



Cinco Minutos¹

Arthur NÓBREGA²

Fernando CASTRO³

Gustavo PINHEIRO⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O trabalho apresentado corresponde a um exercício da disciplina de produção gráfica do curso de Publicidade e propaganda que consistia em criar uma nova versão de capa de um livro de um escritor brasileiro. O livro “Cinco Minutos”, de autoria do romancista cearense José de Alencar, foi escolhido para ter a sua capa redesenhada e caracterizada com elementos visuais para um possível lançamento da 14ª edição.

PALAVRAS-CHAVE: livro; José de Alencar; romance; capa; cearense.

1 INTRODUÇÃO

A realização de qualquer exercício baseado em um livro, seja no campo da literatura ou mesmo no da produção gráfica, exige certo conhecimento a respeito do conteúdo e do autor da obra. Nesse caso não foi diferente. Houve uma triagem entre várias obras literárias, desde os mais célebres escritores até autores não tão conhecidos no território brasileiro, e a escolha por José de Alencar foi uma forma de prestigiá-lo como um cearense ilustre que deixou um legado impagável.

José Martiniano de Alencar nasceu no dia primeiro de maio de 1829, na localidade de Messejana no Ceará. Era filho do senhor José Martiniano de Alencar (deputado pela província do Ceará) e de Ana Josefina de Alencar. Faleceu aos 48 anos de idade, em 1877, deixando inúmeras obras que fazem sucesso até os dias atuais. Antes de iniciar sua vida literária, atuou como advogado, jornalista, deputado e ministro da justiça. Desde muito jovem, Alencar se destacou por onde passava devido ao seu estilo atípico (se comparado aos seus companheiros boêmios) e pelo seu potencial literário. Sua estréia como jornalista ocorreu em setembro de 1854, quando ele passou a assinar uma seção nova de folhetim

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Capa de Livro.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: arthur_comp@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: fernandoufcastro@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da UFC, email: pinheirogustavo@gmail.com



chamada *Ao correr da pena* no jornal *Correio Mercantil*. O folhetim, moda na época, era uma mistura de jornalismo e Literatura: narrativas leves, tratando de acontecimentos sociais, artísticos, políticos, enfim, assuntos do cotidiano.

Não demorou muito e José de Alencar desligou-se de sua função no *Correio Mercantil*, por motivos de desentendimentos com seus chefes. Pouco tempo depois, ele passou a integrar o *Diário do Rio de Janeiro*. Foi em 1856 que aconteceu sua estréia como romancista: saiu em folhetins, o romance *Cinco Minutos*. Ao final de alguns meses, completada a publicação, os capítulos foram organizados num só volume e oferecido como brinde aos assinantes do jornal. E aos 26 anos, pode-se dizer que Alencar desponta com sua carreira de escritor no Rio de Janeiro. Podemos considerar Alencar como o precursor do romantismo no Brasil, escrevendo livros de caráter *indianista, psicológico, regional e histórico*.

Partindo desse conhecimento histórico-literário, tivemos o intuito de criar uma capa para uma edição fictícia do primeiro romance de José de Alencar, que agregasse elementos do enredo com um toque de sofisticação e requinte. A leitura do livro em especial favoreceu a captação de detalhes do romance que posteriormente serviriam para a elaboração da capa em questão, desde as cores até a fonte utilizada. Detalhes como o tempo do enredo (cronológico, a história se passa no ano de 1857), o espaço onde ele se desenvolve (Rio de Janeiro, Petrópolis, Minas Gerais, por exemplo) e a atmosfera presente no desenrolar da história foram essenciais para embasar nosso trabalho.

2 OBJETIVO

O objetivo do trabalho apresentado, como mencionado anteriormente, era criar uma nova capa para o livro *Cinco Minutos*. A escolha por captar elementos presentes no enredo e representá-los através de imagens tinha por finalidade dar uma pequena amostra do que o leitor iria encontrar no livro caso o comprasse, mas sem revelar, obviamente, os pormenores da história. Pretendíamos criar uma capa que, ao mesmo tempo, fosse convidativa e misteriosa.

3 JUSTIFICATIVA

Atualmente os livros tradicionais, feitos de papel, disputam os olhares e a preferência dos leitores com os *e-books* (livros digitalizados), manuseados em *ipads*, *netbooks* e celulares de última geração. Dessa forma, pode-se dizer que a cada dia há de se

criar novos artifícios para agregar valor e tentar manter a tradicional experiência sensorial junto aos livros.

No âmbito da leitura, não podemos contestar os modos e gostos para se ler um livro. O valor de se obter conhecimento através da leitura supera todo o questionamento que se tem a respeito do formato de um livro. Segundo Angela KLEIMAN (1987, p. 55), a leitura precisa permitir que o leitor apreenda o sentido do texto, não podendo transformar-se em mera decifração de signos linguísticos sem a compreensão semântica dos mesmos. Ainda há o valor da subjetividade dos leitores tornando-os singulares no entendimento e na essência da leitura. Conforme afirma Leonardo Boff:

Cada um lê com os olhos que tem. E interpreta onde os pés pisam. Todo ponto de vista é a vista de um ponto. Para entender o que alguém lê, é necessário saber como são seus olhos e qual é a sua visão de mundo. Isto faz da leitura sempre um releitura. [...] Sendo assim, fica evidente que cada leitor é co-autor.

Tomando por base isso, passamos a desenvolver um trabalho que fosse inspirador aos olhos dos leitores das obras de José de Alencar, no caso, o livro *Cinco Minutos*, tanto no quesito artístico como na importância da obra para literatura brasileira. Ressalta-se que a capa de um livro tem um valor decisivo na hora da sua compra e que também às vezes assume um valor sentimental, como descreve Orhan Pamuk em um trecho de seu livro:

Os títulos dos livros são como os nomes das pessoas: ajudam-nos a distinguir um livro dos milhões de outros a que se assemelha. Já as capas dos livros são como os rostos das pessoas: ou nos recordam uma felicidade que já experimentamos, ou então prometem-nos um mundo de delícias que ainda não exploramos. É por isso que contemplamos as capas dos livros tão apaixonadamente como fazemos no caso dos rostos. (PAMUK, 2010, p.10)

Por estarmos vivendo no tempo do “visual”, a capa de uma obra terá uma melhor chance de ser percebida nas prateleiras se ostentar um visual atraente e sóbrio, dando informações de seu conteúdo na primeira olhada, porém sem revelar de cara os seus mistérios. Sabemos que a capa é o chamariz, e nesse ponto tivemos que fazer um estudo preliminar para iniciar a construção do trabalho, de modo a buscar representar toda a história numa simples (ou nem tanta) imagem carregada de significados que abrissem as portas do universo do livro para os seus leitores.

Numa análise comparativa com a composição de um layout em propaganda, as letras (títulos, frases, etc.) atuam como na construção do layout servindo de condutor à leitura do texto, conforme Armando SANT’ANNA (2002, p. 160), “A função do título é fixar a atenção, despertar o interesse e induzir à leitura”. Numa análise visual, a tipografia perde

sua força e dá lugar à imagem, seja em forma de ilustração ou de fotografia. Segundo Newton CESAR (2000, p. 219), “o desenho sempre foi uma poderosa forma de comunicação”; e ainda segundo Armando SANT’ANNA (2002, p. 180), “A ilustração de um anúncio tem de servir para reforçar os valores de atenção, compreensão, de memorabilidade e de credibilidade do texto”. No trabalho em questão, imagens e letras se unem para transportar o leitor ao universo descrito por José de Alencar.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Após a leitura do livro, começamos a discussão de quais elementos deveríamos abordar na capa e como organizá-los de maneira harmônica e atraente. Escolhemos expor como imagem principal a figura de um ônibus antigo, da época em que a história se desenrola. Tal escolha ocorreu devido ao fato de ser no ônibus onde tudo começou, onde os personagens principais da história se conheceram e a partir de onde sua história de amor é retratada. Com isso pretendíamos atizar a curiosidade do leitor, fazê-lo se perguntar qual o significado daquela imagem, despertando, assim, a vontade de obter o livro. O fato de a imagem estar em apenas uma cor (preto) causa, em contraste com o fundo laranja, uma sensação de melancolia, de nostalgia, o que dá pistas de ser a história algo ocorrido em uma época antiga.

A cor laranja de fundo ajuda a ressaltar o caráter antigo da história, ou seja, o fato de ela não ocorrer em um tempo atual, ao mesmo tempo que contrasta muito bem com a imagem e causa uma sensação agradável aos olhos. A textura aplicada no background fortalece ainda mais essas características, pois as “ondas” criam um efeito de flashback, de recorrência à memória, o que também mantém relação com o enredo do livro.

O título “cinco minutos” foi projetado para dar a impressão de ser algo manuscrito, como uma carta. Além de proporcionar certa leveza à composição como um todo, também faz referência aos acontecimentos da história, fato que o leitor descobrirá durante a leitura. A cor branca potencializa a leveza e a personalidade que o título pretendia alcançar.

Durante o processo de elaboração da capa em questão, foram usados softwares de edição de imagens, além de programas de desenho vetorial.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A capa do livro foi feita no formato 20cm x 13,5cm, impressa em papel triplex 280g, colorido (4x4), sendo utilizado o verniz e a laminação no acabamento final para realçar ainda mais as cores.

6 CONSIDERAÇÕES

Atualmente, com a correria do dia a dia, torna-se cada vez mais difícil prestarmos atenção ao mundo em nossa volta. Somos expostos a tantas informações, seja nas ruas, nas nossas casas, nos escritórios, etc., que vem se tornando um trabalho difícil conseguir fazer com que algo se destaque no meio da multidão. No universo da publicidade, isso se aplica aos diversos anúncios e tipos diferentes de mídias que se apresentam aos consumidores. As leis desse mercado parecem claras: quem não conseguir se destacar perante o seu concorrente acaba sendo fadado ao esquecimento, ou pior, corre o risco de nem ao menos ser percebido.

Em um mundo cada vez mais imagético, a boa organização dos elementos visuais dos anúncios publicitários ganha uma importância considerável. Por isso, a busca por formas harmoniosas, interessantes e que sejam ao mesmo tempo objetivas e marcantes, torna-se uma fórmula praticamente infalível para quem quer alcançar o sucesso. Seja em revistas, outdoors, cartazes ou capas de livros, a exposição de mensagens limpas, que comuniquem e também agradem os consumidores, fazendo com que se identifiquem com o produto em questão, segue princípios que se mostraram eficazes com o passar do tempo. No caso do trabalho em discussão, buscamos aplicar a teoria aprendida em sala de aula, na tentativa de criar uma capa de livro que fizesse jus à importância cultural do seu autor, sendo atraente e despertando o interesse dos amantes da leitura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOFF, Leonardo. *A águia e a galinha: uma metáfora da condição humana*. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

CESAR, Newton. *Direção de arte em propaganda*. São Paulo: Futura, 2000.

KLEIMAN, Ângela. *Oficina de Leitura: Teoria e Prática*, São Paulo: Pontes, 1987



PAMUK, Orhan. Outras Cores. São Paulo: Companhia das letras, 2010.

SANT'ANNA, Armando. Teoria, técnica e prática da propaganda. São Paulo: Pioneira, 2002.