico de Roberto	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
188 Paisagem sem barcos	Maria Judite de Carvalho	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
189 Planetarium	Nathalie Sarraute	Minerva	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
190 Poetra radioactivas	—	Arcádia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Sim	Sim	Não	N/A		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
191 Portugal o Mediterrâneo e o Atlântico	Oriando Ribeiro	Sá da Costa	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Espaçamento - Problemas grosseiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
192 Senso comum e guerra nuclear	Bertrand Russel	Ulisseia	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grotesca	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	exclusivamente minúsculas no título?	exclusivamente minúsculas no nome do autor?	problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
194	Diário do Sr. Ypsilante	André Kedros	1963	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grotesca	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Técnica mista (e.g: ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
194	Um estudo de História	Arnold Toynbee	1964	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g: Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Predomínio de tipografia (imagem presente apenas como complemento)
195	A casa de Bernarda Alba	Federico Garcia Lorca	1964	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
196	A defesa de Odessa	Konstantin Simonov	1964	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Predomínio de tipografia (imagem existente ou presente apenas como complemento)
197	A promessa	Friedrich Durrenmatt	1964	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Justificado, Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
198	A casa de Matriona	Aleksander Solkhenitzin	1964	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca, Manual gráfica	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Técnica mista (e.g: ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
199	Bairro da lata	Steinbeck	1964	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
200	Devia ter ficado em casa	Horace McCoy	1964	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual Incaia	Justificado, Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não	Cor/Contraste	Técnica mista (e.g: ilustração + fotografia, colagem)	Ilustração
201	A guerra civil de Espanha	Hugh Thomas	1965	Sebastião Rodrigues	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
202	A Argélia entre dois mundos	Albert-Paul Lenini	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
203	Os anos gigantes	Gisela Eisner	1965	Sebastião Rodrigues	Capa sem texto	Serifada egípcia, Manual gráfica	Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Técnica mista (e.g: ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma ativa?	Tipografia é usada de forma crativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
204	Contos do Don Cholokov	Arcádia	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia, Serifada clássica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
205	Descolonização do negro americano	Daniel Guérin	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
206	Há na terra outro sol	Claude Roy	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
207	Morabeza	Manuel Ferreira	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Justificado	Sim	Não	Sim	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
208	O labirinto negro	Lawrence Durrell	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado	Sim	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
209	O suicida entusiasta	Dries van Coillie	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca	Centrado, Justificado	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
210	Senhora Ava	Francesco Jovine	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual incisa	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
211	O porteiro da noite	Stephen Schneck	1965	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
212	Amições frustradas	Alberto Moravia	1966	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Sim	Não	Não	Não	Entrelinha	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
213	Cartilha do marialva	José Cardoso Pires	1966	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
214	Doxas e cozinhados	Isalita	1966	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma ativa?	Tipografia é usada de forma criativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
215	Um artista chamado Duque	Ise Losa	Editorial Lisboa Livraria Sampedro	1966	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
216	Vivões de vivos	Joaquim Lagoeiro	Minerva	1967	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual gráfica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não		Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
217	Investimentos em Portugal	—	Banco do Fomento Nacional	1968	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado	Sim	Não	Não	Não		Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
218	Será crime ser judeu?	Bernard Malamud	Minerva	1968	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Sim	Não	Não	Não	Diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma		Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
219	A mãe	Maximo Gorki	Ulisseia	1969	Sebastião Rodrigues	Letras desenhadas	Serifada moderna	Centrado	N/A	N/A	Não	Não	Fotografia		Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
220	Aragon	Aureliano	Arcádia	1972	Sebastião Rodrigues	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica, Não serifada grottesca, Manual gráfica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
221	Ciências de natureza	Rómulo de Carvalho	Sá da Costa	1972	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
222	Ciências da natureza 2	Rómulo de Carvalho	Sá da Costa	1972	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
223	Homens em armas	Evelyn Waugh	Arcádia	1972	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
224	O denunciante	Liam O'Flaherty	Europa-América	1973	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
225	Nós, do makulusu	Luardino Vieira	Sá da Costa	1974	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
226	Podem chamar-me Eurídice	Orlando da Costa	Seara Nova	1974	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
227 Sagrada esperança	Agostinho Neto	Sá da Costa	1974	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
228 A morte do cavaleiro	Hervé Bazin	Europa-América	1975	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração Técnica mista (e.g. tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
229 Lutar por Moçambique	Eduardo Mondlane	Sá da Costa	1975	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
230 A decisão da idade	Ruy Duarte de Carvalho	Sá da Costa	1976	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
231 Angola Angolê	Atalindo Barbeitos	Sá da Costa	1976	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
232 O fim de uma era	Eduardo de Sousa Ferreira	Sá da Costa	1977	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
233 Trabalho Poético volume I	Carlos de Oliveira	Sá da Costa	1978	Sebastião Rodrigues	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Centrado	Não	Sim	Não	N/A		Ilustração	Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, pátiores, gravura ornamental)
234 Mãe negra	Basil Davidson	Sá da Costa	1978	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
235 O burro-em-pé	José Cardoso Pres	Moraes	1979	Sebastião Rodrigues	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Manual gráfica	Justificado	Não	Não	Sim	N/A		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
236 Terra morta	Castro Soromenho	União dos Escritores Angolanos	1979	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Serifada egípcia	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
237 O triunfo da morte	Augusto Abelaira	Sá da Costa	1981	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Técnica mista (e.g. tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
238 Poemas completos	António Gedeão	Sá da Costa	1983	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual Caligráfica	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
239	Nova gramática do Português	Celso Cunha / Lindley Cintra	Figueirinhas	1984	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual incisa	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
240	Agostinho	Alberto Moravia	Ulisseia	1989	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim	Fotografia	Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
241	Falando do ofício	vários	Sociedade Tipográfica	1986	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna, Serifada egípcia, Manual incisa, Manual Caligráfica, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	N/A		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
242	O livro e a literatura em Portugal	Fernando Guedes	Verbo	1987	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
243	Obras de António Ferro volume 1	António Ferro	Verbo	1987	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada grotesca, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
244	A vida apaixonante de Adriano	Marguerite Yourcenar	Ulisseia	Desconhecido	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Manual incisa	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
245	Da liberdade de imprensa	Alberto de Carvalho	Meridiano	1971	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Sim		Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
246	Desejo sob os olmeiros	Eugene O'Neill	Três Abelhas	Desconhecido	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Fotografia	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
247	Madre antiga	Joaquim Lagoeiro	Minerva	Desconhecido	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Manual gótica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)	
248	Não se nasce soldado	Konstantin Simonov	Arcádia	Desconhecido	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)	

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
249	A noite é a capa dos pobres	Claude Roy	Minerva	Desconhecido	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
250	SNI um instrumento de governo	SNI	SNI – Secretariado Nacional da Informação	1958	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
251	Tempo para amar e tempo para morrer	Erich Maria Remarque	Europa-América	Desconhecido	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
252	Terras desbravadas	Mikhail Chokhrov	Arcádia	Desconhecido	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
253	Dinossauro excelenteíssimo	José Cardoso Pires	Arcádia	1972	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica, Manual incisa	Centrado, Justificado	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
254	Tratado de todos os vice-reis e governadores da Índia	—	Editorial Enciclopédia Limitada	1962	Sebastião Rodrigues	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Sim	Não	N/A		Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
255	As mil e uma noites	—	Portugália	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado	Não	Sim	Não	N/A	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
256	Canguru	D. H. Lawrence	Portugália	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual gráfica	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
257	Consolação número três	Santos Fernando	Europa-América	1968	Paulo Guilherme	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda, Justificado	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
258	Eda	Eduardo de Azevedo	Fomento de Publicações	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
259	Ele e ele	Jean Duché	Clássica	Desconhecido	Paulo Guilherme	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Centrado	Não	N/A	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
260	Um homem do povo na revolução	Roger Vailland	Portugália	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Centrado, Alinhado à direita	Sim	Sim	Sim	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
261	Angústia para o jantar	Luis de Sítiau Monteiro	Ática	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
262 A meia idade da Sra. Eliot	Angus Wilson	Portugália	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grotesca	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
263 O diário	Henri Troyat	Clássica	1969	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grotesca	Centrado, Justificado	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
264 Teatro	Oscar Wilde	Portugália	Desconhecido	Paulo Guilherme	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Sim	Manipulação ou deformação das palavras	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
265 Velha França	Roger Martin du Gard	Portugália	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
O verão do lobo vermelho	Morris West	DESCONHECIDO	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grotesca, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
267 Afixação proibida	—	Contraponto	1953	Paulo Guilherme	Tipografia	Manual gráfica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	N/A		Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
268 Filhos das trevas	Morris West	Clássica	1957	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
269 A grande aventura	Sinclair Lewis	Estúdios Cor	1957	Paulo Guilherme	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Centrado	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
Conceituado comerciante	Olavo D'Elça Leal	DESCONHECIDO	1958	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	N/A	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
271 Gigi	Colette	Estúdios Cor	1958	Paulo Guilherme	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Alinhado à direita	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
272 Isabel	André Gide	DESCONHECIDO	1958	Paulo Guilherme	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
273 Vardes amores	Colette	Estúdios Cor	1958	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
274 A gata	Colette	Estúdios Cor	1959	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente



#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Relação Tipografia e Imagem	Relação Tipografia e Imagem
275	A mulher infiel	Jules Roy	Estúdios Cor	1959	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grottesca	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobriante)
276	O amor o dinheiro e a morte	Olavo D'Eça Leal	eta	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Centrado	Não	Sim	Não	Não	Diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
277	Ariane rapariga russa	Claude Anet	Organizações	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobriante)
278	O vestido cor de fogo	José Régio	Fomento de Publicações	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
279	Chéri	Colette	Estúdios Cor	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grottesca	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
280	Férias perigosas	Daniel Gray	Organizações	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
281	O fim de chéri	Colette	Estúdios Cor	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grottesca	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
282	O dedo de Deus	Erskine Caldwell	Portugália	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Sim	Espacramento - Problemas grosseiros, Entrelinha	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
283	Pela estrada fora	Jack Kerouac	Ullisseia	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Centrado, Alinhado à direita	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
284	O pregador	Erskine Caldwell	Portugália	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
285	Serjoja	Vera Panova	Portugália	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada moderna, Manual incisa	Centrado, Alinhado à esquerda	Sim	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
286	A velha casa	José Régio	Portugália	1960	Paulo Guilherme	Tipografia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Sim	Sim	Não	Espacramento - Problemas ligeiros, Entrelinha	Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
287	O ciúme	Alain Robbe-Grillet	Portugália	1961	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada geométrica	Justificado	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Relação Tipografia e Imagem
288	As duas faces do amor	Michel Davet	Organizações	1961	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
289	Espaço e tempo	Josué da Silva	Edição de Autor		Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Não	Não	Espacejamento - Problemas grosseiros	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
290	História singela de uma menina bonita	J. M. Boavida Portugal	Século		Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda, Justificado	Sim	Sim	Sim	Sim	Espacejamento - Problemas ligeiros	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
291	O valente soldado Chvéik	Jaroslav Hasek	Portugália		Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
292	A segunda vitória	Morris West	Clássica		Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca	Centrado, Justificado	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
293	O amor é um jogo	Daniel Gray	Organizações		Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
294	Companheiros	Ester de Lemos	Ática		Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Sim	Não	Ilustração	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)
295	Encontro em samarra	John O'Hara	Europa-América		Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grottesca	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
296	Bagagem de areia	Anna Langfus	Clássica		Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado, Alinhado à esquerda	Sim	Sim	Sim	Não	Ilustração	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)
297	A Batynia	Henri Troyat	Clássica		Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
298	Os colovelos de Vénus	Santos Fernando	Europa-América		Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não	Ilustração	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)
299	Um homem não chora	Luis de Sítiau Monterio	Ática		Tipografia	Serifada egípcia	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
300 O dia marcado	Domingos Monteiro	Sociedade de Expansão Cultural	1963	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
301 A erva cantia	Doris Lessing	Ulisseia	1964	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
302 Kundú	Morris West	Clássica	1964	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda, Justificado	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
303 Os Eyletière	Henri Troyat	Clássica	1965	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca. Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Justificado	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros, "Kerning" - Problemas grosseiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
304 Os novos padres	Michel de Saint Pierre	Clássica	1965	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas grosseiros, Espaçamento - Problemas grosseiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
305 Toda a verdade	Morris West	Clássica	1966	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Centrado	Sim	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
306 O homem	Irving Wallace	Clássica	1967	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Centrado, Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas grosseiros, Espaçamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
307 A nau catrineta	Manuel Luis Pombal	DESCONHECIDO	1967	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
308 O embaixador	Morris West	Clássica	1968	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado, Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
309 Manhã submersa	Vergílio Ferreira	Portugália	1968	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Espaçamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranje)
310 A ruína	Henri Troyat	Clássica	1969	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranje)
311 A torre de babel	Morris West	Clássica	1969	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada egípcia	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
312 A arte de furtar	—	Edições Afróditte	1970	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Centrado	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
313 O grande gatsby	F. Scott Fitzgerald	Portugália	1970	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
314 A conjura	Irving Wallace	Clássica	1971	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada eqipcia, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
315 Os sete minutos	Irving Wallace	Clássica	1972	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
316 A pedra, a folha e a tesoura	Henri Troyat	Clássica	1973	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
317 mundo enquanto existir o	Henri Troyat	Clássica	1974	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
318 A salamandra	Morris West	DESCONHECIDO	1974	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
319 Erros meus má fortuna amor ardente	Natalia Correia	Afrodite	1981	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
320 Ainda é cedo para ser tarde	Paulo-Guilherme DEça Leal	Bertrand	1997	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada grottesca	Centrado, Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
321 Amor em auto-stop	—	Organizações	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Sim	Não	N/A		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
322 A terra foi-lhe negada	Maria da Graça Freire	Portugália	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Centrado, Justificado	Não	Sim	Não	Não	Espacejamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
323 4 reis	Mário Braga	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
324 O vestido cor de fogo	José Régio	Fomento de Publicações	Desconhecido	Paulo Guilherme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
325 A menina golinha de água	Papimiano Carlos	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
Os melhores contos portugueses	Guilherme de Castilho	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
327 Angola Anuário turístico	—	DESCONHECIDO	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
328 Aparição	Vergílio Ferreira	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Centrado	Não	Não	Não	Não	Espaçamento - Problemas ligeiros, Entrelinha	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
329 Assembleia de mulheres	Natália Nunes	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
330 A atenção	Alberto Moravia	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca, Manual gráfica	Justificado, Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
331 Avena rústica	Augusto Gil	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
332 A vida de Chariot	Georges Sadoul	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grotesca	Justificado, Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Sim	Kerning - Problemas ligeiros, Recorte / Espaço V/ta	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
333 Cartas de viagem	Pierre Teilhard de Chardin	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Centrado	Não	Não	Não	Não	Espaçamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
334 O cavalo preto	Anna Sewell	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
335 Cerramaior	Manuel da Fonseca	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
336 A cloclara	Alberto Moravia	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Misto (i.e: Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada egípcia	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não	Recorte / Espaço V/ta	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
337	A cibacira	Alberto Moravia	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
338	Contos exemplares	Sophia de Mello Breyner Andresen	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
339	Contos exemplares	Sophia de Mello Breyner Andresen	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Centrado, Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não	Kenning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
340	Contos tradicionais portugueses	—	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
341	Os deuses têm sede	Anatole France	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
342	O diabo sobre as colinas	Cesare Pavese	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
343	Dinheiro graúdo	John dos Passos	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Centrado, Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
344	Gente de palmo e melo	Augusto Gil	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
345	A inquisição espanhola	Tuberville	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Ilustração	Técnica mista (e.g. ilustração + tipografia, fotografia, colagem)
346	A juventude de Hans Andersen	Reginald Spink	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
347	Luna-arque	Elsa Triolet	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
348	Os melhores contos americanos	—	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Justificado	Não	Não	Não	N/A		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
349	O mundo em que vivi Ilse Losa	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
350	O trono e o altar Maurice Baring	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Justificado	Não	Não	Sim		Ilustração	Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)	
351	O parque das corças Norman Mailer	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Centrado	Não	Não	Não		Recorte / Espaço Vital	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
352	3 conistas russos contemporâneos —	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual gráfica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	N/A	Esapeçamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
353	Os pregos na enxa Mania Gabriela Liansol	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim	Ilustração	Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)	
354	À procura do elo que faltava Dr. R. Broom	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
355	Sarte Thomas Mann Lawrence Steinbeck Panait Iسرائي	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	N/A	Manipulação ou deformação das palavras, Recorte / Espaço Vital	Não é utilizada imagem	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
356	Serranos Mário Braga	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Não	Não	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
357	Singularidades do amor Maysie Greig	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
358	Solidão Irene Lisboa	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Sim	Não	Não	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
359	Terna é a noite F. Scott Fitzgerald	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
360	Terra de Samikof V. Obrutchev	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
361 Um rapaz às direitas	Odette de Saint-Maurice	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
362 Viagem incompleta	Mário Braga	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
363 A margem	André Pleyre de Mandargues	Portugália	1969	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
364 O cavalo espantado	Alves Redol	Portugália	1960	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim	Espacejamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
365 Morte de um cão	André Piljean	Portugália	1960	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
366 A verdadeira fisionomia de Ah Q	Lu Hsun	Portugália	1960	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita, Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
367 A irmãzinha	Hector Malot	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
368 Andorra	Max Fisch	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
369 A pequena fadette	George Sand	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
370 Os armários vazios	Maria Judite de Carvalho	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grotesca	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
371 Bairro de cegos	Alves Redol	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
372 Corpo ausente	Mário Braga	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)



#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
373	Depois da cicuta	Angus Wilson	Portugália	1961	João Câmara Leme	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grottesca	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
374	Dicionário excelentíssimo	Amadeu Ferreira d'Almeida	Portugália	1961	João Câmara Leme	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada egípcia	Alinhado à esquerda	Não	Não	N/A	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, capitular, cercaduras, parafres, gravura ornamental)	Predomínio de letras desenhadas (imagem e tipografia inexistentes ou presentes apenas como complemento)
375	Djamilia	Tchinghiz Almatov	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia, Manual Inca	Justificado	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
376	A feira	John Updike	Portugália	1961	João Câmara Leme	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	N/A	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
377	Mas Deus é grande	José Régio	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Sim	Não	Não	Espaçamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
378	O senhor sete	Trindade Coelho	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
379	O vagabundo das mãos de ouro	Romeu Correia	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
380	Vinte anos depois	Alexandre Dumas	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
381	O visconde conado ao meio	Italo Calvino	Portugália	1961	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não	Espaçamento - Problemas ligeiros, Manipulação ou deformação das palavras	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
382	A cidade e a planície	Faure da Rosa	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Centrado, Alinhado à direita, Justificado	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
383	Aventuras de um rapaz nas florestas do amazonas	Baillantine	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
384 Crónica familiar	Vasco Pratolini	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
385 De profundis	Oscar Wilde	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Elemento gráfico decorativo ou não textual (e.g. Ornamento tipográfico, filete, cercaduras, padrões, gravura ornamental)	Predomínio de tipografia (imagem existente ou presente apenas como complemento)
386 Felizmente há luar	Luis de Sítiau Monteiro	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Justificado	Não	Não	Não	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
387 Há mais mundos	José Régio	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia geométrica	Alinhado à esquerda, Justificado	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
388 O visconde de Bragelonne vol I	Alexandre Dumas	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
389 O barão	Branquinho da Fonseca	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
390 Os meus amores	Trindade Coelho	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
O visconde de Bragelonne	Alexandre Dumas	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
O visconde de Bragelonne vol II	Alexandre Dumas	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
393 Seata de vento	Manuel da Fonseca	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
Sob céus estranhos	Ilse Losa	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas e imagem com presença equivalente)

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
395	Uma inglesa no cativeiro	Elizabeth George Speare	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
396	Viagens de Tom Sawyer	Mark Twain	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
397	A revolução de 1383	António Borges Coelho	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
398	O céu cai	Loranza Mazzetti	Portugália	1962	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
399	A serpente de esmeraldas	Jeanine Delpech	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
400	Acampamento à beira-rio	W. M. Levick	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à direita, Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
401	Jangada	Romeu Correia	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
402	Os melhores contos portugueses	—	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Justificado	Não	Não	Não	N/A		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
403	Apelo da noite	Vergílio Ferreira	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Manual incisa	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas (imagem e tipografia) existentes ou presentes apenas como complemento)
404	A teia da vida	Vírginia Lopes de Mendonça	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Não	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
405	Aventuras maravilhosas de João Sem Medo	José Gomes Ferreira	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
406	Barco sem âncora	José Loureiro Botas	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
407	Colégio de Verão	Odette de Saint Maurice	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita, Justificado	Não	Não	Não	Sim	Kerning - Problemas grosseiros, Espaçamento - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
408	Dinheiro do diabo	Maurice Procter	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g: desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
409	Fanga	Alves Redol	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda Justificado	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas grosseiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
410	Filmei rapanigas	Paul Violar	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
411	Histórias afluentes	Alves Redol	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado, Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
412	Hora di bai	Manuel da Fonseca	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
413	O idiota	Dostoyevsky	Portugália	1963	João Câmara Leme	Letras desenhadas	N/A, Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Predomínio de letras desenhadas (imagem e tipografia inexistentes ou presentes apenas como complemento)
414	O fiel da pedra	Osman Lins	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado a direita	Não	Não	Sim	Não	Kerning - Problemas grosseiros, Espaçamento - Problemas grosseiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
415	O mistério da lajeçania	G. Nigremont	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado à direita, Justificado	Não	Não	Não	Não	Recorte / Espaço V/ital	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
416	O secreto adeus	Balista-Bastos	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado a direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
417	Os tzikine	Anton Tchekov	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
418	Palmeiras bravas	William Faulkner	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Centrado	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
419	A rainha africana	C. S. Forester	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca. Não serifada geométrica	Justificado	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
420	O último moicano	Fenimore Cooper	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Justificado	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
421	Uma abelha na chuva	Carlos de Oliveira	Portugália	1963	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
422	Aldéia nova	Manuel da Fonseca	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda. Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
423	Balada da infância	A. J. Cronin	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
424	Calambomb	Romeu Correia	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
425	Casa na duna	Carlos de Oliveira	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca. Não serifada geométrica	Centrado	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
426	Encontro no Outono	Ilse Losa	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca. Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
427	Excursão acidentada	Richard Church	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
428	História do verdadeira jazz	Huges Panassié	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Sim	Kerning - Problemas ligeiros, Espaçamento, Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
429	O homem que ninguém via	Ralph Ellison	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Alinhado à direita	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
430	Luto no paraíso	Juan Goytisolo	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita, Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
431	As noites da Salomão Fortunato	Maria da Graça Freire	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
432	O cavaleiro de Sântiques	Hélène Hilpert	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
433	O.K. baby o mundo é assim	William Saroyan	Portugália	1964	João Câmara Leme	Misto (i.e.; Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Justificado	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
434	Os ratoneiros	William Faulkner	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Não	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
435	Pão incerto	Assis Esperança	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
436	Pedras negras	Dias de Melo	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
437	O vermelho e o preto	Stendhal	Portugália	1964	João Câmara Leme	Misto (i.e.; Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Manipulação ou deformação das palavras	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
438	Viagem à plútônia	V. Obrutchev	Portugália	1964	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
439	Adoração	Jaques Borel	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas grosseiros	Técnica mista (e.g. letras desenhadas) e imagem com presença equivalente (colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
440	A ilha de coral	Baillatyne	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
441	O barão trepador	Italo Calvino	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
442	Caiafrio	Henry James	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Justificado	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
443	O cavaleiro inexistente	Italo Calvino	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
444	Contos para crianças	Jaime Cortesão	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
445	Cozinha de urgência	Henriette Chandet e Suzanne Desternes	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
446	O deserto	Félix Cucurull	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Técnica mista (e.g. ilustração + tipografia, colagem)
447	O Deus das moscas	William Golding	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Sim	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
448	Dias lamacentos	Urbano Tavares Rodrigues	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Técnica mista (e.g. ilustração + tipografia, colagem)
449	Gl Brás resolve correr o mundo	Lesage	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Centrado, Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
450	Viver com os outros	Isabel da Nóbrega	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Técnica mista (e.g. ilustração + tipografia, colagem)
451	O rosto da inocência	William Sansom	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Justificado	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
452	O sino	Iris Murdoch	Portugália	1965	João Câmara Leme	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Alinhado à esquerda	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Predomínio de letras desenhadas (imagem e tipografia inexistentes ou presentes apenas como complemento)

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
453	Sonhos de Inverno	F. Scott Fitzgerald	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
454	Uma vida violenta	Pier Paolo Pasolini	Portugália	1965	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Justificado	Não	Não	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
455	O prémio	Irving Wallace	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca, Não serifada geométrica	Centrado	Sim	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
456	Alma encantada	Romain Rolland	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
457	O diandestino	Mario Tobino	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
458	O confidente	Lesage	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
459	Discursos sobre a liberdade de imprensa 1821	Augusto de Costa Dias	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
460	Djamila Boupacha	Simone de Beauvoir e Gisèle Halimi	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca, Manual gráfica	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não	Manipulação ou deformação das palavras	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
461	Gente de Hemso	August Strindberg	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
462	O fim de uma longa história	Lesage	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
463	Quem procura sempre alcança	M. Ilie e E. Ségal	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Justificado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)
464	O mundo dos outros	José Gomes Ferreira	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranete)



#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma críativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
465	1919	John dos Passos	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna, Serifada egípcia	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
	A casa das sete enfiadas	Nathaniel Hawthorne	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
467	A história da coelhinho branca	Maria Helena da Costa Dias	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
468	O pão nosso de cada dia	Berthe Bernage	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
469	Passos perdidos	João de Araújo Correia	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
470	Teatro para crianças	Alice Gomes	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
471	A vida de Lazarillo de Tormes	—	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
472	Zazie no metro	Raymond Queneau	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual incisa	Alinhado à esquerda, Justificado	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
473	Paralelo 42	John dos Passos	Portugália	1967	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada clássica, Serifada moderna	Alinhado à esquerda, Alinhado a direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
474	Quando te lembrares de mim	Erskine Caldwell	Portugália	1968	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grotesca	Centrado	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
475	Cartiriona	Stevenson	Portugália	1968	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Alinhado à direita	Não	Sim	Sim	Não	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
476	Contos tradicionais portugueses	—	Portugália	1968	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
477	No rasto do corsário	Fernão Mendes Pinto	Portugália	1968	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
478	O meu livrinho	Trindade Coelho	Portugália	1988	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
479	Contos de Andersen	Andersen	Portugália	1972	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
480	A menina gotinha de água	Papiniano Carlos	Portugália	1972	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
481	Poemas cívicos	João Apolinário	Portugália	1979	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
482	A lenta das anemfoeiras e...	Alice Gomes	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
483	A felicidade de Blackbird Pond	Elizabeth George Speare	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à direita, Justificado	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
484	A ilha do tesouro	Stevenson	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
485	As árvores têm medo	V. Korolenko	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
486	As mãos	Giuseppe Marotta	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
487	Boas espesas	Luísa Alcott	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
488	Daniel	Alphonse Daudet	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
489	Estranha solidão	Philippe Sollers	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada egípcia	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
490	Estrela polar	Vergílio Ferreira	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
491	Robinson Crusóe	Daniel Defoe	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
492	Rumo: norte 88 este	Charles Kernem	Portugália	Desconhecido	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
493	Bandeira preta	Branquinho da Fonseca	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
494	Os poemas possíveis	José Saramago	Portugália	1966	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado, Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
495	Invocação ao meu corpo	Vergílio Ferreira	Portugália	1969	João Câmara Leme	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
496	Confissões dum religioso	José Régio	Brasília editora	1971	João Câmara Leme	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
497	A Califia	Alberto Vialacqua	Estúdios Cor	1968	Luis Filipe Abreu	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
498	Terra ocupada	Urbano Tavares Rodrigues	Bertrand	1964	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
499	Aguilha	Hal Clement	Ulisseia	Desconhecido	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
500	O cavaleiro da noite	Robert Penn Warren	Estúdios Cor	1959	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
501	A Sibila	Par Lagerkvist	Estúdios Cor	1959	Luis Filipe Abreu	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada moderna	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
502 O navegador	Jules Roy	Estúdios Cor	1959	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifa moderna, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
503 Onde a noite se acaba	José Rodrigues Miguéis	Estúdios Cor	1959	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifa egípcia, Manual incisa	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
504 Andanças do demónio	José Rodrigues Miguéis	Estúdios Cor	1960	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
505 Sedução	José Marmelo da Silva	Estúdios Cor	1960	Luis Filipe Abreu	Misto (i.e.; Letras desenhadas e Tipografia)	Serifa moderna	Centrado	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
506 Voando para o perigo	J. Castle e A. Halley	Ulisseia	1960	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
507 Mais que humanos	Theodore Sturgeon	Ulisseia	1960	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
508 Sociedade dinamite	Horace McCoy	Ulisseia	1960	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
509 Colheita sangrenta	Dashiell Hammett	Ulisseia	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda, Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
510 O homem que veio de longe	T. T. Flynn	Ulisseia	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
511 Os homens de guerra	François Ponthier	Bertrand	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à direita	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
512 O ABC do crime	Agatha Christie	Ulisseia	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
513 O declínio de Mante	Alexei Tolstói	Ulisseia	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
514 Os insubmissos	Urbano Tavares Rodrigues	Bertrand	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma ativa?	Tipografia é usada de forma criativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
515 Os Vodis	John Braine	Estúdios Cor	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
516 Pista de fogo	Matt Stuart	Ulisseia	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual incisa	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
517 A sombra de outra mulher	Mignon G. Eberhardt	Ulisseia	1961	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna, Serifada egípcia	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
518 Gente de terceira classe	José Rodrigues Miguels	Estúdios Cor	1962	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
519 Madre Joana dos Anjos	Jaroslaw Iwaskiewicz	Estúdios Cor	1962	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
520 Mais leve que a vaidade	Paul Tabori	Estúdios Cor	1962	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
521 O crime também diverte	Craig Rice	Ulisseia	1962	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
522 O filho de Felícia ou a inocência recompensada	Aquilino Ribeiro	Bertrand	1962	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna, Manual Caligráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
523 Sem ordem para voltar	Jacques-Gérard Linze	Estúdios Cor	1962	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
524 Regresso ao futuro	Anton Hanna	Ulisseia	1962	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
525 Uma aventura inquietante	José Rodrigues Miguels	Estúdios Cor	1963	Luis Filipe Abreu	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Serifada clássica	Centrado	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
526 Diz adeus ao dia de amanhã	Horace McCoy	Ulisseia	1963	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Não	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
527 Liberdade ou morte	Nikos Kazantzaki	Estúdios Cor	1963	Luis Filipe Abreu	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
528	Memed meu falcão	Yachar Kemal	Estúdios Cor	1964	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
529	O lembor	Gunter Grass	Estúdios Cor	1964	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna, Serifada egípcia	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
530	As confissões de Félix Krull	Thomas Mann	Estúdios Cor	1965	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
531	O jogo da morte	Zaharia Stancu	Estúdios Cor	1965	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
532	Tobias o peregrino	Par Lagerkvist	Estúdios Cor	1965	Luis Filipe Abreu	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
533	Herzog um homem do nosso tempo	Saul Bellow	Estúdios Cor	1966	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada clássica, Não serifada grotesca, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não	Entrelinha	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
534	A gente com quem ela anda	Mary McCarthy	Estúdios Cor	1967	Luis Filipe Abreu	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
535	A nona directiva	Adam Hall	Estúdios Cor	1967	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual incisa	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
536	O adolescente	Dostoyevski	Estúdios Cor	1967	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada clássica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranle)
537	Os conselheiros do Califa	António Sérgio	Sá de Costa	1978	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual Caligráfica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranle)
538	As mil e uma noites	—	Círculo de Leitores	1993	Luis Filipe Abreu	Letras desenhadas	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
539	Noite esquecida	Alves Redol	Estúdios Cor	1959	Luis Filipe Abreu	Tipografia	Serifada moderna	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranle)
540	Bravados	Frank O'Rourke	Ulisseia	Desconhecido	Luis Filipe Abreu	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grotesca	Alinhado à esquerda	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e imagem
541 Com estas minhas mãos	Hans Hellmut Kirst	Ulisseia	Desconhecido	António Garcia	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
542 A casa de jaina	Mazo de La Roche	Ulisseia	1954	António Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas grosseiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
543 Crónica dos pobres amantes	Vasco Pratolini	Ulisseia	1954	António Garcia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
544 Encontros de acaso	Somerset Maugham	Ulisseia	1954	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
545 Fiesta	Hemingway	Ulisseia	1954	António Garcia	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
546 Mary Wakefield	Mazo de La Roche	Ulisseia	1954	António Garcia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
547 Moira	Julien Green	Ulisseia	1954	António Garcia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada grottesca	Justificado	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
548 O adeus às armas	Hemingway	Ulisseia	1954	António Garcia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Justificado	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
549 O céu e a terra	Coccioli	Ulisseia	1954	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
550	1984 George Orwell	Ulisseia	1955	António Garcia	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
551 Ah king	Somerset Maugham	Ulisseia	1955	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
552 Diário de um pároco de aldeia	George Bernard Shaw	Ulisseia	1955	António Garcia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
553 Ion o apelo da terra	Liviu Rebreanu	Ulisseia	1955	António Garcia	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma ativa?	Tipografia é usada de forma criativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
554 O desprezo	Alberto Moravia	Ulisseia	1955	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual gráfica	Alinhado à direita, Justificado	Não	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
555 Os vencidos	Hans Werner Richter	Ulisseia	1955	Antônio Garcia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Centrado	Não	Não	Não	Não	Recorte / Espaço Vital	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
556 Tempo de matar	Ennio Flaiano	Ulisseia	1955	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
557 Um punhado de amores	Ignazio Silone	Ulisseia	1955	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
558 A mãe	Máximo Gorki	Ulisseia	1956	Antônio Garcia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
559 Ion a voz do amor	Liviu Rebreanu	Ulisseia	1956	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual gráfica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
560 O espião	Máximo Gorki	Ulisseia	1956	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Centrado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
561 Frontenac	François Mauriac	Ulisseia	1956	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
562 O nó do problema	Graham Greene	Ulisseia	1956	Antônio Garcia	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Centrado, Alinhado à direita	Sim	Sim	Sim	Não	Manipulação ou deformação das letras, Cor/Contraste	Diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
563 A, ante, após, até	Santos Fernando	Parceria Antônio Maria Pereira	1957	Antônio Garcia	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Técnica miste (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
564 A colina da saudade	Han Suyin	Ulisseia	1957	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não	Manipulação ou deformação das palavras	Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranante)
565 Focus	Arthur Miller	Ulisseia	1957	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
566 O americano tranquilo	Graham Greene	Ulisseia	1957	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual gráfica	Alinhado à direita, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente



# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
567 O céu não paga dividendos	Richard Kaufmann	Ulisseia	1957	Antônio Garcia	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
568 Cristo Recrucificado	Nikos Kazantzaki	Ulisseia	1957	Antônio Garcia	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada geométrica	Centrado	Não	Sim	Não	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
569 Que faz correr Sammy?	Budd Schulberg	Ulisseia	1957	Antônio Garcia	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
570 O destino de Wakefield	Mazo de La Roche	Ulisseia	1957	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
571 Os nus e os mortos	Naorman/Maier	Ulisseia	1958	Antônio Garcia	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
572 Ponto de fuga	Richard Llewellyn	Ulisseia	1958	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica Manual gráfica	Alinhado à esquerda	Sim	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
573 Sartoris	William Faulkner	Ulisseia	1958	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica Manual gráfica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
574 A cidade Natal	Victor Nekrasov	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica Manual incisa	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
575 A romana	Alberto Moravia	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada grotesca, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Fotografia	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
576 Cabra cega	Roger Vailland	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Misto (i.e.: Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
577 Como o tempo passa....	Robert Brasillach	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Predomínio de Ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
578 O bom demónio	Nikos Kazantzaki	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada grotesca, Manual incisa	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Cor/Contraste	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
579 O cão da terra	Vance Bourjaily	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Centrado, Alinhado à esquerda	Não	Sim	Não	Sim		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

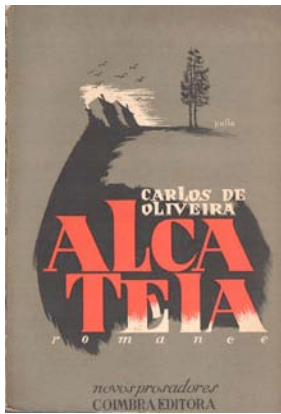
# Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Relação Tipografia e Imagem
560 O cativeiro da verdade	a. J. Cronin	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Tipografia	Serifada moderna, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Sim	Técnica mista (e.g. ilustração + fotografia, colagem)	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
561 O nosso agente em Havana	Graham Greene	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual gráfica	Alinhado à esquerda. Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
562 Piedade inútil	Guido Piovene	Ulisseia	1959	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Predomínio de tipografia (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
563 Casa sem dono	Hostovsky	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Justificado, Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Cor/Contraste	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
564 A cidadeela	A. J. Cronin	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
565 Acima de nós o céu	Max Tau	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Serifada moderna	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Sim	Diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma	Predomínio de tipografia (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
566 As chaves do reino	A. J. Cronin	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Serifada egípcia	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Kerning - Problemas ligeiros	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
567 Excursão de luxo	Frederic Wakeman	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Alinhado à esquerda. Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Não	Não	Ilustração	Predomínio de tipografia (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranete)
Há muitas portas no mundo	Richard Kaufmann	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
568 Justine	Lawrence Durrell	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Misto (i.e. Letras desenhadas e Tipografia)	Não serifada geométrica	Alinhado à direita	Não	Não	N/A	Não	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
590 O céu e a terra	Carlo Coccolli	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica	Alinhado à direita. Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
591 O felizardo	Kingsley Amis	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual gótica	Alinhado à esquerda. Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
592 O filho nativo	Richard Wright	Ulisseia	1960	Antônio Garcia	Tipografia	Serifada egípcia, Não serifada grottesca	Não convencional (e.g. desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não	Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente

#	Título do livro	Autor	Editora	Ano da edição	Autor da capa	O texto na frente da capa é composto por	Classificação da tipografia utilizada	Tipos de alinhamentos adotados na tipografia da capa	Tipografia é usada de forma criativa?	Tipografia é usada de forma ativa?	São usadas exclusivamente minúsculas no título?	São usadas exclusivamente minúsculas no nome do autor?	Que tipo de problemas estão presentes na tipografia?	Tipo de imagem usada na capa	Relação Tipografia e Imagem
593	O jogo	Carlo Cocchioli	Ulisseia	1960	António Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual incisa	Centrado, Alinhado à direita	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Texto (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
594	O micas negro	Jan Carew	Ulisseia	1960	António Garcia	Tipografia	Serifada moderna, Manual incisa	Alinhado à direita, Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranje)
595	O seixo branco	Carlo Cocchioli	Ulisseia	1960	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas) e imagem com presença equivalente
596	Uma ilha ao sol	Alex Waugh	Ulisseia	1960	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à direita, Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Sim	Sim	Sim	Sim		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranje)
597	A cidade dos espadas	Colin Machmes	Ulisseia	1961	António Garcia	Tipografia	Serifada clássica, Serifada egípcia	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranje)
598	Baltasar	Lawrence Durrell	Ulisseia	1961	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca	Alinhado à direita	Não	Não	N/A	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranje)
599	Clea	Lawrence Durrell	Ulisseia	1961	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
600	Mountolive	Lawrence Durrell	Ulisseia	1961	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Não serifada geométrica	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Não	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranje)
601	Um caso arrumado	Graham Greene	Ulisseia	1961	António Garcia	Tipografia	Não serifada geométrica, Manual incisa	Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Sim	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionadas ao espaço sobranje)
602	Bosque proibido	Mircea Eliade	Ulisseia	1963	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca, Manual incisa	Alinhado à esquerda, Não convencional (e.g.: desalinhado, irregular)	Não	Não	Sim	Não		Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
603	A ponte Salazar	—	DESCONHECIDO	1966	António Garcia	Tipografia	Não serifada grottesca	Justificado	Não	Sim	Não	N/A	Keming - Problemas ligeiros	Ilustração	Predomínio de tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)

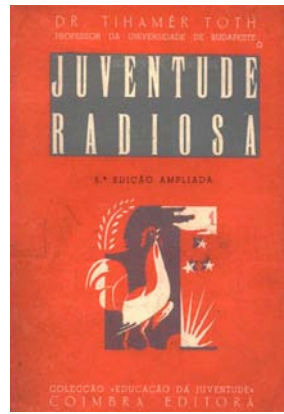


## 7.2. IMAGENS DAS CAPAS

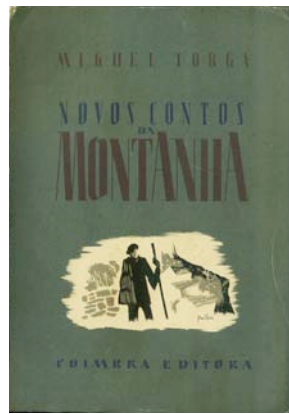




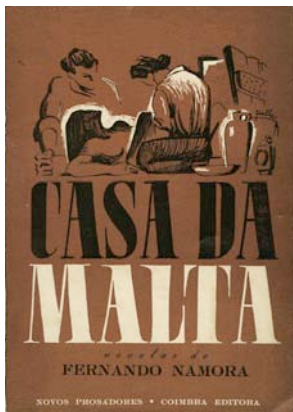
1.



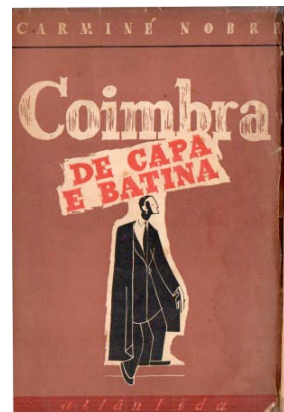
2.



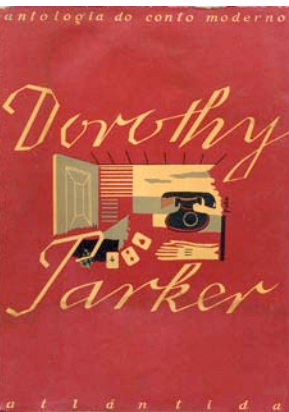
3.



4.



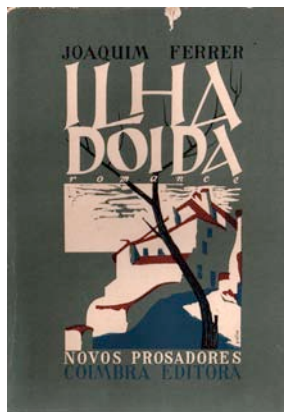
5.



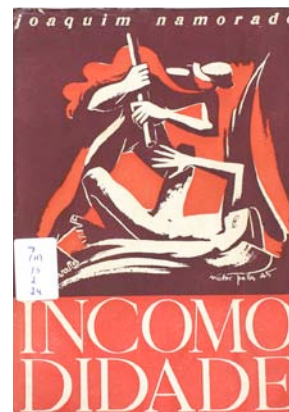
6.



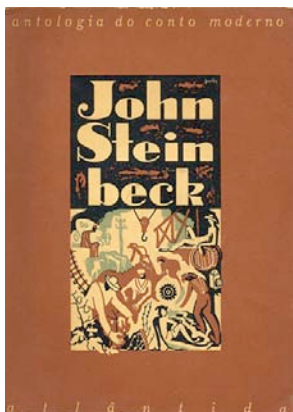
7.



8.



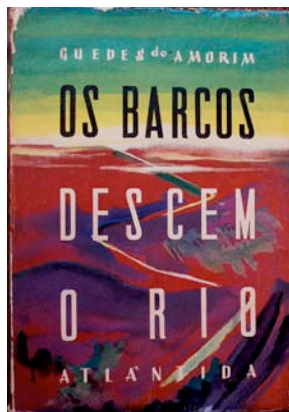
9.



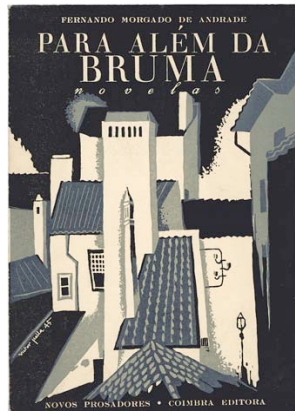
10.



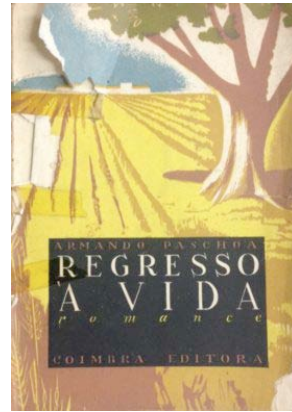
11.



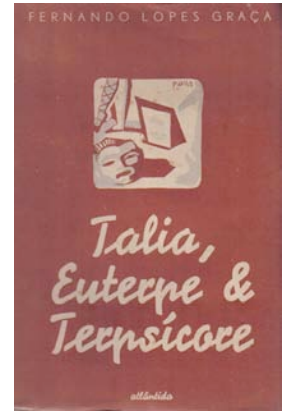
12.



13.



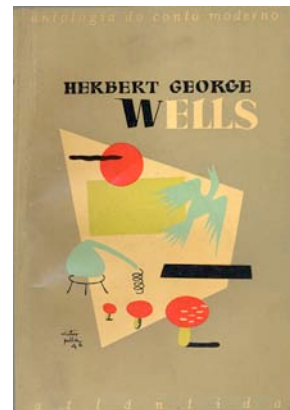
14.



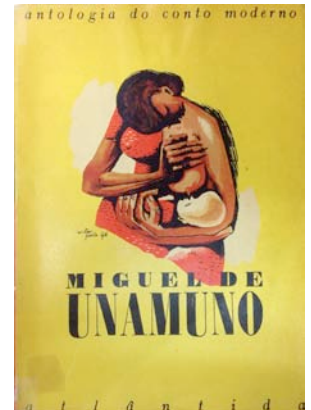
15.



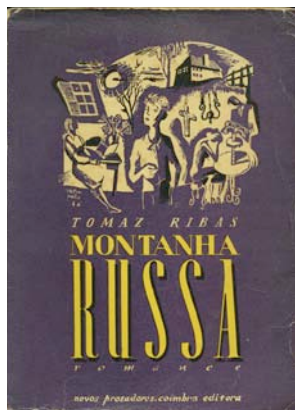
16.



17.



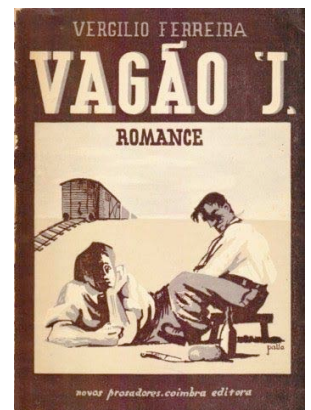
18.



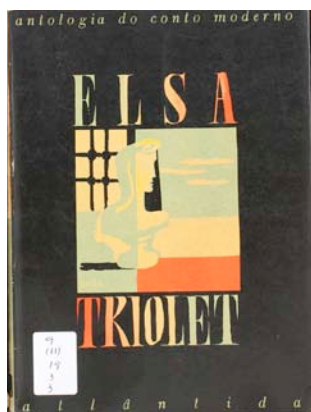
19.



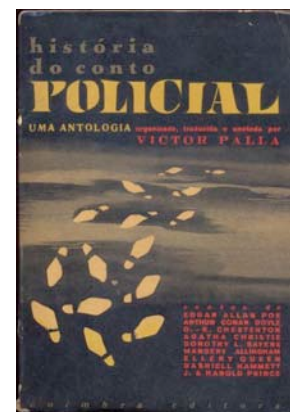
20.



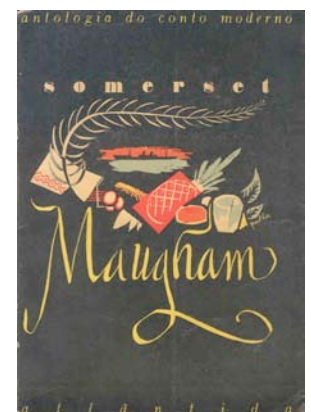
21.



22.



23.

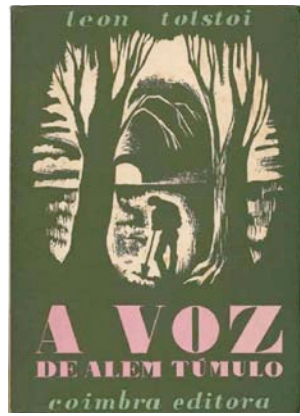


24.

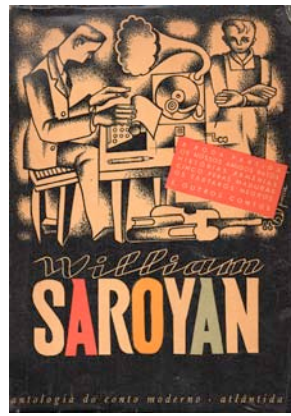




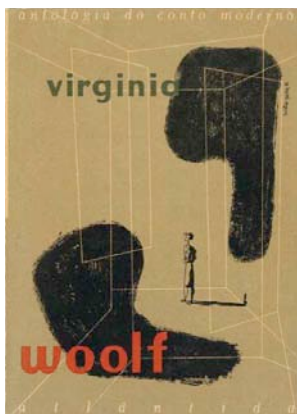
25.



26.



27.



28.



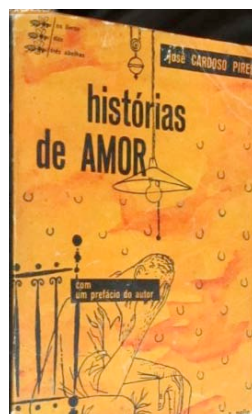
29.



30.



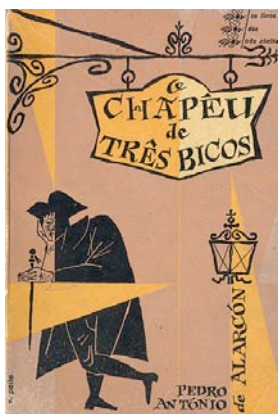
31.



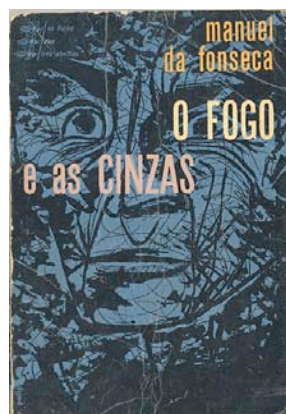
32.



33.



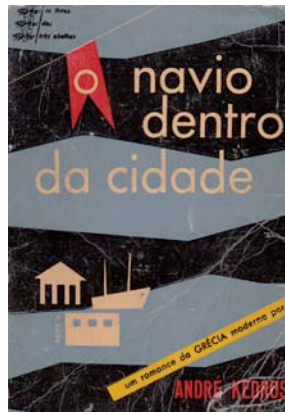
34.



35.



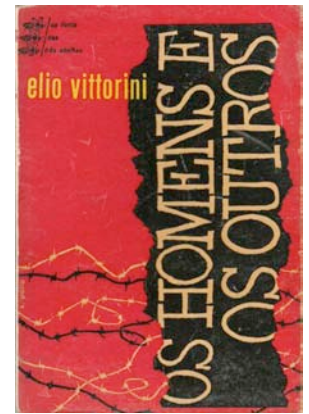
36.



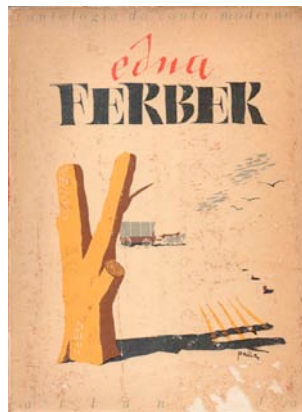
37.



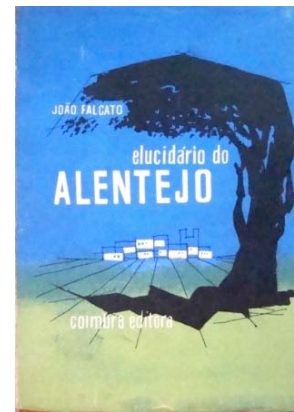
38.



39.



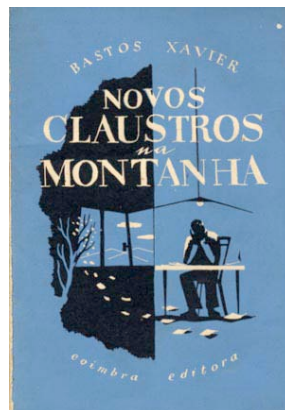
40.



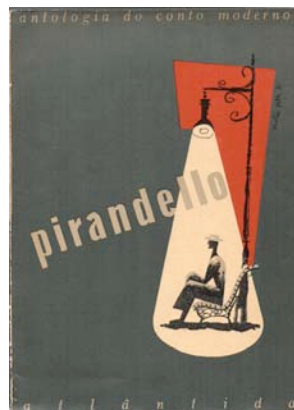
41.



42.



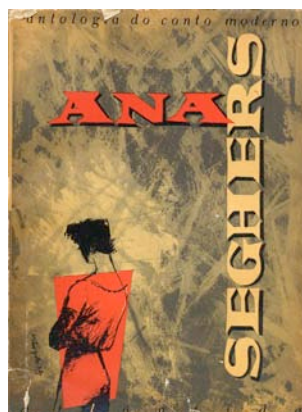
43.



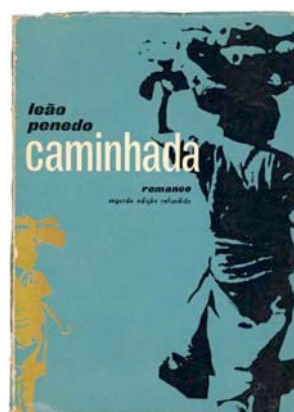
44.



45.



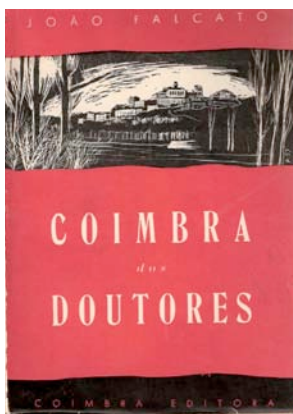
46.



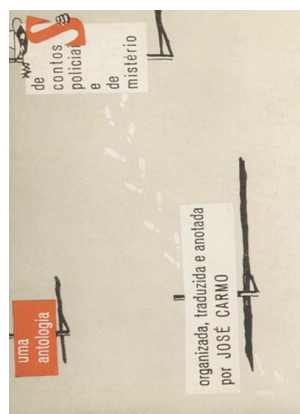
47.



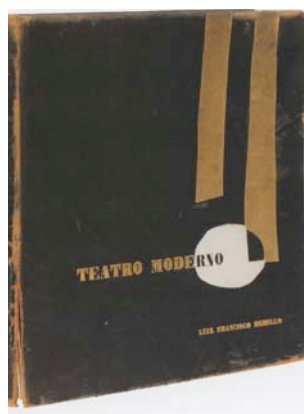
48.



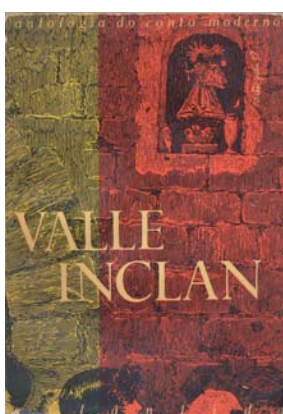
49.



50.



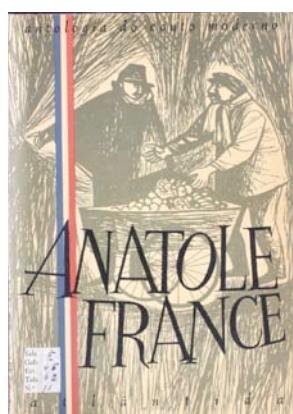
51.



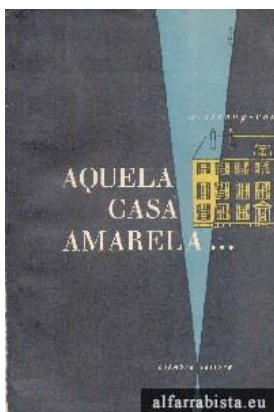
52.



53.



54.



55.



56.



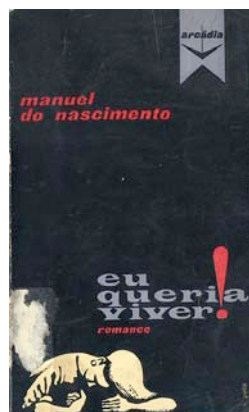
57.



58.



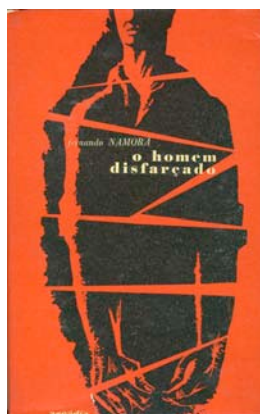
59.



60.



61.



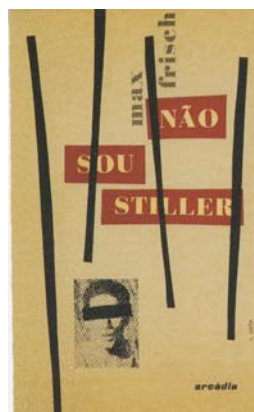
62.



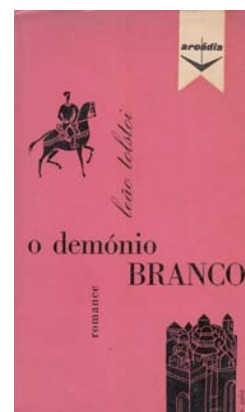
63.



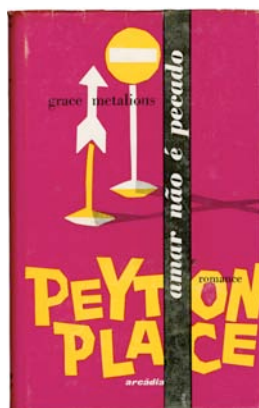
64.



65.



66.



67.



68.



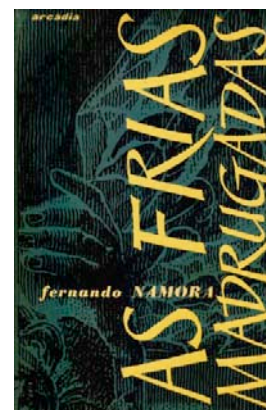
69.



70.



71.



72.



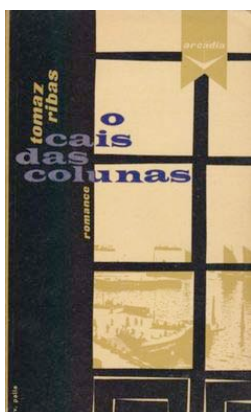
73.



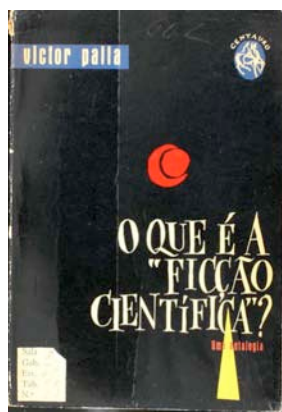
74



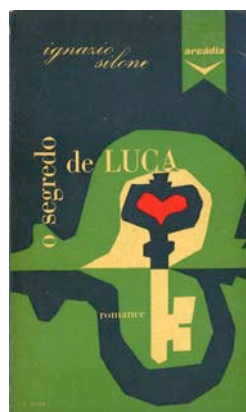
75.



76.



77



78.



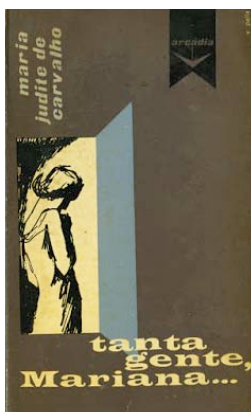
79.



80.



81.



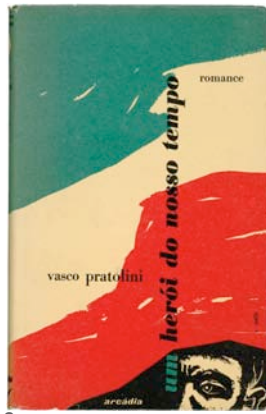
82.



83.



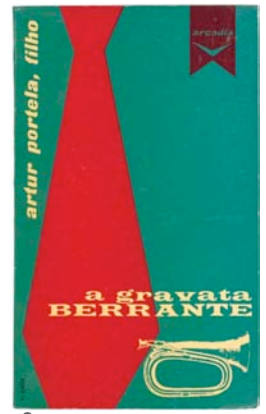
84.



85.



86.



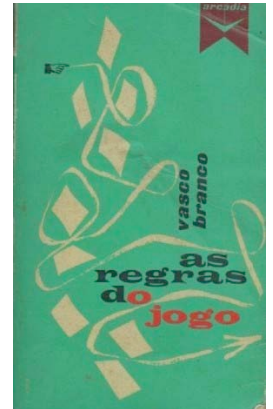
87.



88.



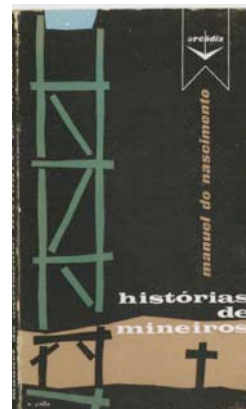
89.



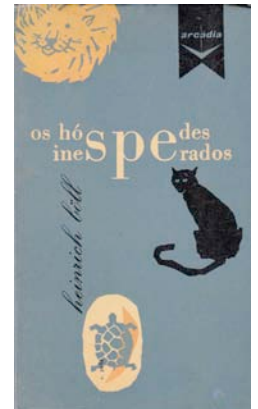
90.



91.



92.



93.



94.



95.



96.



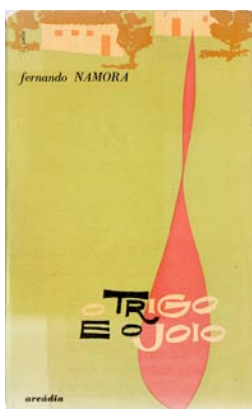
97.



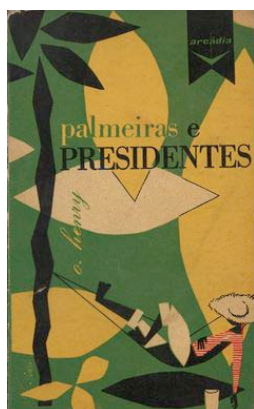
98.



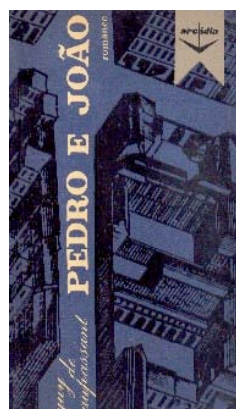
99.



100.



101.



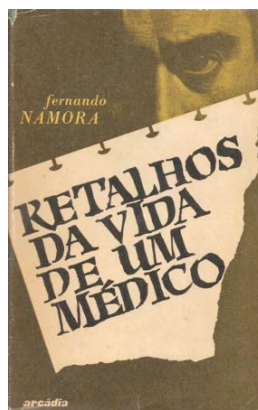
102.



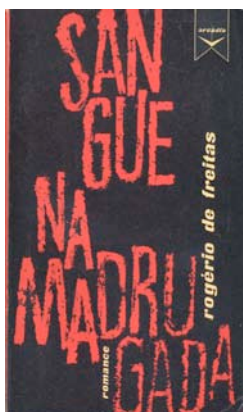
103.



104.



105.



106.



107.



108.



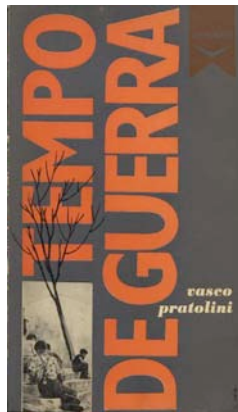
109.



110.



111.



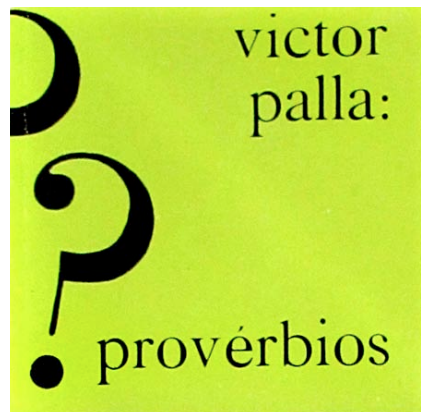
112.



113.



114.



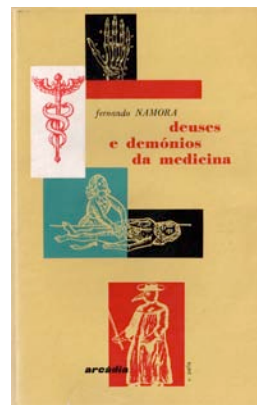
115.



116.



117.

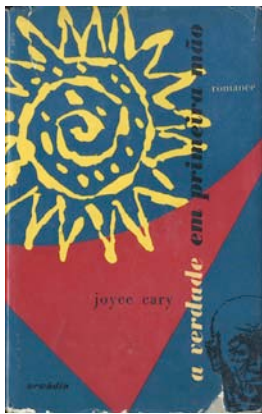


118.



119.





120.

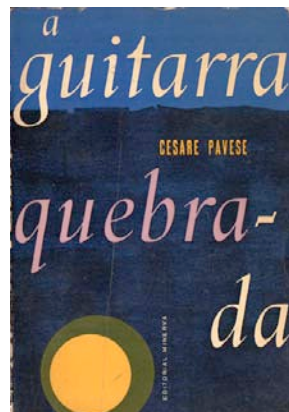


121.

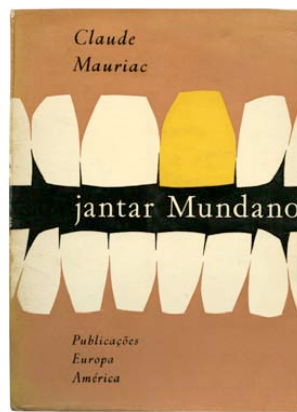
## SEBASTIÃO RODRIGUES



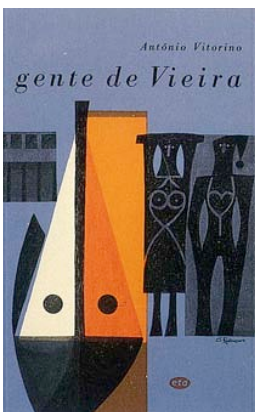
122.



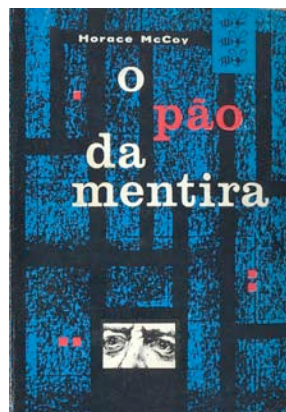
123.



124.



125.



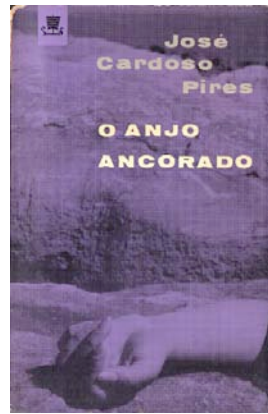
126.



127.



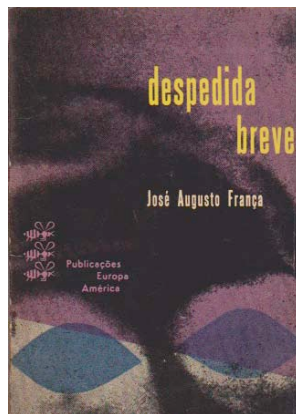
128.



129.



130.



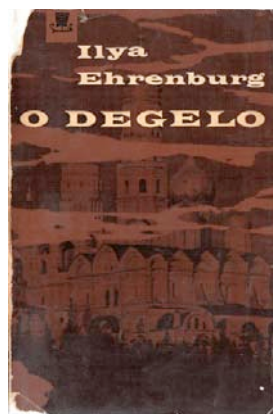
131.



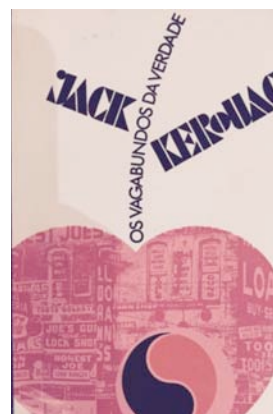
132.



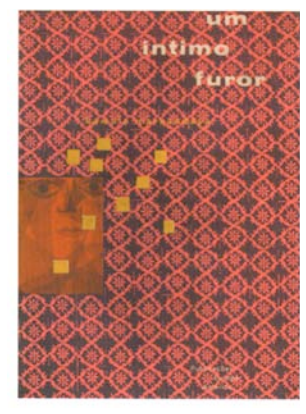
133.



134.



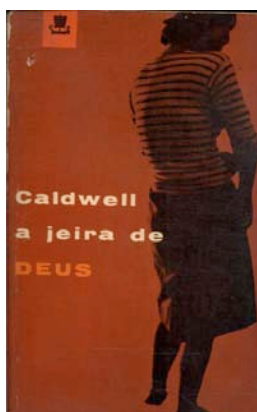
135.



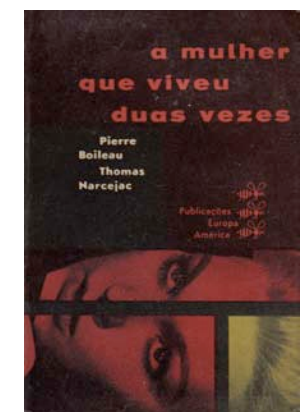
136.



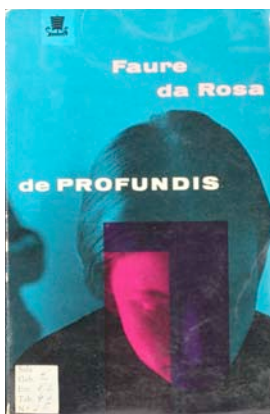
137.



138.



139.



140.



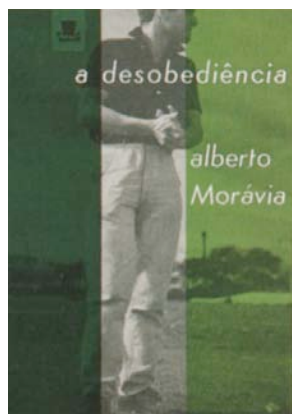
141.



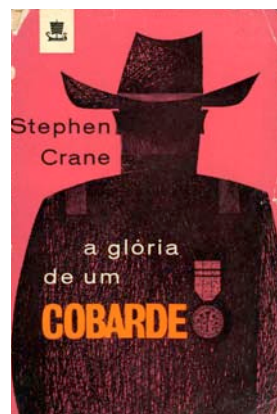
142.



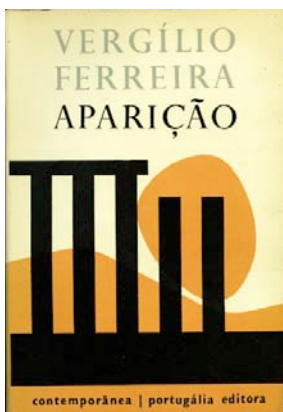
143.



144.



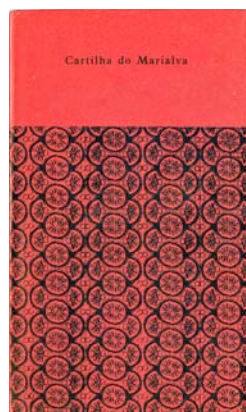
145.



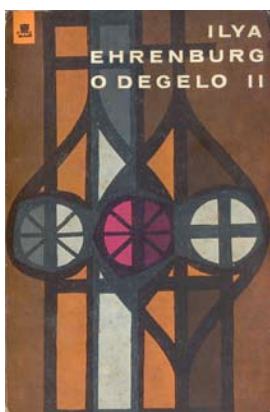
146.



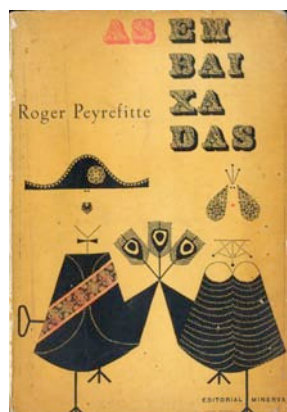
147.



148.



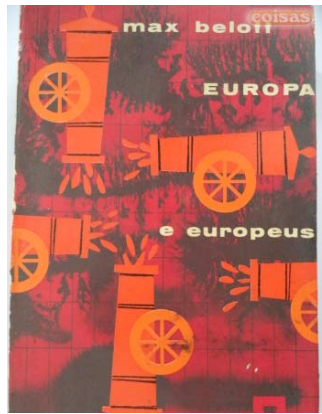
149.



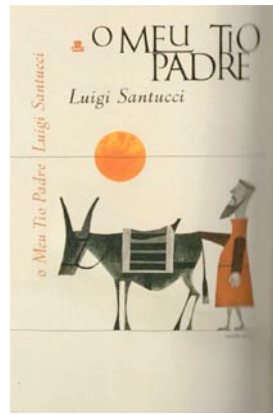
150.



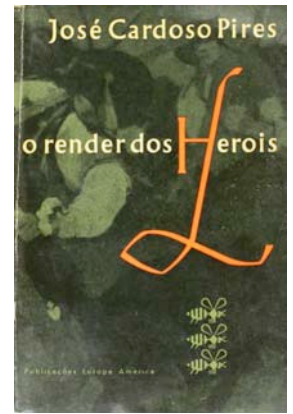
151.



152.



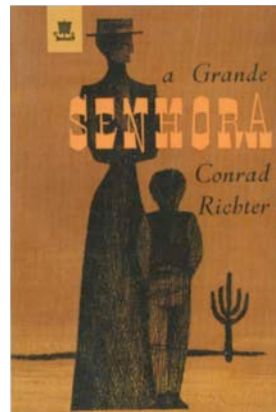
153.



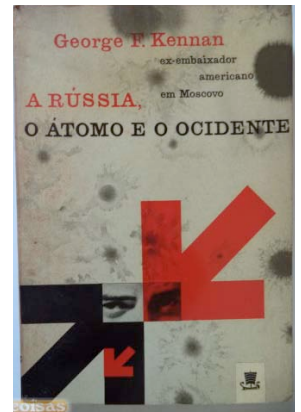
154.



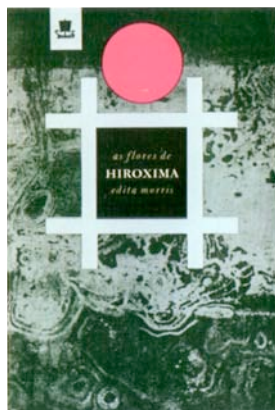
155.



156.



157.



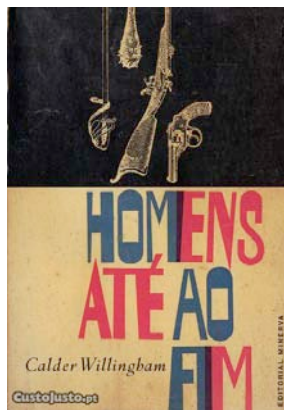
158.



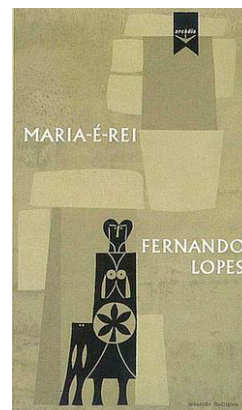
159.



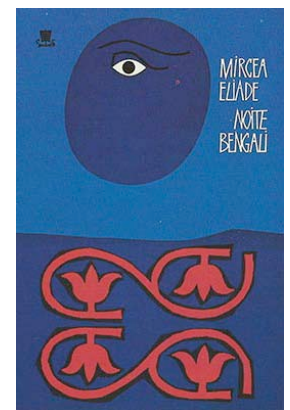
160.



161.



162.



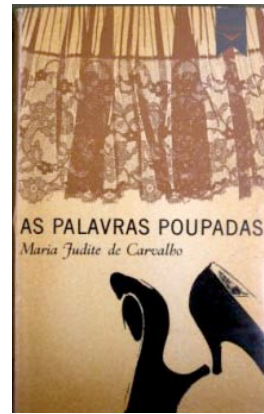
163.



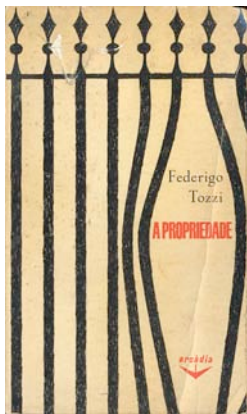
164.



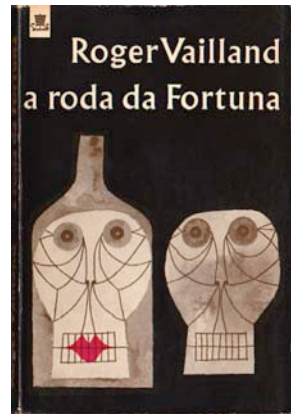
165.



166.



167.



168.



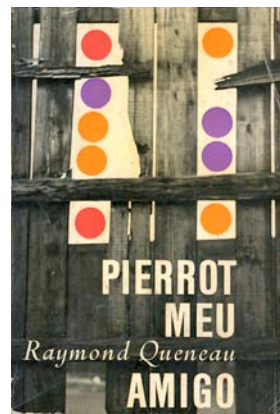
169.



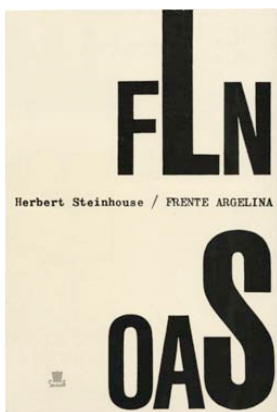
170.



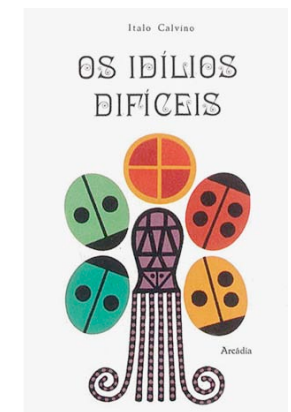
171.



172.



173.



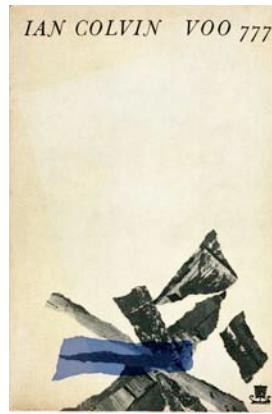
174.



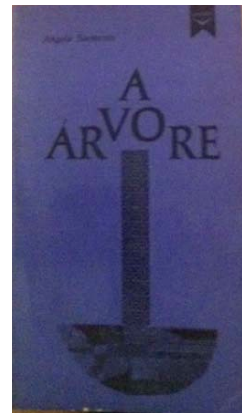
175.



176.



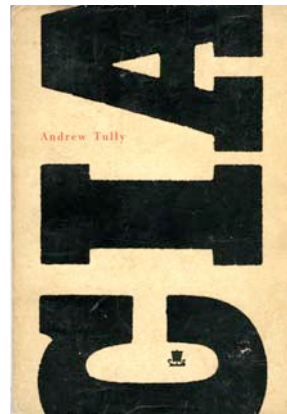
177.



178.



179.



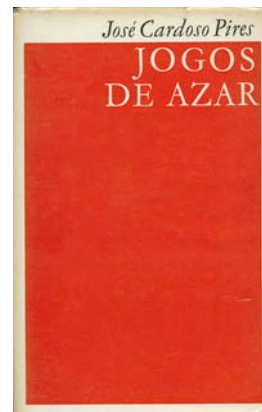
180.



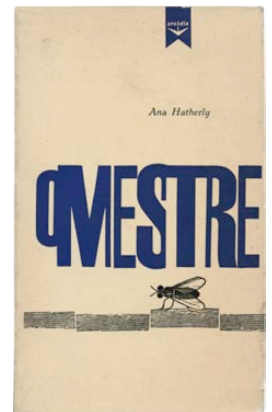
181.



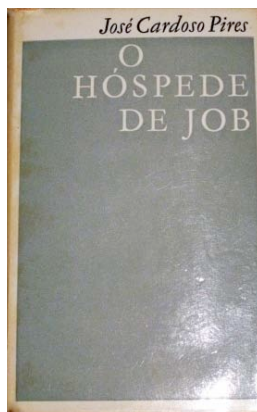
182.



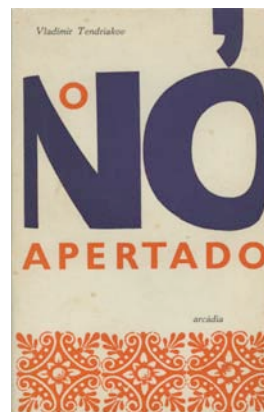
183.



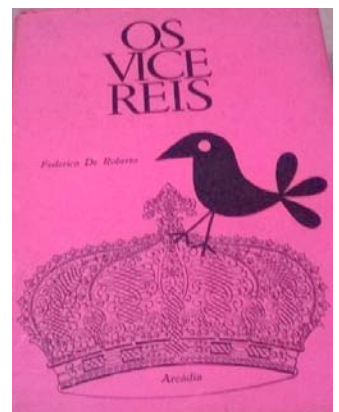
184.



185.



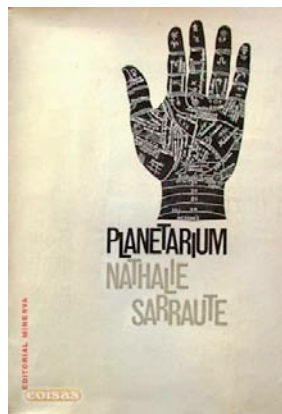
186.



187.



188.



189.



190.



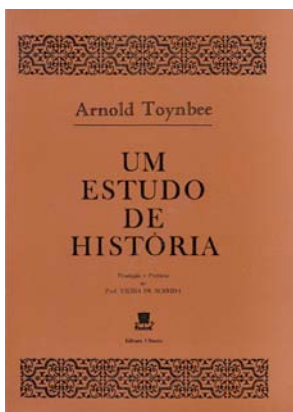
191.



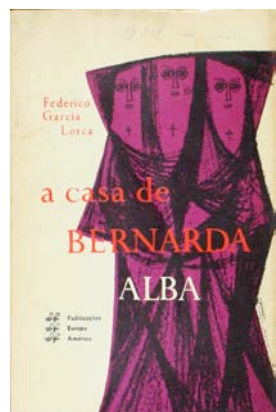
192.



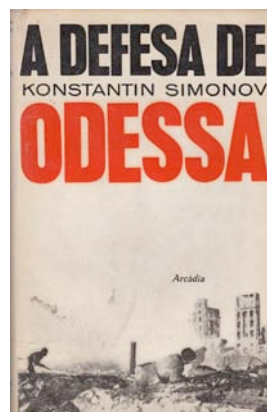
192.



194.



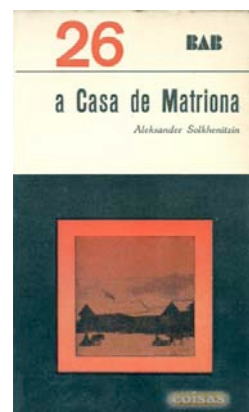
195.



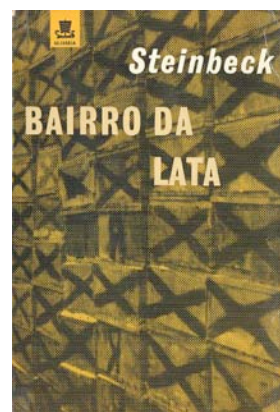
196.



197.



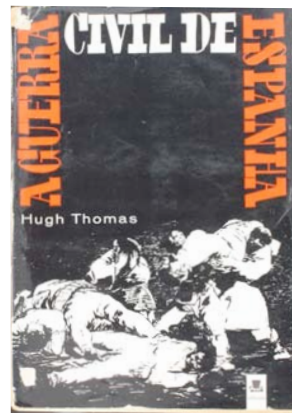
198.



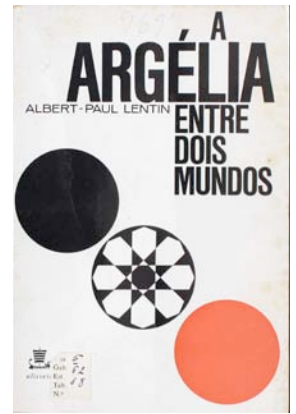
199.



200.



201.



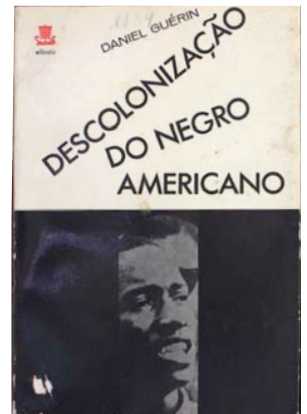
202.



203.



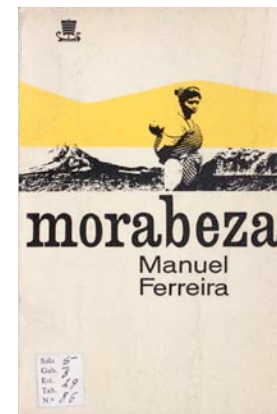
204.



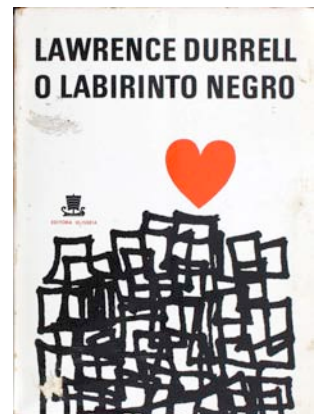
205.



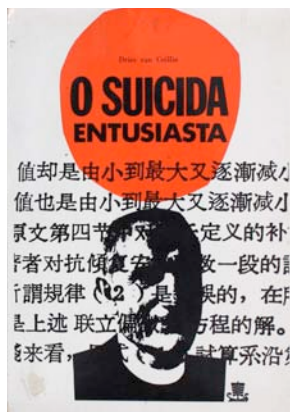
206.



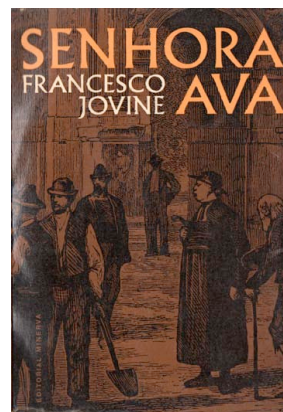
207.



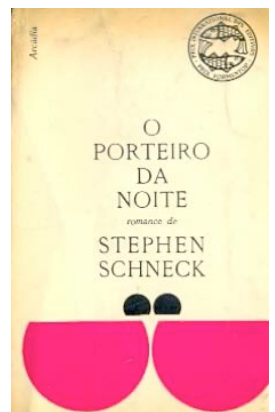
208.



209.

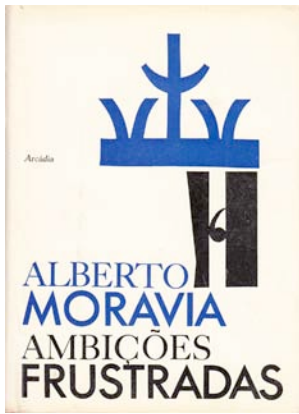


210.



211.

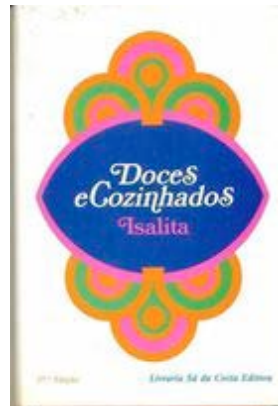




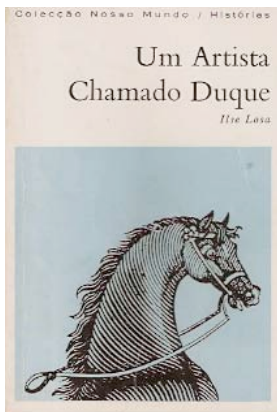
212



213.



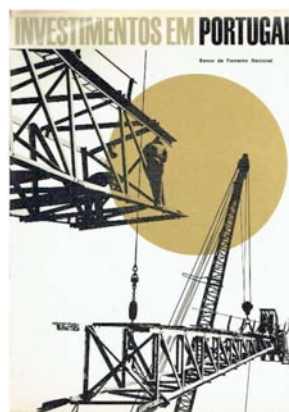
214.



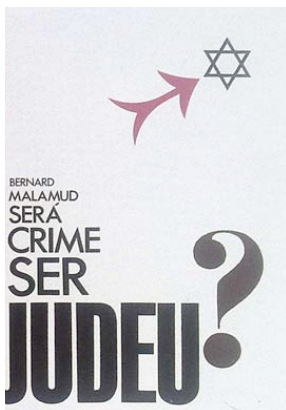
215.



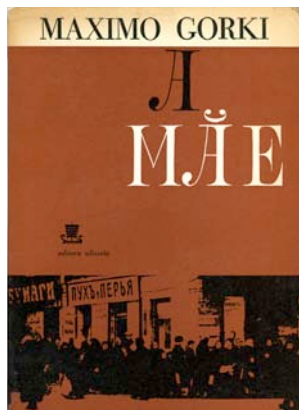
216.



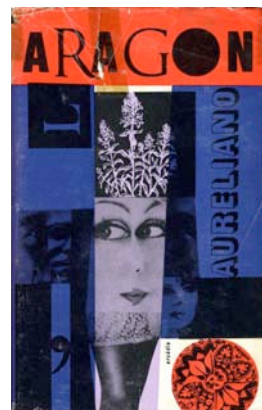
217.



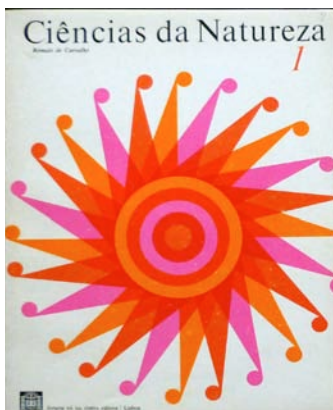
218.



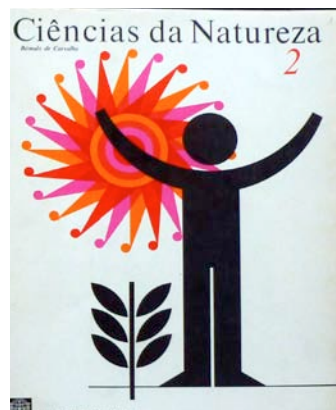
219.



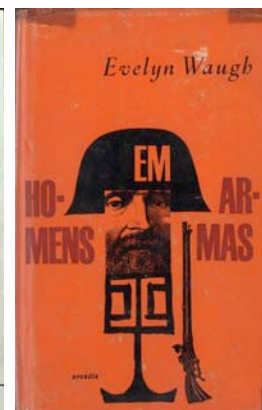
220.



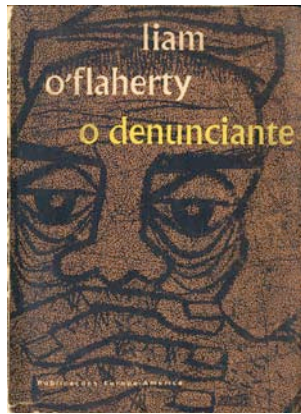
221.



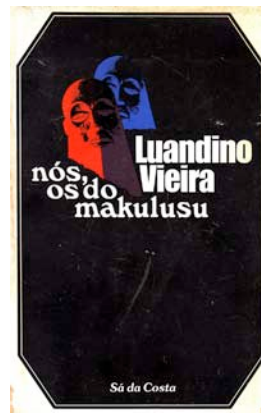
222.



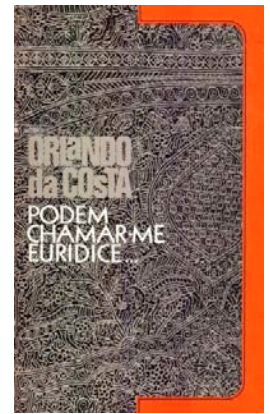
223.



224.



225.



226.



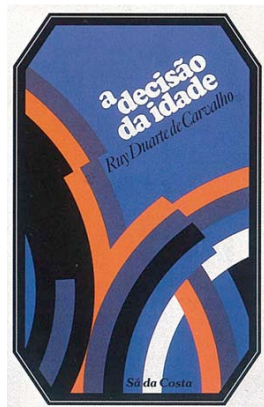
227.



228.



229.



230.



231.



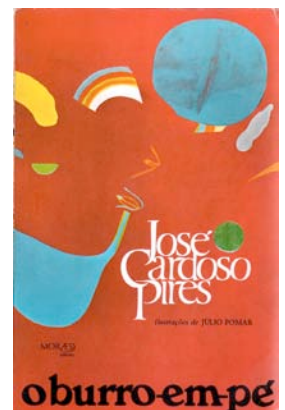
232.



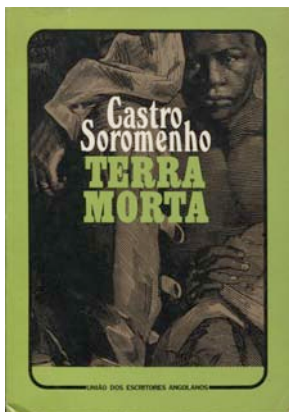
233.



234.



235.



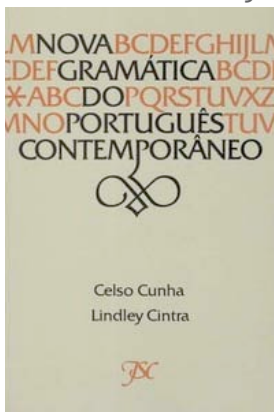
236.



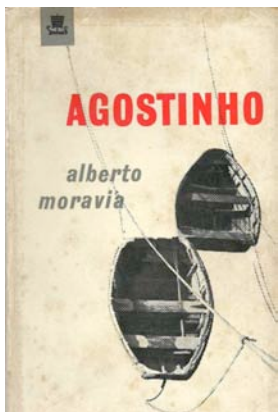
237.



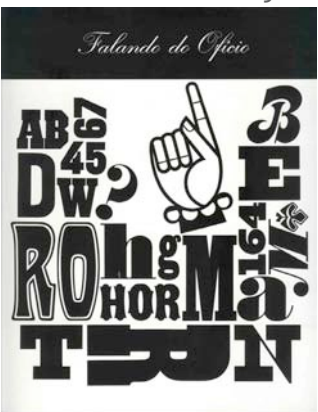
238.



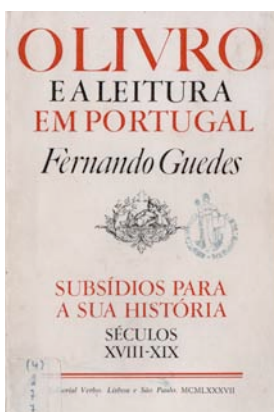
239.



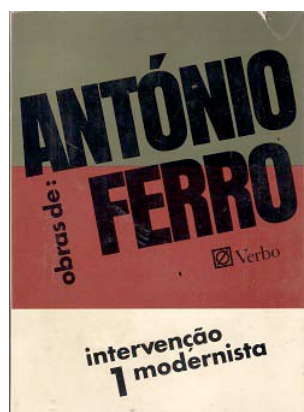
240.



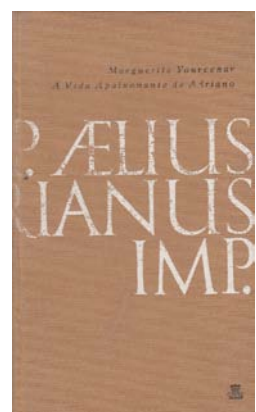
241.



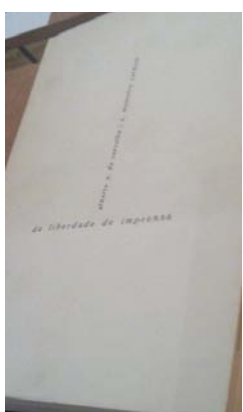
242.



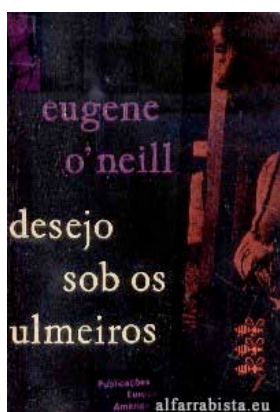
243.



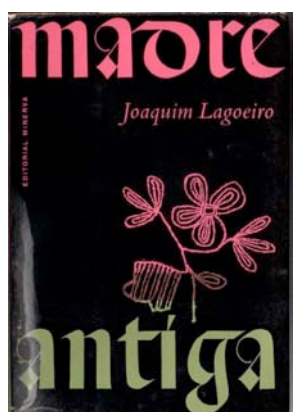
244.



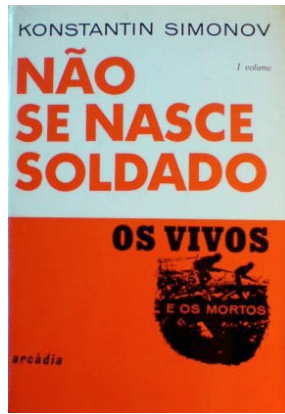
245.



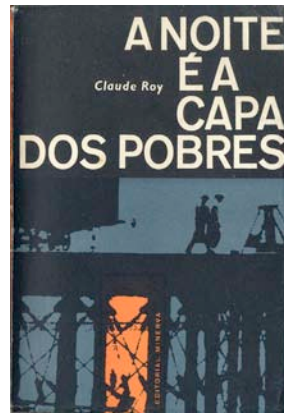
246.



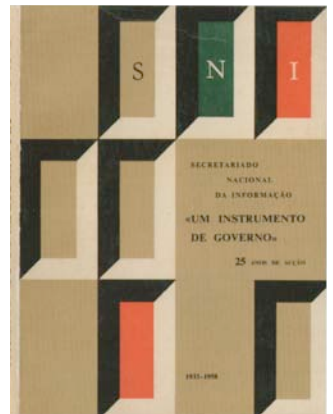
247.



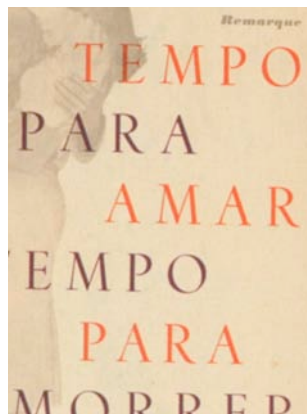
248.



249



250.



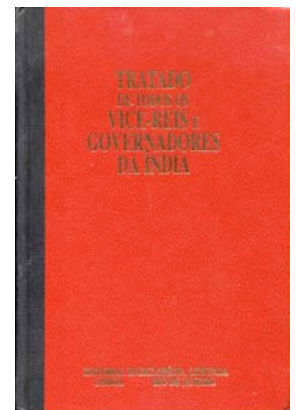
251.



252.



253.

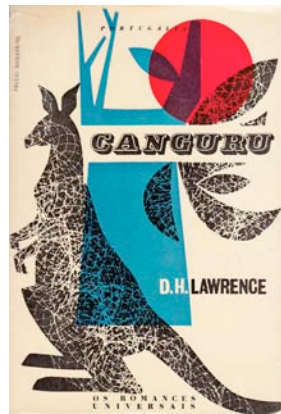


254.

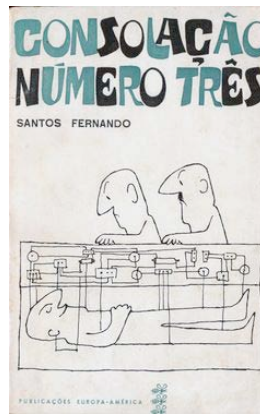
PAULO-GUILHERME



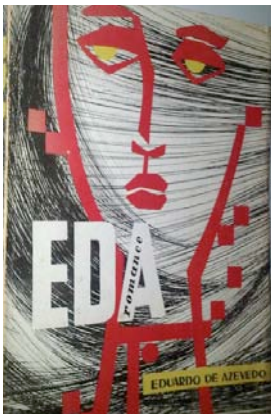
255.



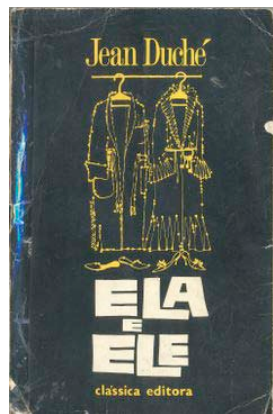
256.



257.



258.



259.



260.



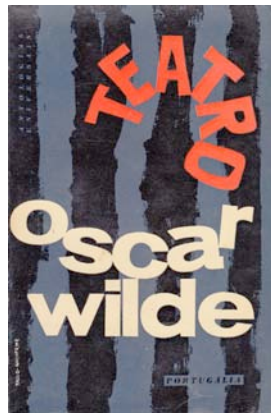
261.



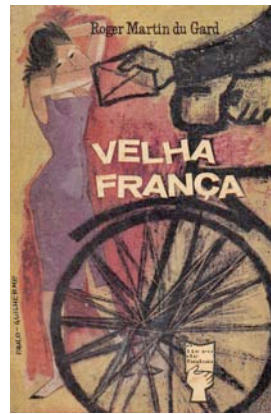
262.



263.



264.



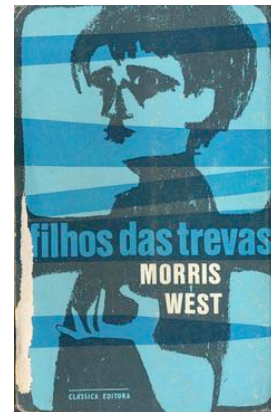
265.



266.



267.



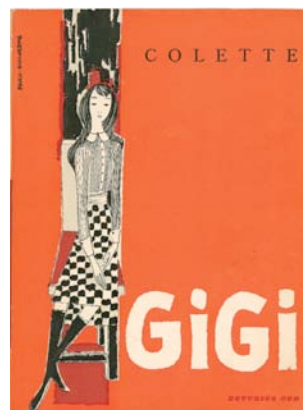
268.



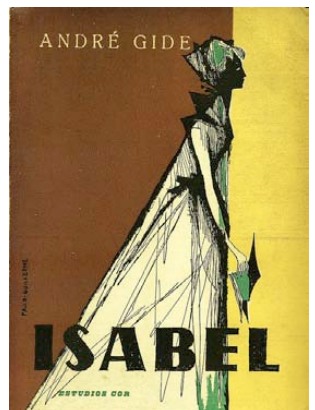
269.



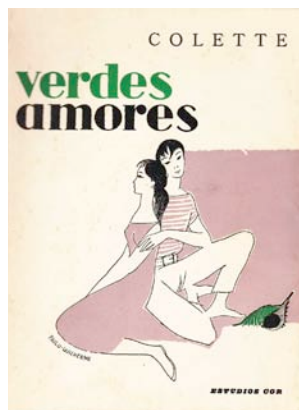
270.



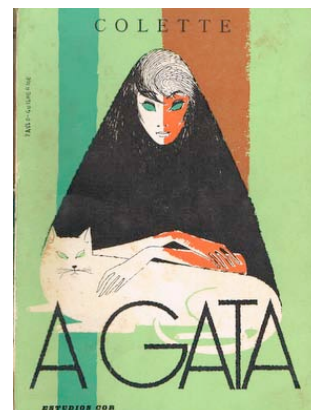
271.



272.



273.



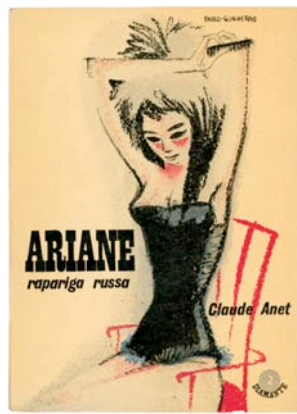
274.



275.



276.



277



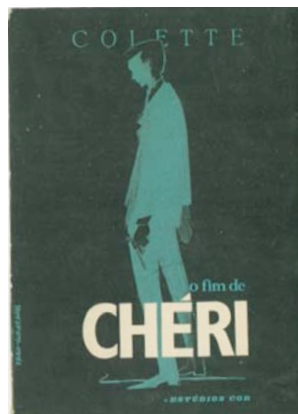
278.



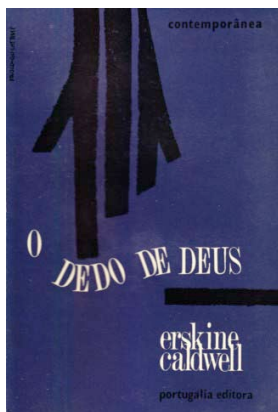
279.



280.



281



282.



283.



284.



285.



286.



287.



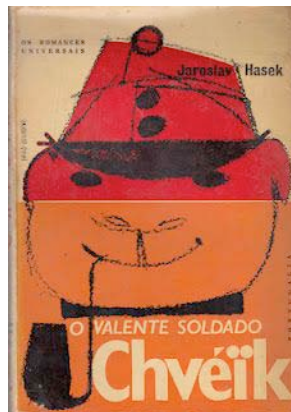
288.



289.



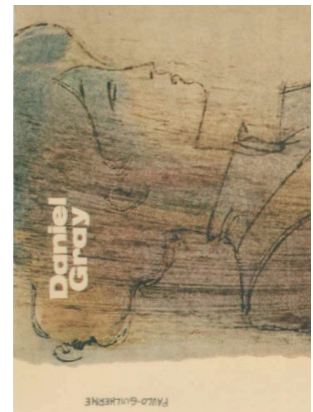
290.



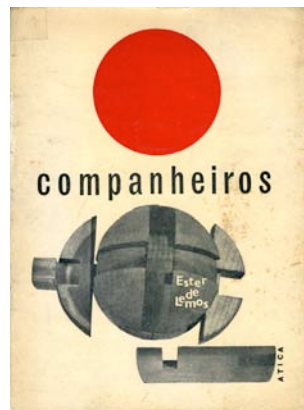
291.



292.



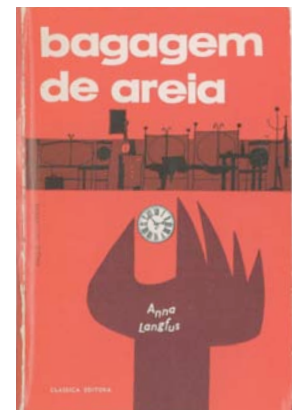
293.



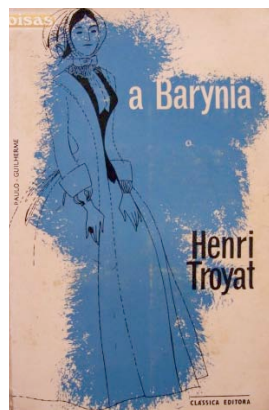
294.



295.



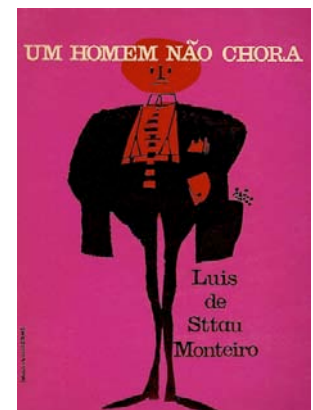
296.



297.

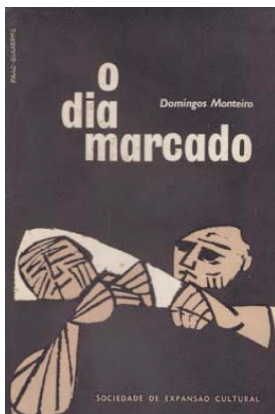


298.

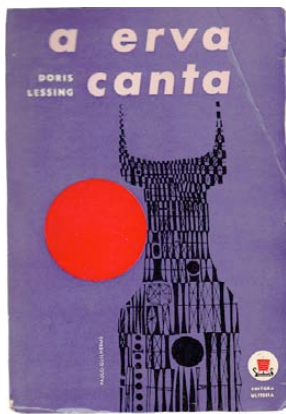


299.

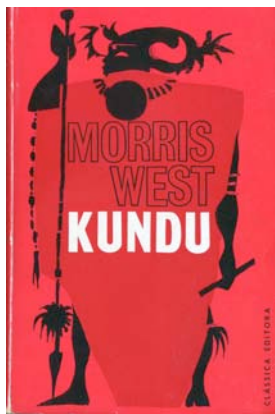




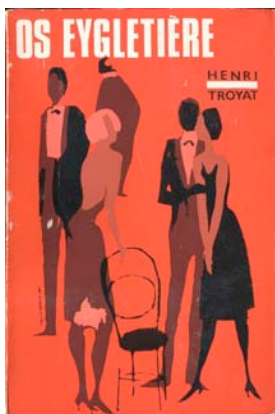
300.



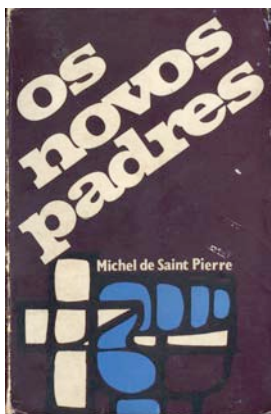
301.



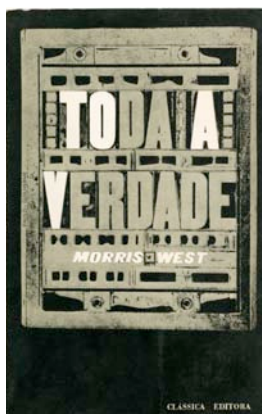
302.



303.



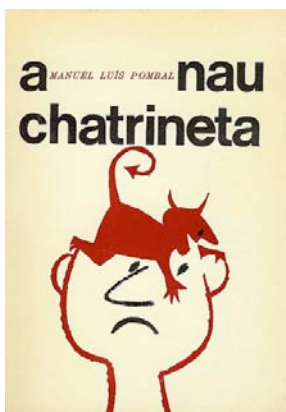
304.



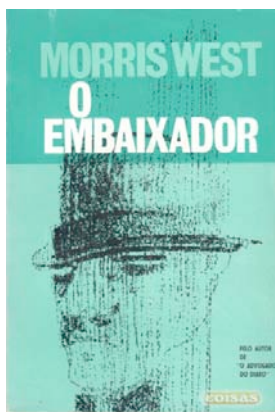
305.



306.



307.



308.



309.



310.



311.



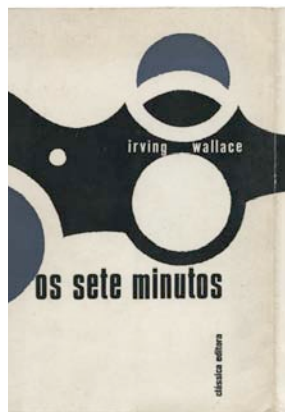
312.



313.



314.



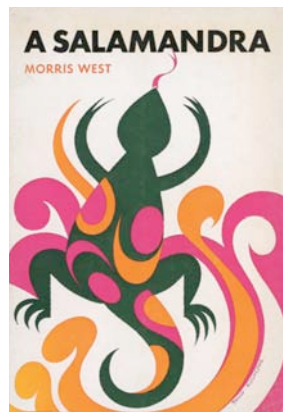
315.



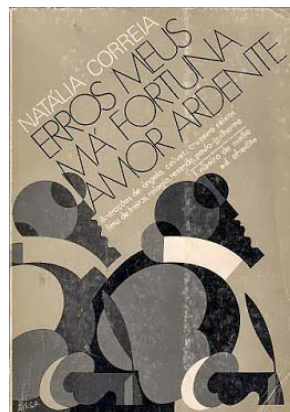
316.



317.



318.



319.



320.



321.



322.



323.



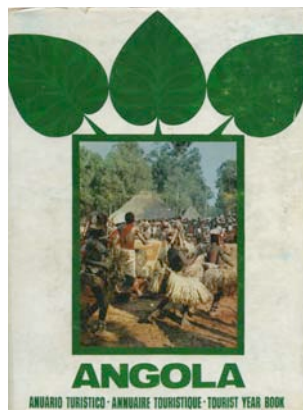
324.



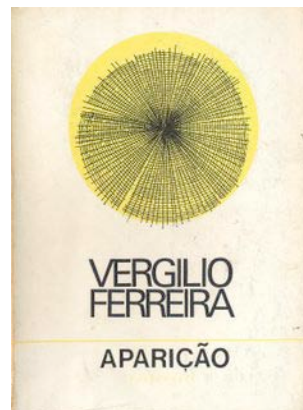
325.



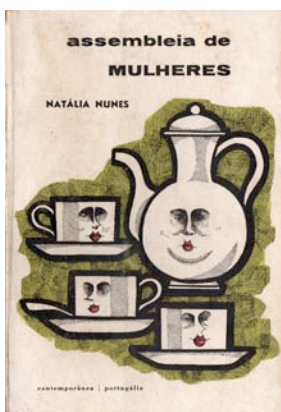
326.



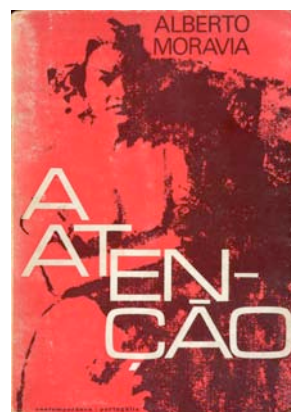
327.



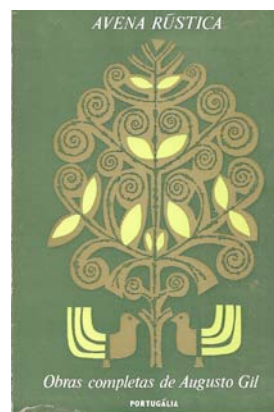
328.



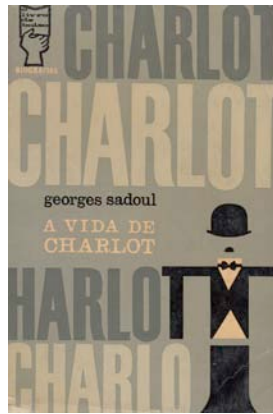
329.



330.



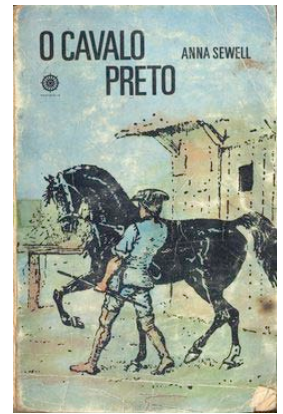
331.



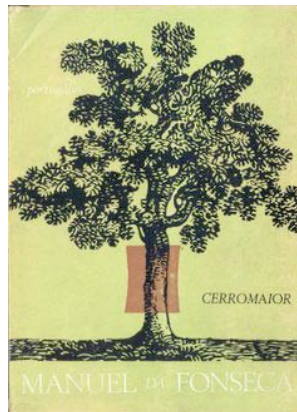
332.



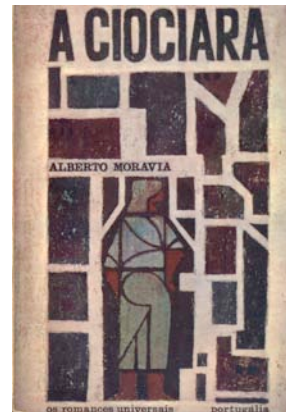
333.



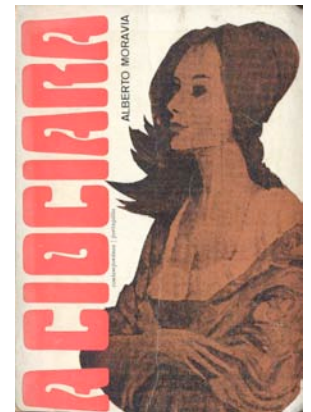
334.



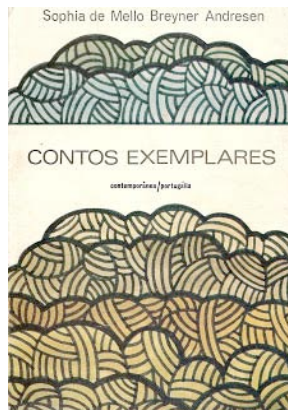
335.



336.



337.



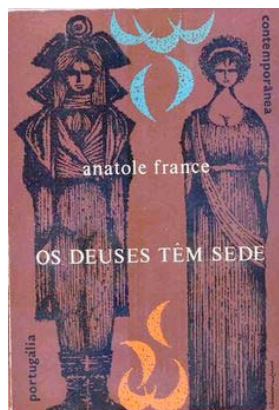
338.



339.



340.



341.



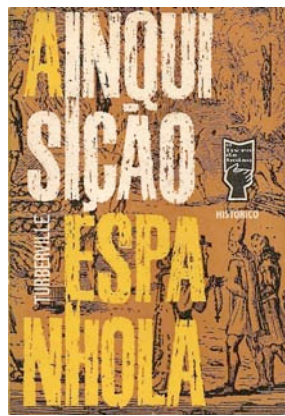
342.



343.



344.



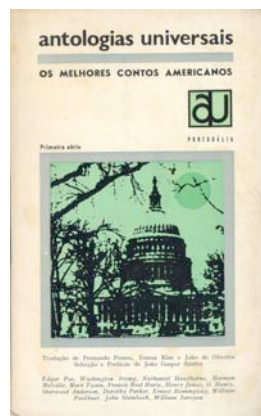
345.



346.



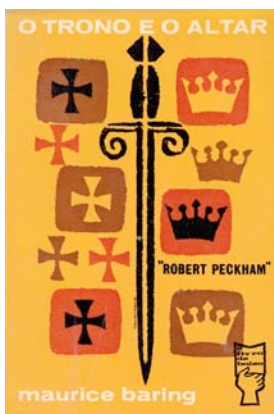
347.



348.



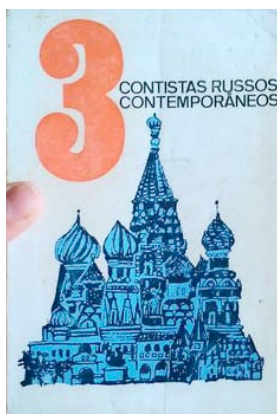
349.



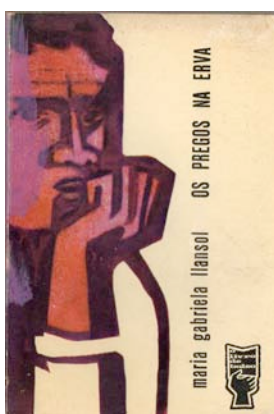
359.



351.



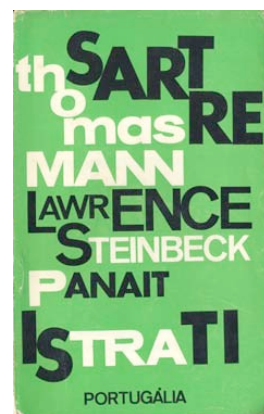
352.



353.



354.



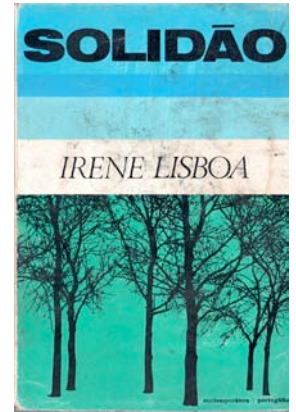
355.



356.



357.



358.



359.



360.



361.



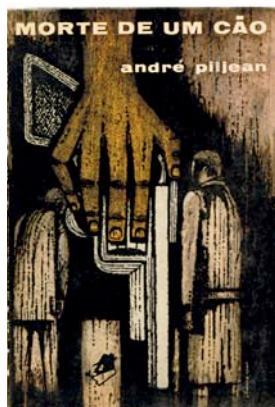
362.



363.



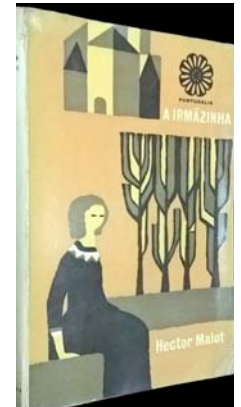
364.



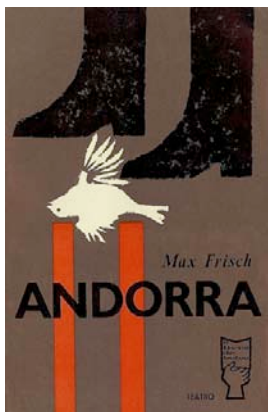
365.



366.



367.



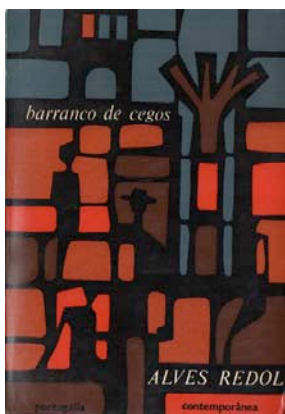
368.



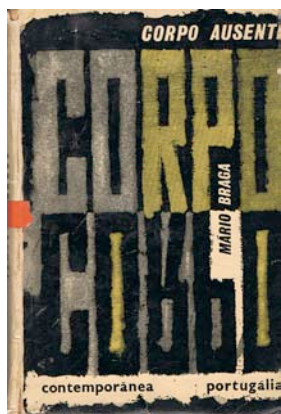
369.



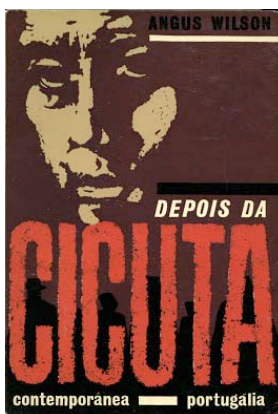
370.



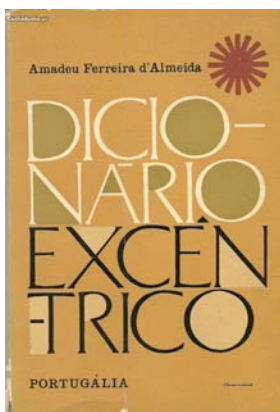
371.



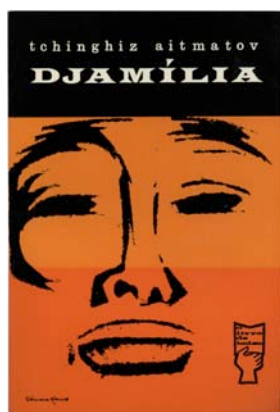
372.



373.



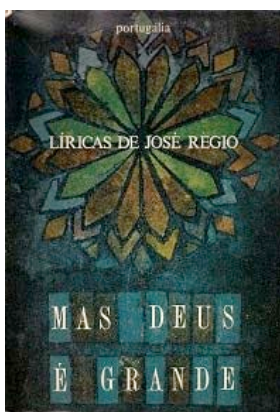
374.



375.



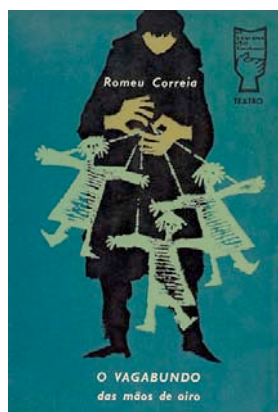
376.



377.



378.



379.



380.



381.



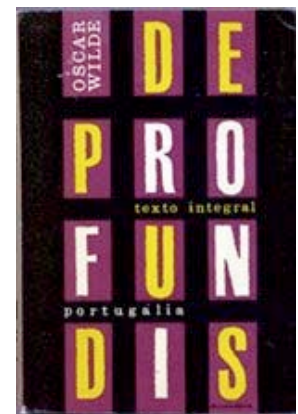
382.



383.



384.



385.



386.



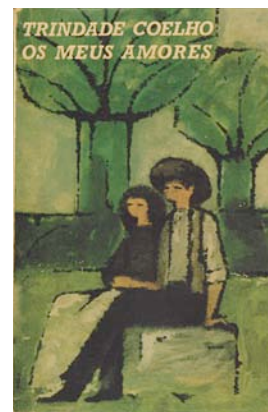
387.



388.



389.



390.



391.

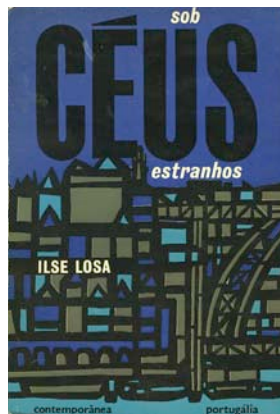




392.



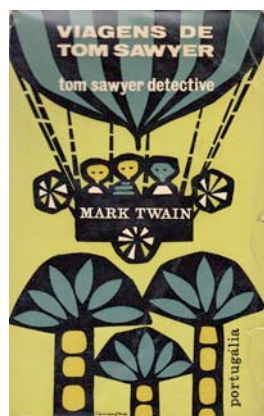
393.



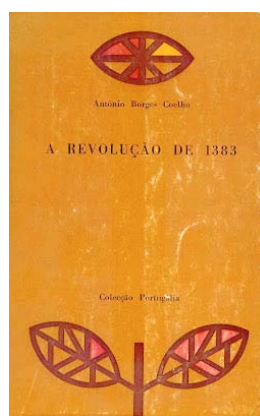
394.



395.



396.



397.



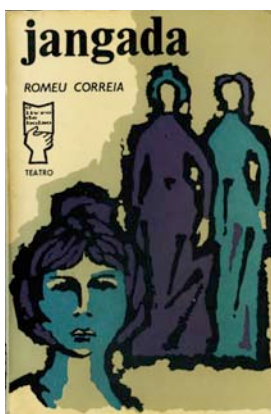
398.



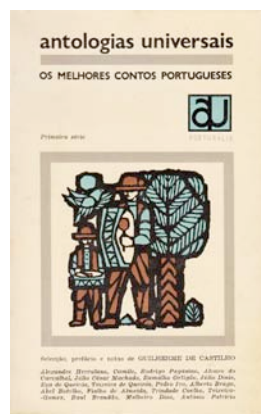
399.



400.



401.



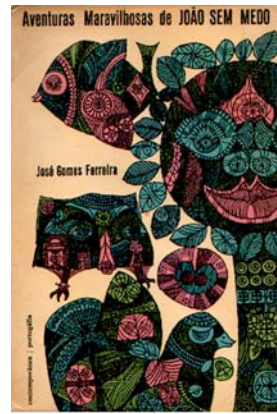
402.



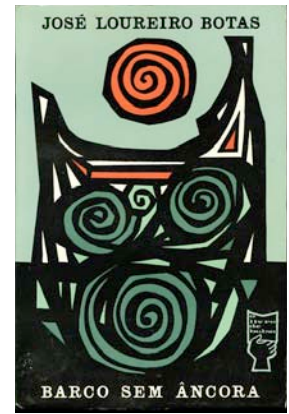
403.



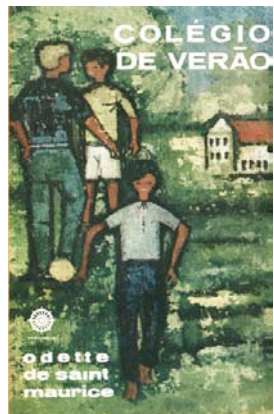
404.



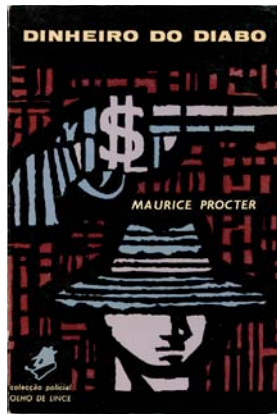
405.



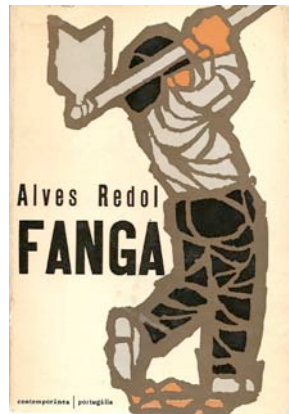
406.



407.



408.



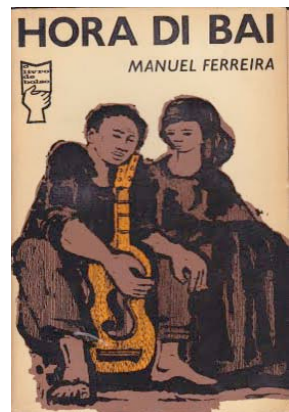
409.



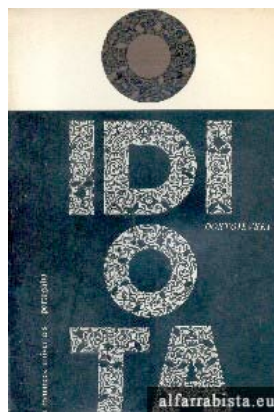
410.



411.



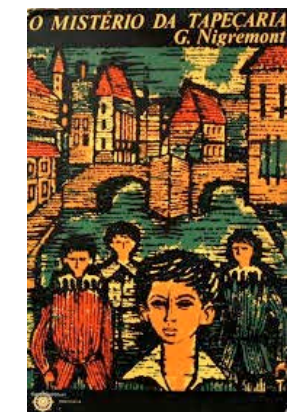
412.



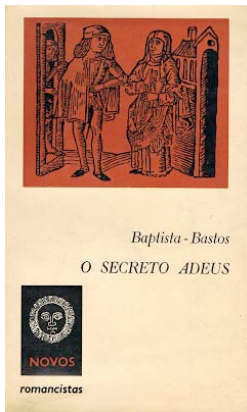
413.



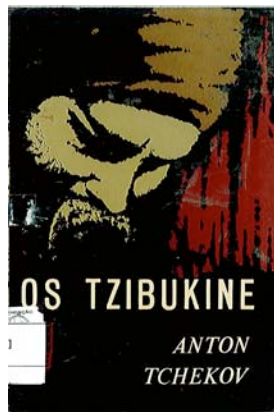
414.



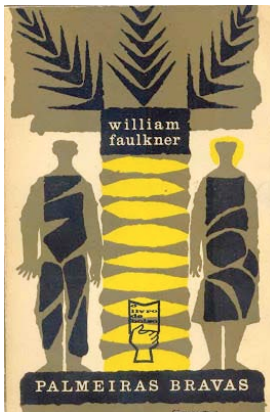
415.



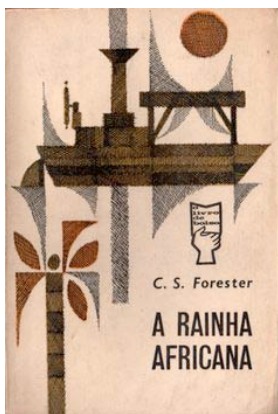
416.



417.



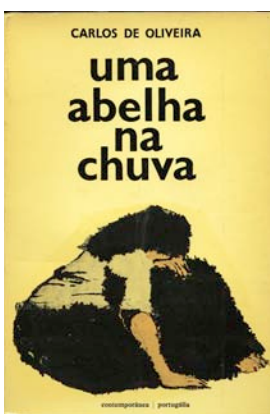
418.



419.



420.



421.



422.



423



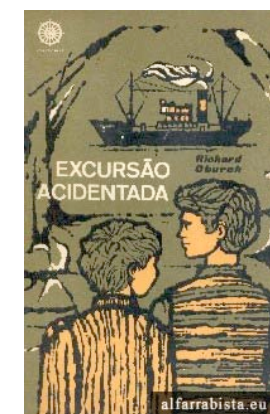
424.



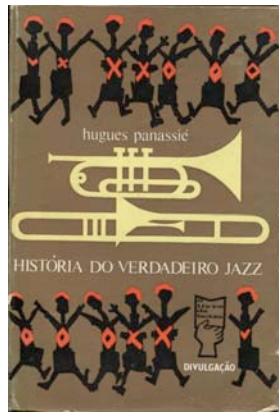
425.



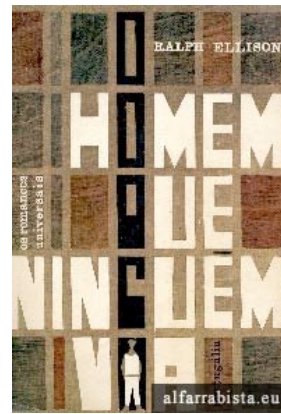
426.



427.



428.



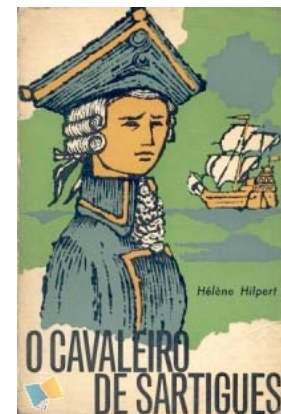
429.



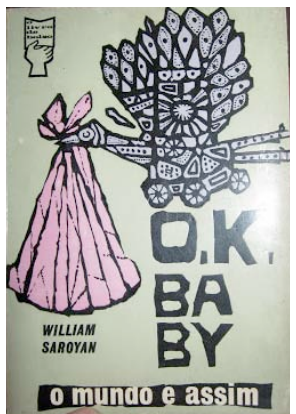
430.



431.



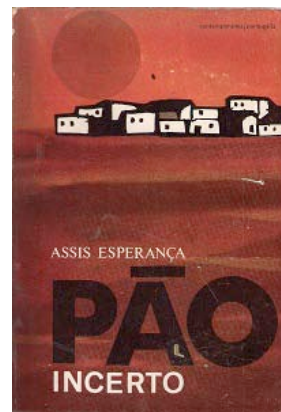
432.



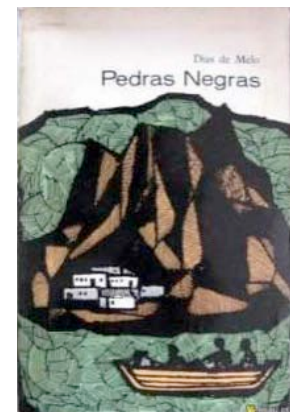
433.



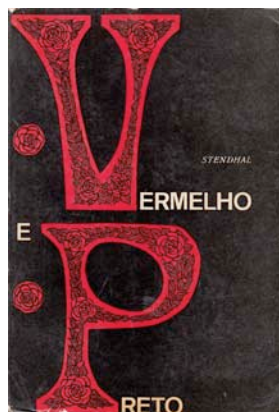
434.



435.



436.



437.



438.



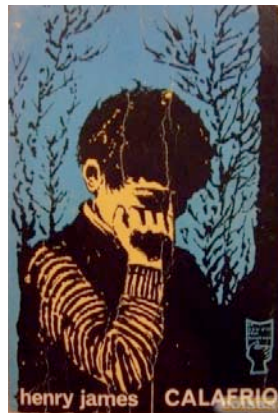
439.



440.



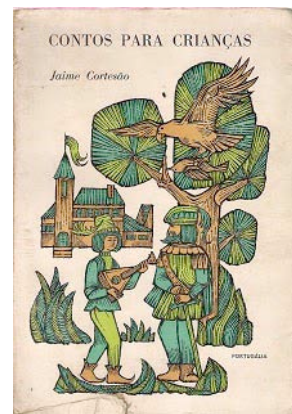
441



442.



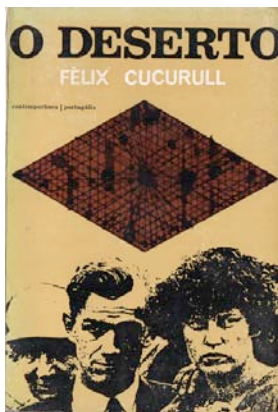
443.



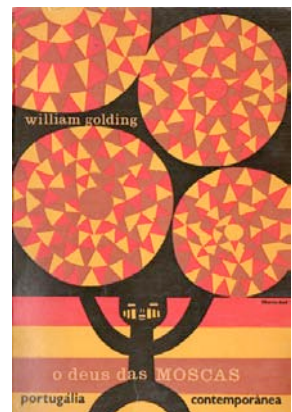
444



445.



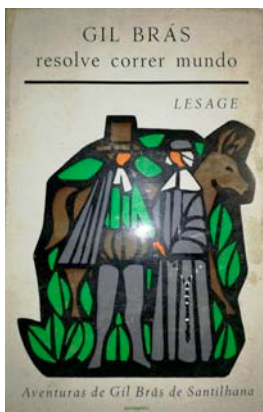
446.



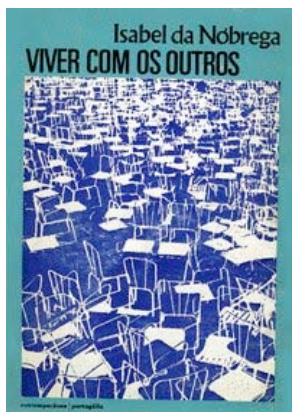
447.



448.



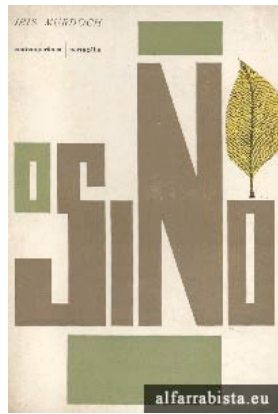
449.



450.



451.



452.



453



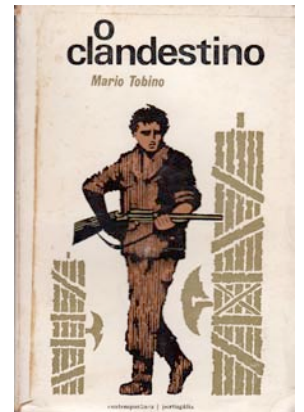
454.



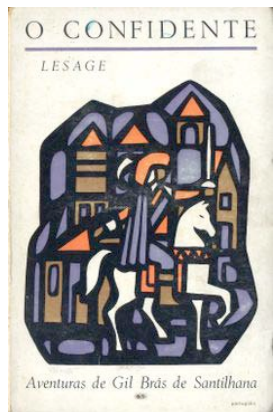
455.



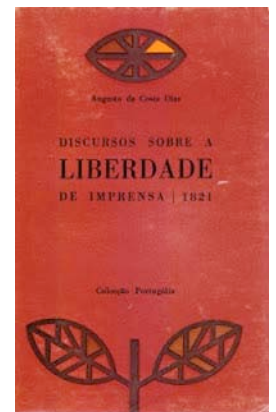
456.



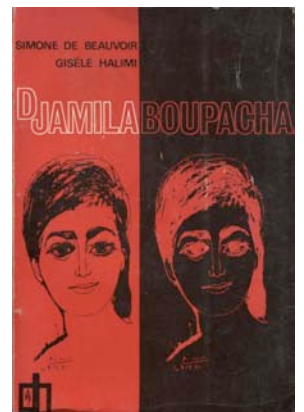
457.



458.



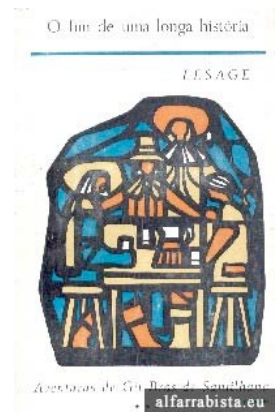
459.



460.



461.



462.



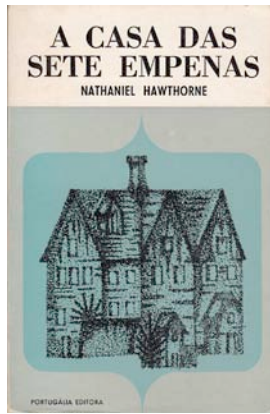
463.



464.



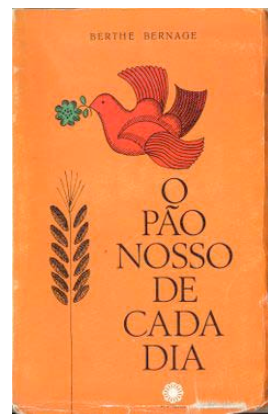
465



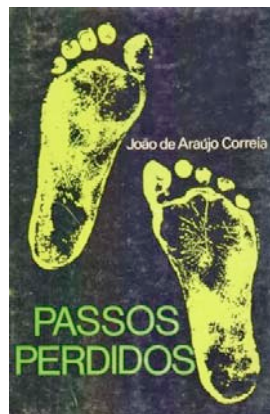
466.



467.



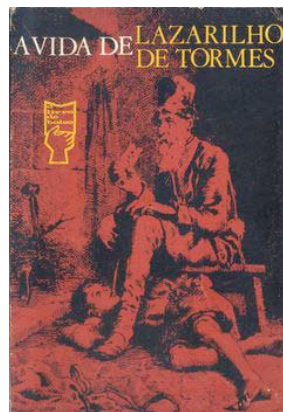
468



469.



470.



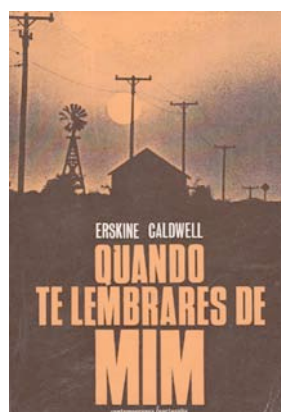
471



472.



473.



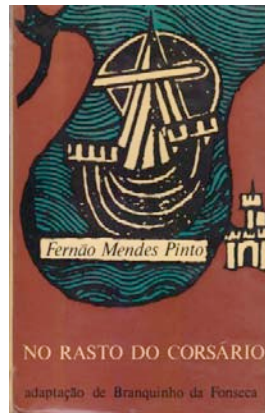
474



475.



476.



477.



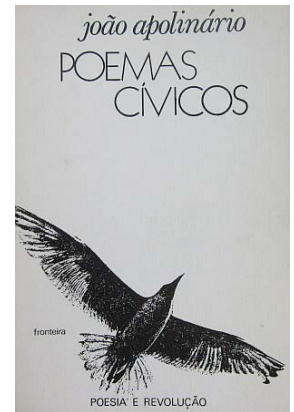
478.



479.



480.



481.



482.



483.



484.



485.

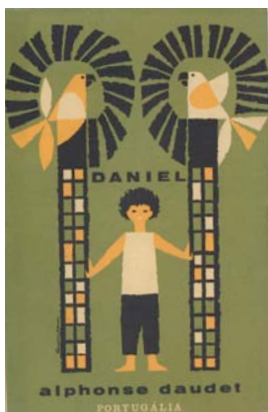


486.



487.





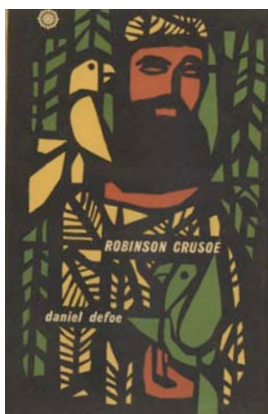
488.



489



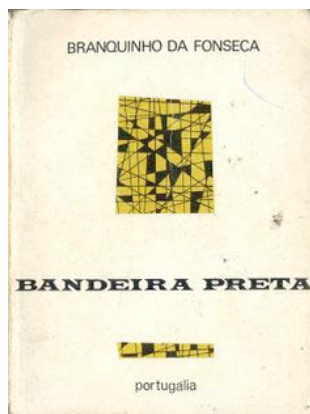
490



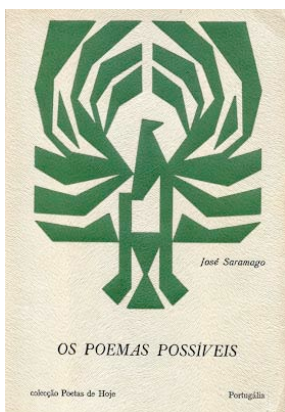
491.



492



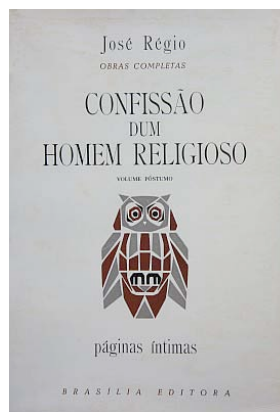
493.



494.

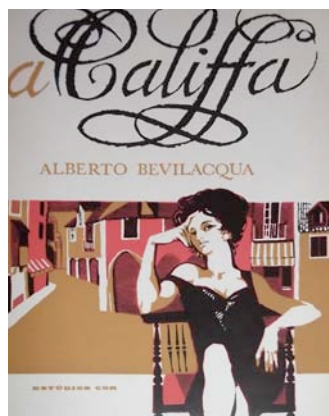


495

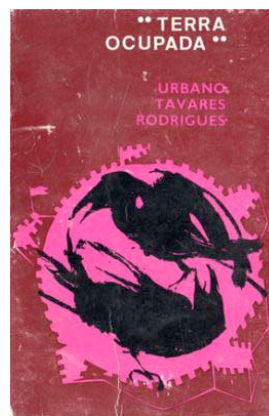


496.

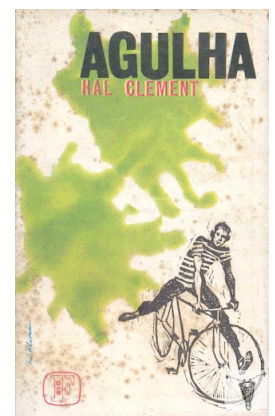
LUÍS FILIPE DE ABREU



497.



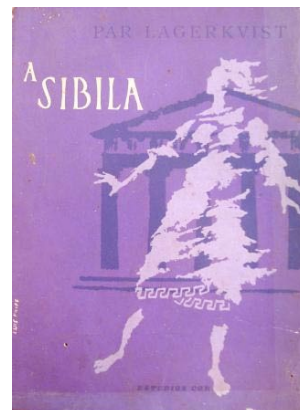
498.



499.



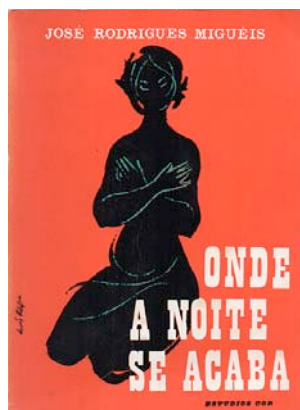
500.



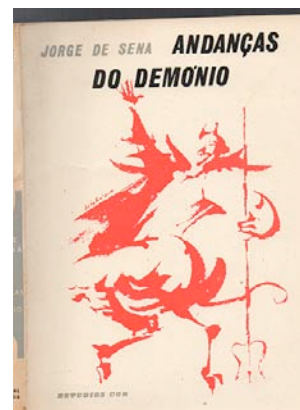
501.



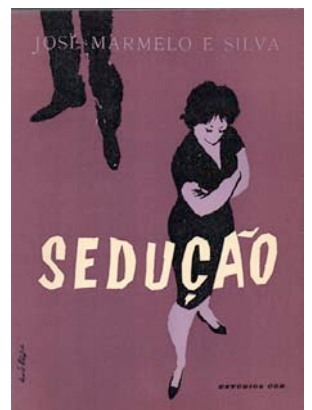
502.



503.



504.



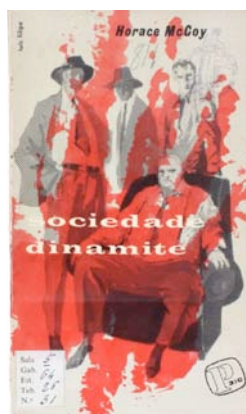
505.



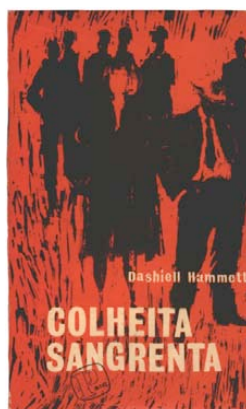
506.



507



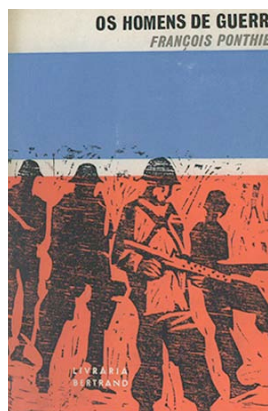
508.



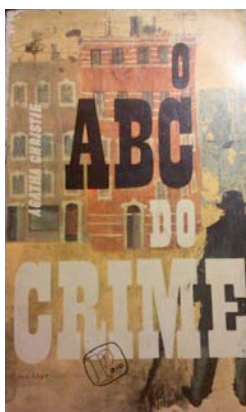
509.



510



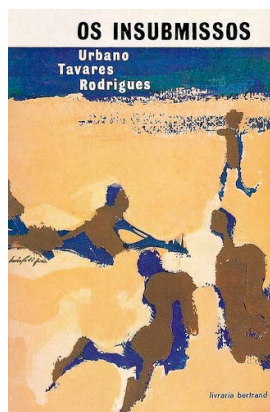
511.



512.



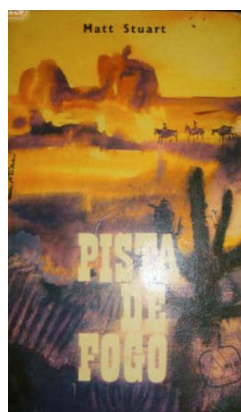
513-



514-



515.



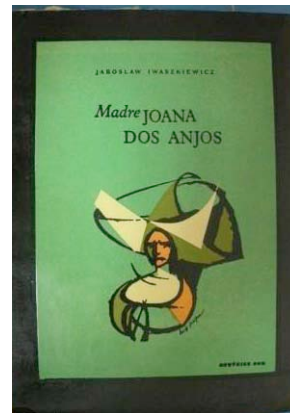
516.



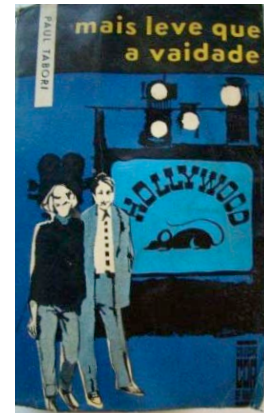
517.



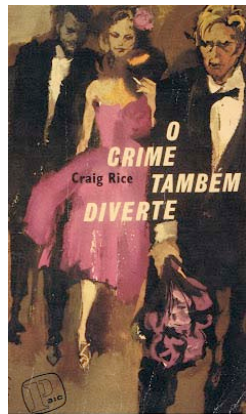
518.



519.



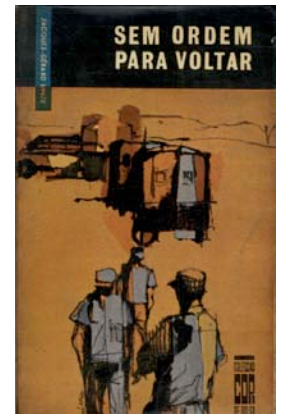
520.



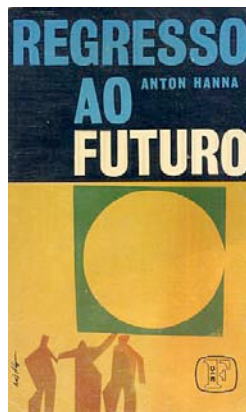
521.



522.



523.



524.



525.



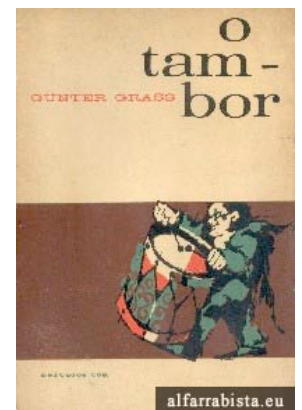
526.



527.



528.



529.



530.



531.



532.



533.



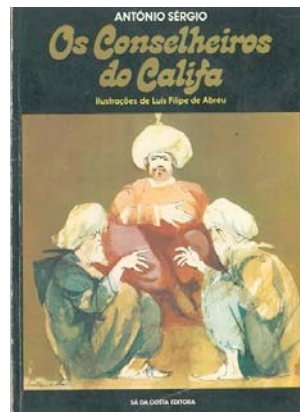
534.



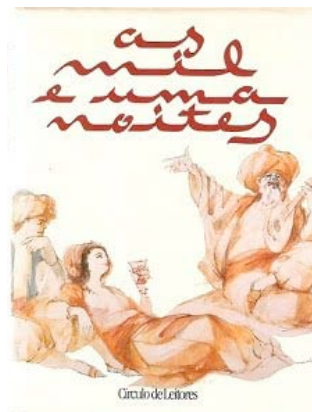
535.



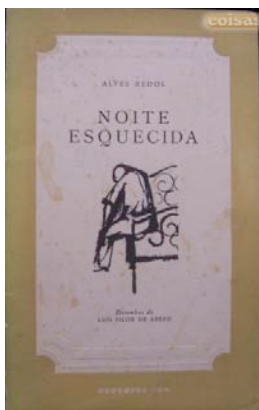
536.



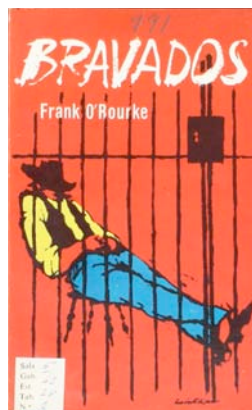
537.



538.



539.

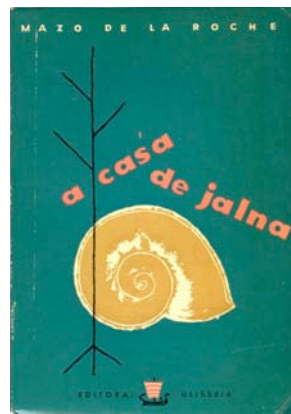


540.

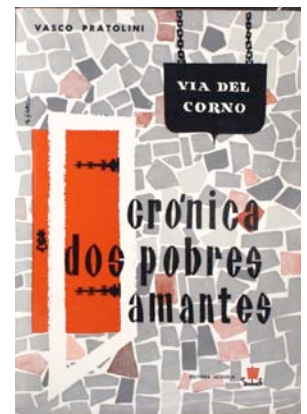
ANTÓNIO GARCIA



541.



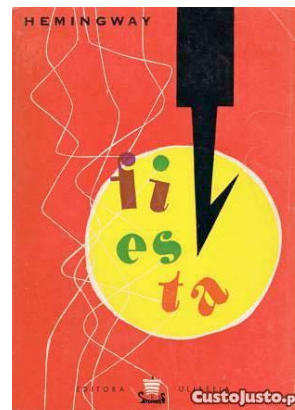
542.



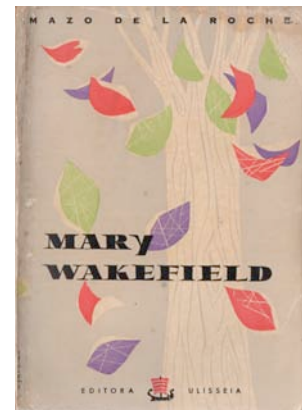
543.



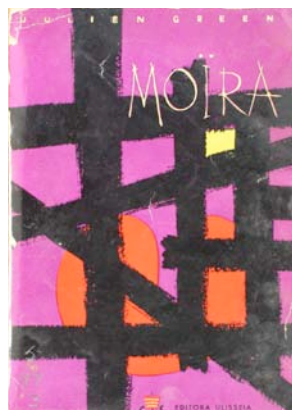
544.



545.



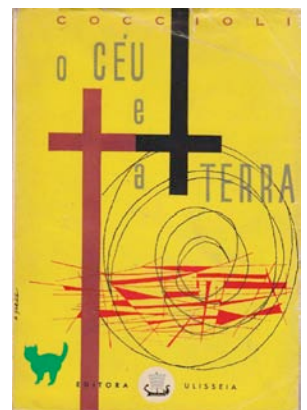
546.



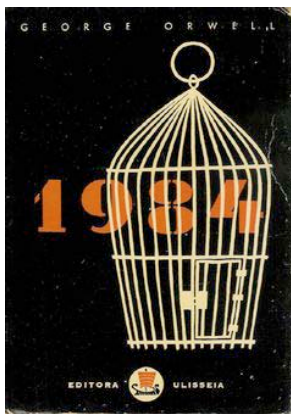
547.



548.



548.



550.



551.



552.



553.



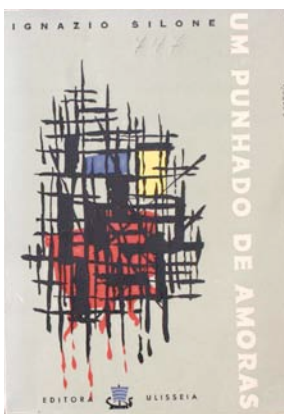
554.



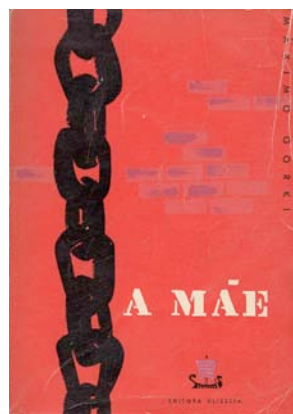
555.



556.



557.



558.



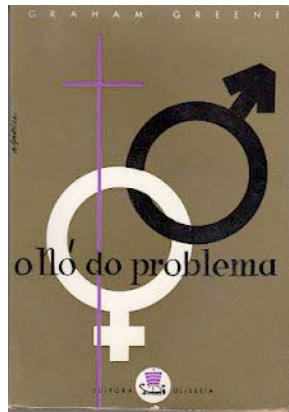
559.



560.



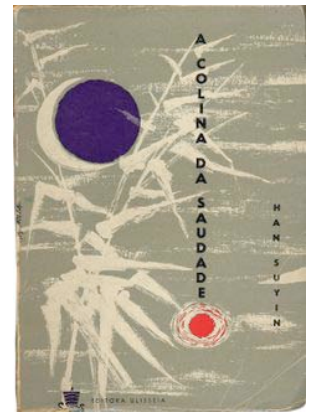
561.



562.



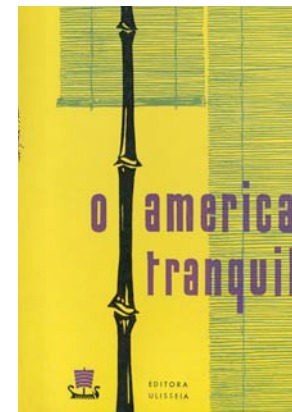
563.



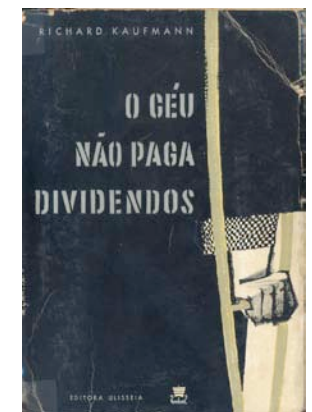
564.



565.



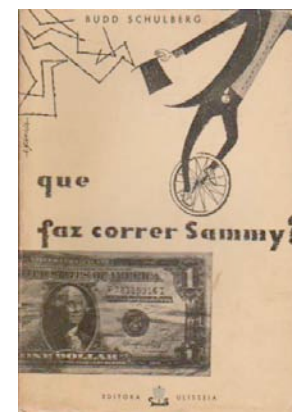
566.



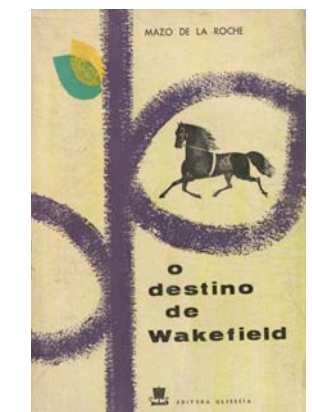
567.



568.



569.



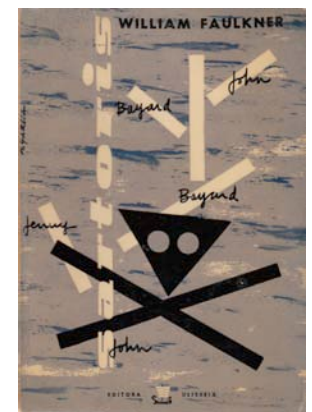
570.



571.

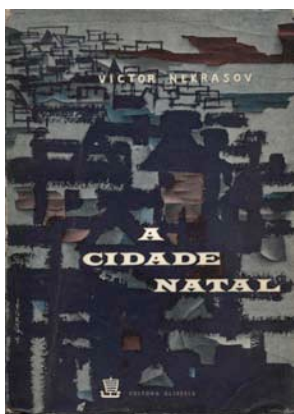


572.

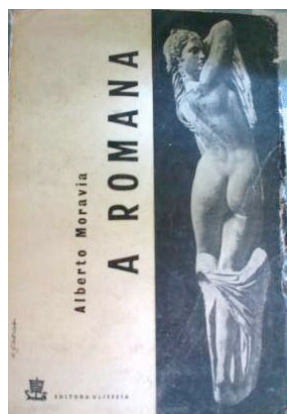


573.

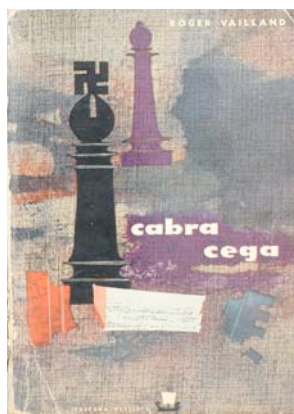




574.



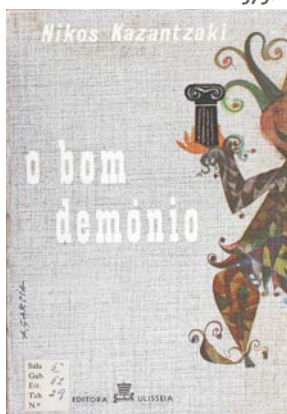
575.



576.



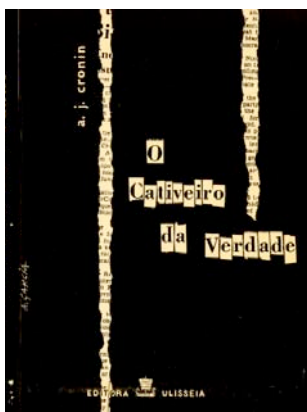
577.



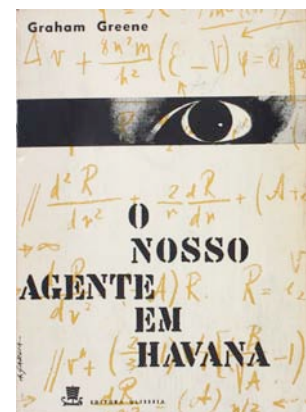
578.



579.



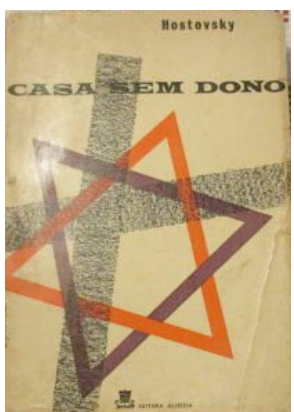
580.



581.



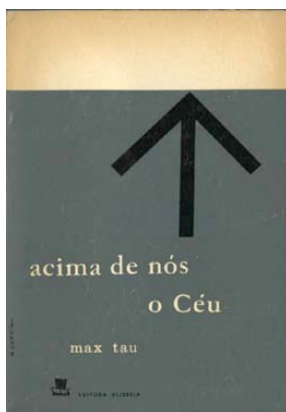
582.



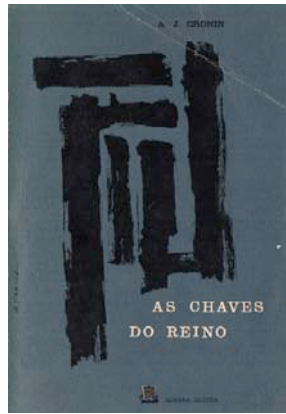
583.



584.



585.



586.



587.



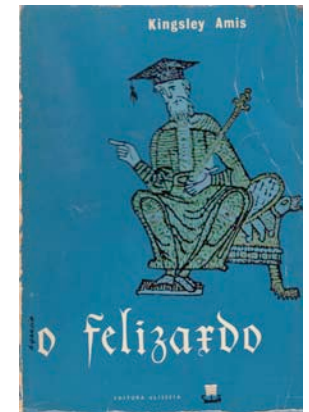
588.



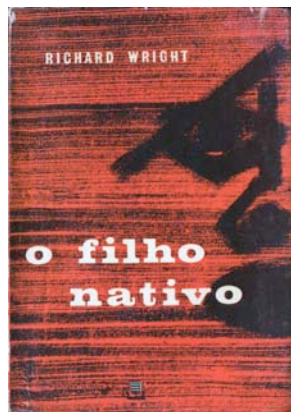
589.



590.



591.



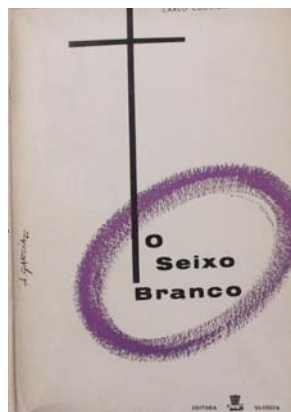
592.



593.



594.



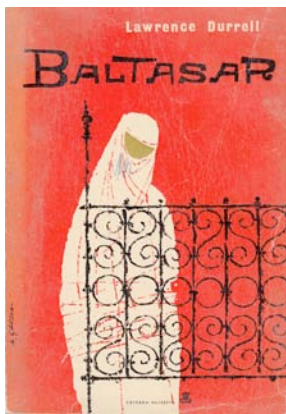
595.



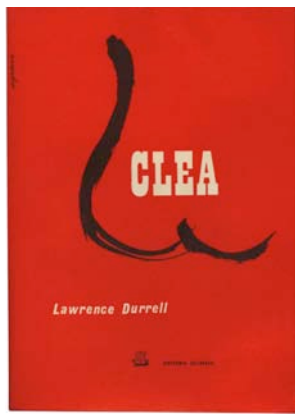
596.



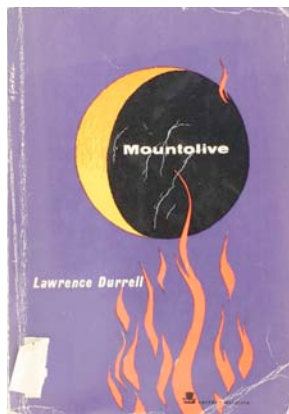
597.



598.



599.



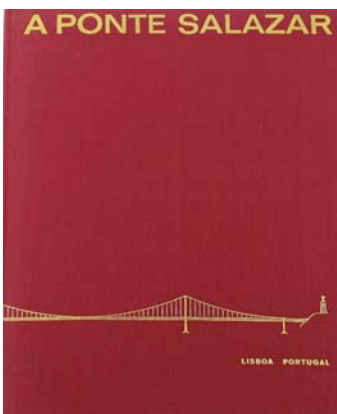
600



601.



602.



603



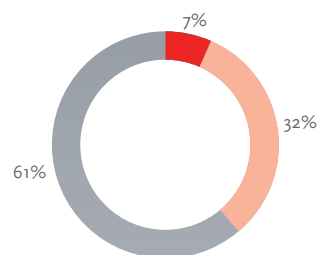
### 7.3. VISUALIZAÇÃO COMPARADA DE DADOS



## TIPOLOGIA DO TEXTO UTILIZADO

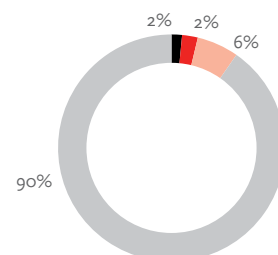
### 5.2.3.1. Victor Palla

- letras desenhadas
- misto (i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia



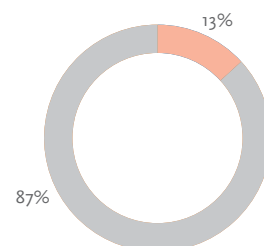
### 5.2.3.2. Sebastião Rodrigues

- letras desenhadas
- misto (i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia
- capa sem texto



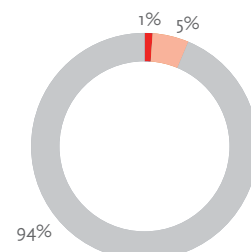
### 5.2.3.3. Paulo-Guilherme

- misto (i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia



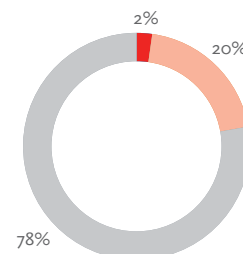
### 5.2.3.4. João da Câmara Leme

- letras desenhadas
- misto (i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia



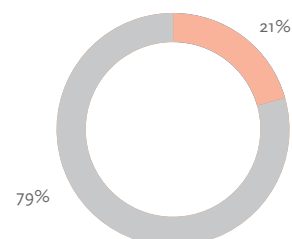
### 5.2.3.5. Luís Filipe de Abreu

- letras desenhadas
- misto (i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia



### 5.2.3.6. António Garcia

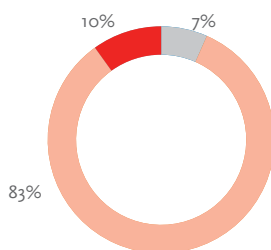
- misto (i.e.: letras desenhadas e tipografia)
- tipografia



## 5.2.4. UTILIZAÇÃO DE TIPOGRAFIA DE FORMA CRIATIVA

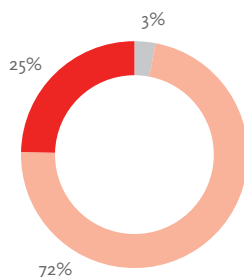
### 5.2.4.1. Victor Palla

■ sim  
■ não  
■ n/a



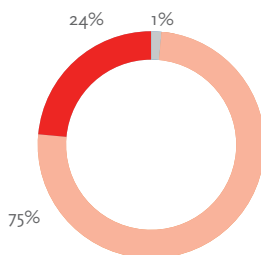
### 5.2.4.2. Sebastião Rodrigues

■ sim  
■ não  
■ n/a



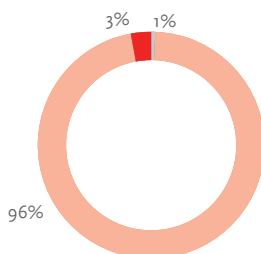
### 5.2.4.3. Paulo-Guilherme

■ sim  
■ não  
■ n/a



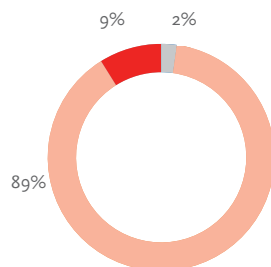
### 5.2.4.4. João da Câmara Leme

■ sim  
■ não  
■ n/a



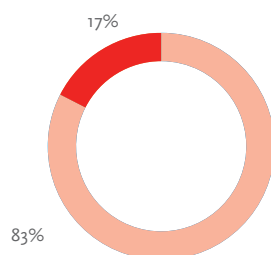
### 5.2.4.5. Luís Filipe de Abreu

■ sim  
■ não  
■ n/a



### 5.2.4.6. António Garcia

■ sim  
■ não

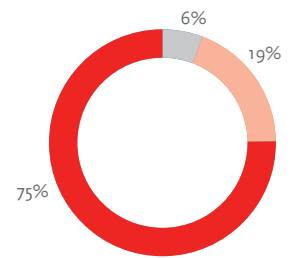




## 5.2.5. UTILIZAÇÃO DE TIPOGRAFIA DE FORMA ACTIVA

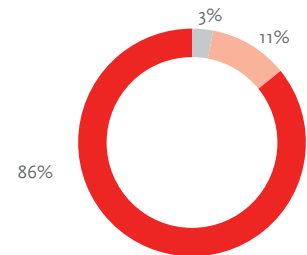
### 5.2.5.1. Víctor Palla

■ sim  
■ não  
■ n/a



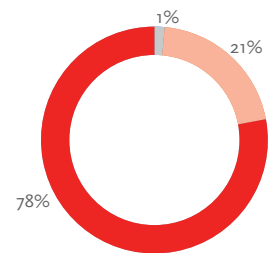
### 5.2.5.2. Sebastião Rodrigues

■ sim  
■ não  
■ n/a



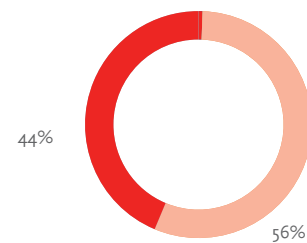
### 5.2.5.3. Paulo-Guilherme

■ sim  
■ não  
■ n/a



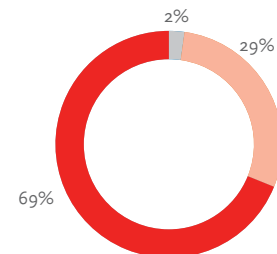
### 5.2.5.3. João da Câmara Leme

■ sim  
■ não  
■ n/a



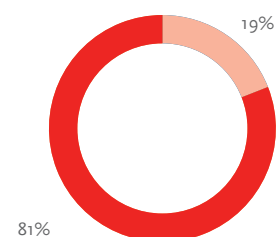
### 5.2.5.4. Luís Filipe de Abreu

■ sim  
■ não  
■ n/a



### 5.2.5.5. António Garcia

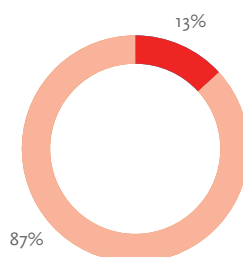
■ sim  
■ não  
■ n/a



## 5.2.10. PROBLEMAS DE TIPOGRAFIA DETECTADOS NAS CAPAS

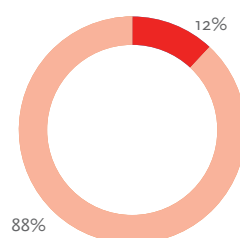
### 5.2.10.1. Victor Palla

- com problemas detectados
- sem problemas detectados



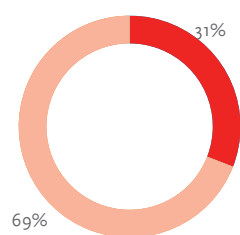
### 5.2.10.2. Sebastião Rodrigues

- com problemas detectados
- sem problemas detectados



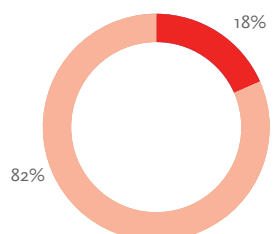
### 5.2.10.3. Paulo-Guilherme

- com problemas detectados
- sem problemas detectados



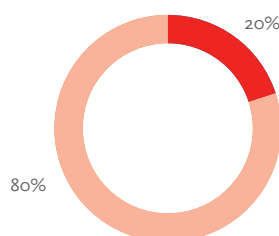
### 5.2.10.4. João da Câmara Leme

- com problemas detectados
- sem problemas detectados



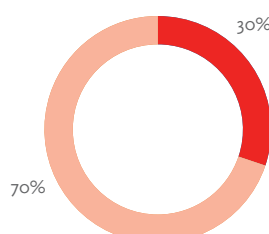
### 5.2.10.5. Luís Filipe de Abreu

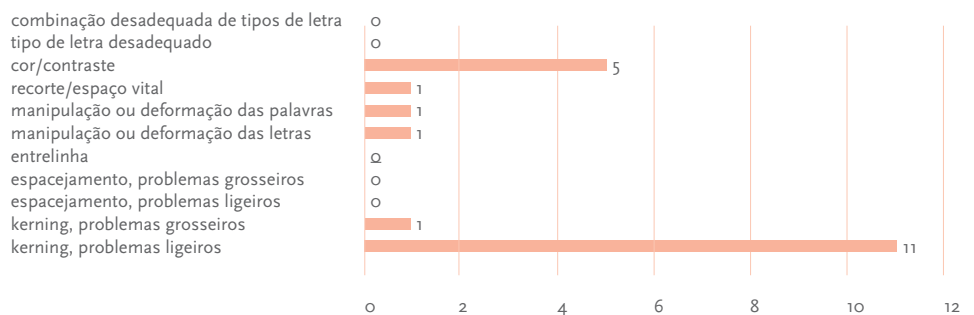
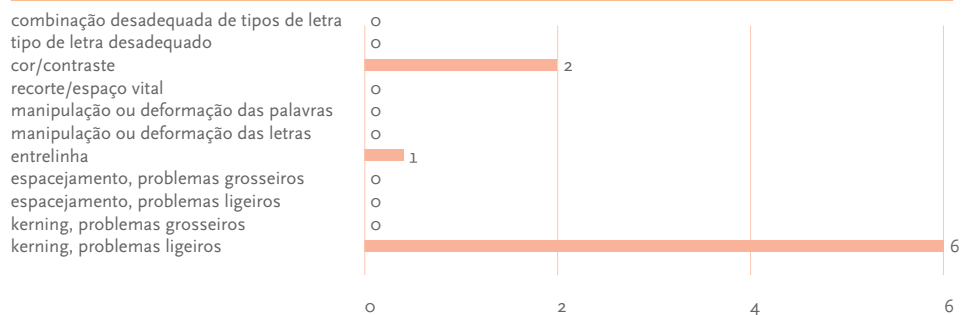
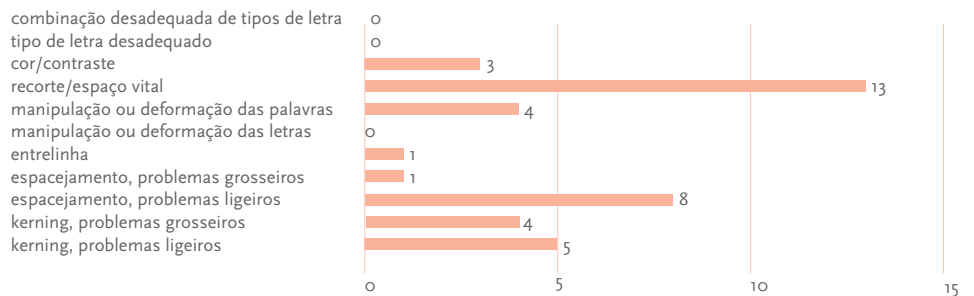
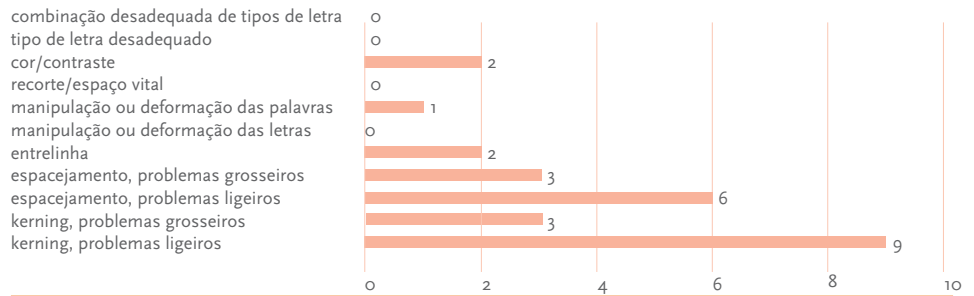
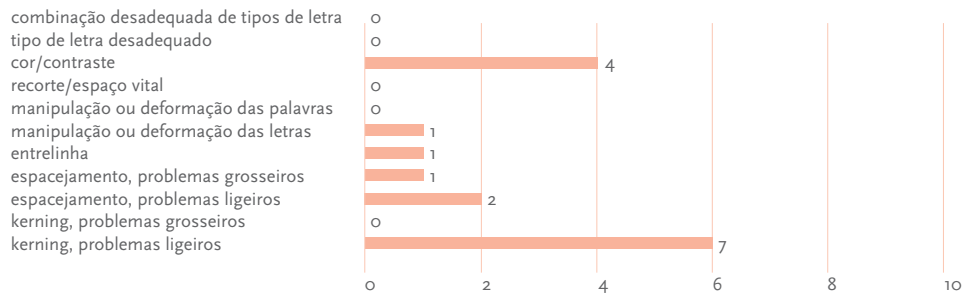
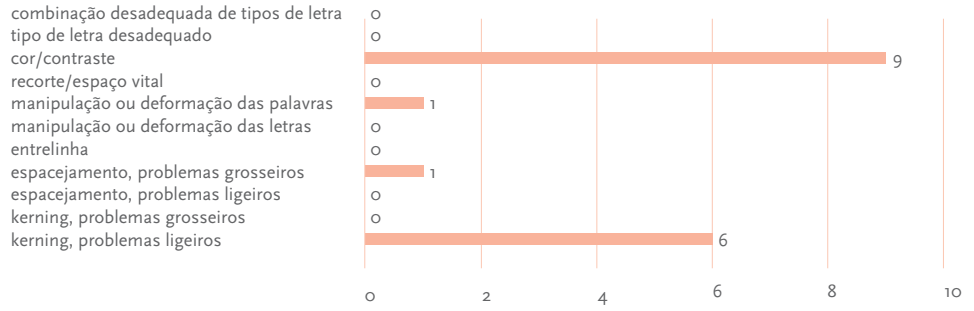
- com problemas detectados
- sem problemas detectados



### 5.2.10.6. António Garcia

- com problemas detectados
- sem problemas detectados

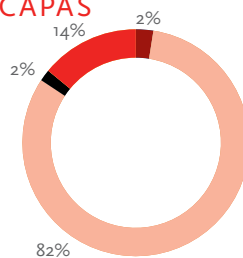




## 5.2.11. TIPOLOGIA DAS IMAGENS USADAS NAS CAPAS

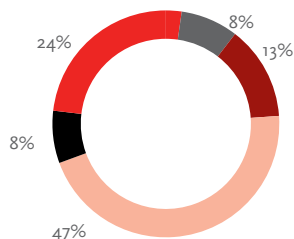
### 5.2.11.1. Victor Palla

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem



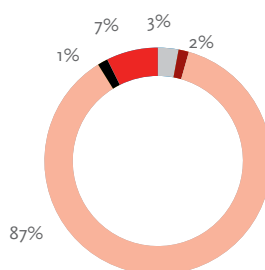
### 5.2.11.2. Sebastião Rodrigues

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem



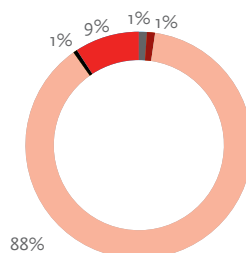
### 5.2.11.3. Paulo-Guilherme

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem



### 5.2.11.4. João da Câmara Leme

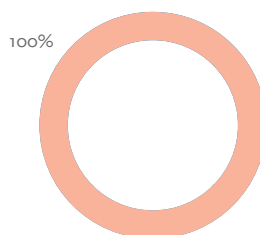
- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem



### 5.2.11.5. Luís Filipe de Abreu

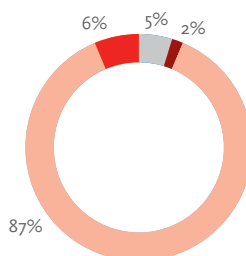
*tipologia das imagens usadas*

- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem



### 5.2.11.6. António Garcia

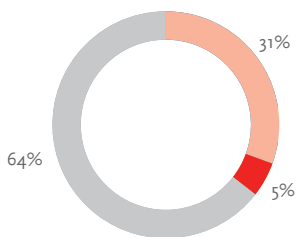
- ilustração
- técnica mista (i.e.: ilustração + fotografia, colagem,...)
- fotografia
- diagrama, gráfico, símbolo ou pictograma
- elemento gráfico decorativo ou não textual
- não é utilizada imagem



## 5.2.12. RELAÇÃO ENTRE TEXTO E IMAGEM NAS CAPAS

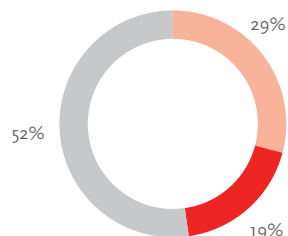
### 5.2.12.1. Victor Palla

- predomínio da ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranter)
- predomínio da tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto (tipografia ou letras desenhadas)



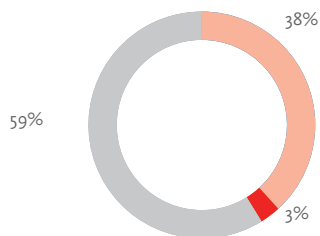
### 5.2.12.2. Sebastião Rodrigues

- predomínio da ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranter)
- predomínio da tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto (tipografia ou letras desenhadas)



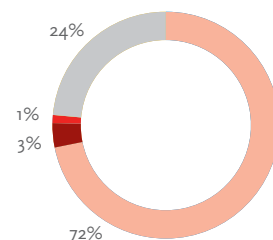
### 5.2.12.3. Paulo-Guilherme

- predomínio da ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranter)
- predomínio da tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto (tipografia ou letras desenhadas)



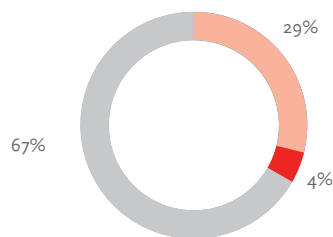
### 5.2.12.3. João da Câmara Leme

- predomínio da ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranter)
- predomínio da tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto (tipografia ou letras desenhadas)



### 5.2.12.4. Luís Filipe de Abreu

- predomínio da ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranter)
- predomínio da tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto (tipografia ou letras desenhadas)



### 5.2.12.4. António Garcia

- predomínio da ilustração (tipografia ou letras desenhadas condicionados ao espaço sobranter)
- predomínio da tipografia (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- predomínio das letras desenhadas (imagem inexistente ou presente apenas como complemento)
- presença equivalente de imagem e texto (tipografia ou letras desenhadas)

