

Redesign Experimental das capas de Gabriel García Márquez¹

Experimental redesign of Gabriel García Márquez's book covers

Lílian SANTOS²

Samara LIMA³

Alberto PESSOA⁴

Resumo

O presente trabalho aborda a produção de um redesign experimental das capas de livro de Gabriel García Márquez. Para tal, seguiu-se o método de Bruno Munari (1981), adaptado pelos autores, que incluiu seis etapas: definição e componentes do problema, coleta e análise dos dados, criatividade e desenho de construção. A pesquisa fundamentou-se nos princípios do design editorial (Haslam, 2009; Haluch, 2013;), na psicologia das cores (Heller, 2019) e na história e legado do autor (Martin, 2008). A pesquisa reflete sobre a releitura de capas para clássicos literários, rompendo barreiras temporais e alcançando novas gerações de leitores.

Palavras-chave: Design editorial. Gabriel García Márquez. Capa de livro.

Abstract

This study presents the development of an experimental redesign of the book covers for Gabriel García Márquez's works. To achieve this, Bruno Munari's (1981) design methodology, adapted by the authors, was employed, comprising six stages: problem definition, problem components, data collection, data analysis, creativity, and construction drawing. The research was grounded in the principles of editorial design (Haslam, 2009; Haluch, 2013), color psychology (Heller, 2019), and the history and legacy of the author (Martin, 2008). The study reflects on the reinterpretation of book covers for literary classics, breaking temporal barriers and engaging new generations of readers.

Keywords: Editorial design. Gabriel García Márquez. Book cover.

¹ Trabalho resultante do resumo expandido apresentado nos GT Quadrinhos, Design e Narrativas Gráficas e no GT Design de Informação e Infografia no Jornalismo, do XXVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Intercom Nordeste, realizado em julho de 2026 em Caruaru, na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

² Graduanda do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba.
E-mail: liliangabriela.ds@gmail.com

³ Graduanda do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba.
E-mail: samaralimaferreira.sf@gmail.com

⁴ Doutorado em Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: albertoricardopessoa@gmail.com

Introdução

O livro tem importante papel na história da humanidade. Nele é possível registrar o conhecimento, as ideias e as crenças dos povos (Haslam, 2009). Sua história está intimamente ligada à história da humanidade. A partir da perspectiva de McLuhan (1964), o livro pode ser compreendido como uma mídia, isto é, uma extensão das capacidades humanas, que não apenas transmite conteúdo, mas também transforma como os indivíduos percebem e organizam a realidade. Até meados do século XIX, as capas de livro tinham um design voltado frequentemente à sua função utilitária (Meggs; Purvis, 2009). Os livros eram produzidos artesanalmente e encadernados em couro (Meggs; Purvis, 2009). Foi somente a partir da Revolução Industrial, com a mecanização da produção gráfica, a ampliação das taxas de alfabetismo e o crescimento do mercado consumidor urbano, que o livro passou a ser comercializado em maior escala, abrindo espaço para que a capa ganhasse maior relevância estratégica (Meggs; Purvis, 2009). A consolidação do design gráfico como prática profissional contribuiu para as editoras passarem a encarar o livro como produto comercial, cuja aparência visual integra a estratégia de venda (Haslam, 2009).

Nesse contexto, nossa análise parte da observação do sucesso de vendas Em Agosto nos Vemos (2024), romance póstumo de Gabriel Garcia Márquez (também conhecido como Gabo) publicado pela Record, assim como suas demais obras no Brasil. Essa publicação, no entanto, se diferencia do restante do catálogo do autor presente na editora. Elementos na identidade visual da edição, como a abordagem ilustrada na capa, tipografia sem serifas para título e nome do autor, e cores suaves evidenciam uma eventual estratégia da editora em se comunicar com o público jovem. Esses elementos, estudados como fundamentos do design, refletem, de acordo com Dondis (2007) e Heller (2019), jovialidade, doçura e vitalidade. A capa entretanto contrasta com as demais capas de Márquez dentro do Grupo Editorial Record.

O catálogo em brochura do autor possui cores vibrantes, elementos sobrepostos e tipografias com serifas *slab* que criam caixas de texto quadradas. Tais elementos transmitem e reforçam a ideia de seriedade (Dondis, 2007). A partir dessa reflexão, o presente trabalho propõe o estudo experimental de uma identidade editorial para as capas da linha brochura de Gabo, com foco em conectar-se com o público de leitores contemporâneos.

O presente trabalho está organizado a partir de quatro capítulos principais: Capa de Livro e seus Fundamentos, Biografia e Impacto de Gabriel García Márquez no Brasil, Método e Redesign e Considerações Finais. No primeiro capítulo buscou-se analisar os impactos do livro no contemporâneo, trazendo como plano de fundo o mercado editorial brasileiro, além de reforçar a relevância do design para tal, finalizando com os principais aspectos teóricos que envolvem o projeto da capa. O objetivo do segundo capítulo foi traçar uma breve biografia do autor, a fim de elucidar a sua relevância histórica para a literatura internacional, bem como seu impacto no Brasil. Com relação ao terceiro capítulo, foi destrinchado o método projetual utilizado para construção do redesign proposto. Por fim, as considerações finais trazem os resultados obtidos no projeto e sua contribuição para a área do design.

Capa de livro e seus fundamentos

Com o advento dos meios digitais de comunicação, a permanência e relevância social do livro foi amplamente questionada (Haslam, 2009). No Brasil, no entanto, o mercado editorial segue crescendo, especialmente após 2021, com aumento no faturamento e no volume de exemplares vendidos (Snel; CBL; Nielsen Bookdata, 2024). Apesar do aumento das vendas, o país registrou queda no número de leitores nos últimos anos, como informa a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, do Instituto Pró-Livro de 2024. Onde, 53% dos entrevistados se consideraram não-leitores, contra 47% de leitores (Instituto Pró-Livro, 2024). O número corresponde a uma queda histórica, tendo em vista que pela primeira vez desde 2007 (ano da primeira edição da pesquisa) o número de não leitores supera o de leitores. Um dos possíveis fatores para que o crescimento do mercado editorial não seja diretamente proporcional ao de leitores foi o grande número de vendas de livros de colorir nos últimos anos. Tal impacto pode ser medido ao observar a Lista Nielsen-PublishNews de 2025, onde os títulos de colorir performam nas quatro primeiras colocações da lista de mais vendidos do ano. A soma destes 4 exemplares foi responsável pela venda de cerca de 1.571.181 cópias no ano de 2025 (Publishnews, 2025), representando um respiro importante para o mercado.

No entanto, a relevância do livro no Brasil se expande para além das prateleiras. Ser leitor no país vem se tornando, cada vez mais, uma experiência coletiva, tendo em vista o recente crescimento da quantidade de frequentadores de bienais e feiras de livros.

Tomando como exemplo, a Bienal do Livro da Bahia de 2026 reuniu aproximadamente 130 mil visitantes em sete dias, público 30% maior do que sua edição de 2024 (Metro1, 2026). Ao traçar o perfil do leitor brasileiro, vemos que sua média de idade é de 37 anos, sendo a maioria do gênero feminino, 54% (Instituto Pró-Livro, 2024). Porém, observa-se que a porcentagem de leitores por faixa-etária é maior entre o público mais jovem e vai decrescendo com o envelhecimento. Tendo em vista que entre os 11 e 29 anos, o número de leitores supera o de não leitores, tendo seu ápice dos 11 aos 13 anos, onde 81% afirmam ter lido, mesmo que parcialmente, um livro nos últimos 3 meses (Instituto Pró-Livro, 2024). Espera-se que esse público amadureça e se perpetue como leitor, a fim de colaborar com o crescimento do mercado editorial brasileiro.

Nesse contexto, o design da capa de livro desempenha um papel fundamental na conquista do público leitor. Isso ocorre porque a capa não se limita à função estética, mas atua como um elemento estratégico de comunicação e atração no mercado editorial. Como afirma Haluch (2013), a capa funciona como a embalagem usual do livro, pois, além de vender o produto, sugere universos, temas, personagens e contextos históricos por meio da criação do layout. Nesse sentido, capas mais chamativas tendem a ser destacadas nas prateleiras, aumentando sua visibilidade e potencial de atração (Haluch, 2013).

White (2006), por sua vez, afirma que a capa é responsável pela identidade da publicação, se tornando um diferencial no mercado cada vez mais competitivo. Nesse contexto competitivo, torna-se necessário que a capa não apenas represente a obra, mas também se destaque visualmente para atrair a atenção do público nos pontos de venda. Essa perspectiva é reforçada pelo capista brasileiro Eugênio Hirsh, ao afirmar que uma capa é feita para agredir, não para agradar.

Com relação à estrutura física da capa, Peterson (1997) observa que o primeiro passo na construção de um bom design é definir os tamanhos e formatos do projeto. Dessa forma, definir o formato editorial levando em consideração a necessidade do projeto é essencial (Haluch, 2013). No Brasil, os formatos mais populares são no estilo retrato. Seus principais tamanhos são 16x23cm, para livros com textos longos e muitas imagens, 14x21cm para maior economia na produção e 11x18cm para livros de bolso (Haluch, 2013). No formato quadrado, os tamanhos 18x18cm e 21x21cm são os mais usuais e são utilizados para livros infantis, comemorativos, entre outros. Existe também o formato paisagem, no qual a altura da página é menor que a largura dela, mais raro de ser feito, e presente em edições especiais e livros de fotografia (Haslam, 2009).

Outro importante aspecto teórico pontuado por Haluch (2013) é o cuidado que o designer deve ter com a criação de todas as partes da capa, principalmente à lombada, tendo em vista que esta estará frequentemente à mostra na estante. Nesse ínterim, Haslam (2009) e Haluch (2013) dividem a capa do livro em primeira capa, segunda e terceira capas (parte interna da capa), quarta capa, lombada e orelhas. Dentro da primeira capa obrigatoriamente devem ser inseridos o nome completo do autor, título do livro e logotipo da editora. Facultativamente pode-se adicionar imagens, ilustrações ou uma chamada comercial (Haluch, 2013). Na segunda e terceira capa é possível aplicar diferentes cores, gravação de estampa, diferentes revestimentos, etc. (Haslam, 2009). No Brasil, é obrigatória a presença do número do ISBN⁵ e código de barras juntos para comercialização, devido à necessidade de registro na Agência Nacional do ISBN, da Fundação da Biblioteca Nacional (Haslam, 2009).

É bastante comum a presença da sinopse ou descrição da obra, indicações dos principais temas abordados, *blurb* contendo comentários da crítica especializada ou de outros autores, biografia e outros livros do autor (Haslam, 2009). Na lombada deve-se encontrar o nome completo do autor, título do livro e logotipo da editora. Nas orelhas, por fim, é comum encontrar a descrição do livro, opiniões da crítica especializada, biografia do autor, publicações anteriores e fotografias do autor.

Em termos criativos e conceituais, Haslam (2009) identifica 8 principais tipos de abordagens para capas, são elas: que promovem a marca (Figura 1), que documentam o conteúdo interno (Figura 2), conceituais (Figura 3), expressionistas (Figura 4), usando a fotografia documental (Figura 5), ilustradas (Figura 6), padrões visuais (Figura 7) e com Tipografias (Figura 8).

A primeira abordagem tem o objetivo de, além de exaltar o título individualmente, promover uma coleção que chame a atenção nas estantes da livraria (Haslam, 2009). Certificando o cliente que ele está comprando um livro que se conecta com a linha editorial da marca (Figura 1). O segundo tipo são capas projetadas seguindo a função básica das capas: proteger e informar (Figura 2). Tendo em vista que nessa abordagem há apenas o uso de títulos tipográficos (ou imagem selecionada do próprio livro) que representem o conteúdo do miolo (Haslam, 2009). Já as capas conceituais, buscam representar o conteúdo do livro por meio de algum tipo de metáfora visual, em busca de

⁵ *International Standard Book Number* (Número padrão internacional do livro).

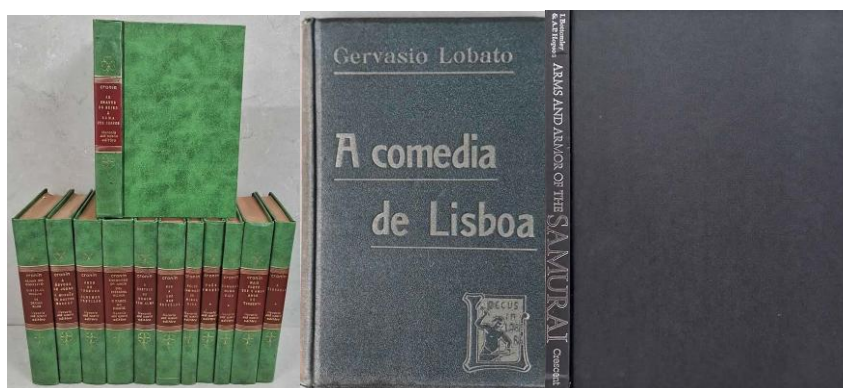
conectar título, imagem e autor (Figura 3). O objetivo dessa abordagem é apurar os sentimentos do leitor os levando a compra (Haslam, 2009).

Figura 1 - Paineis livros que promovem a marca



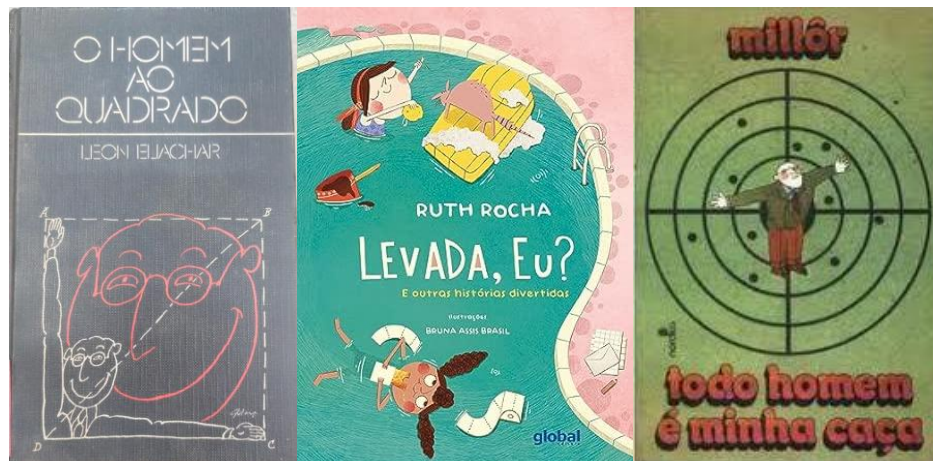
Fonte: dos autores (2026)

Figura 2 - Paineis livros que documentam o conteúdo interno



Fonte: dos autores (2026)

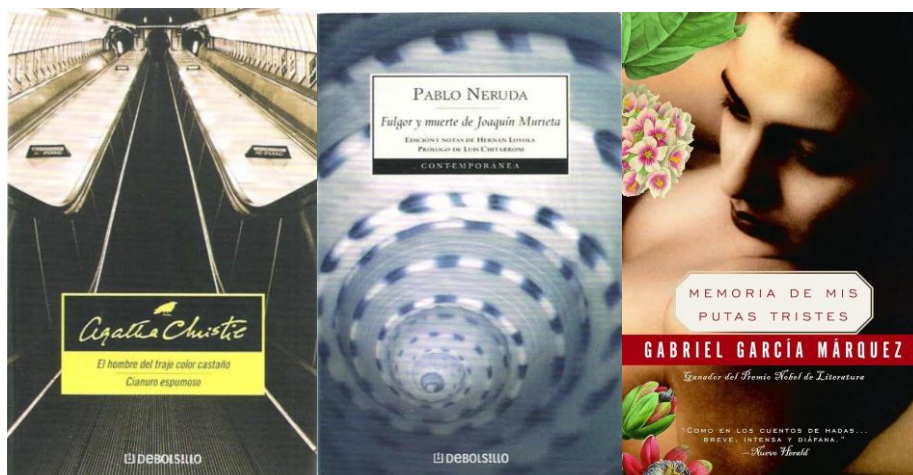
Figura 3 - Painel livros conceituais



Fonte: dos autores (2026)

As capas expressionistas por sua vez são frequentemente utilizadas em romances e contos. O objetivo desse tipo de capa é intrigar o leitor (Figura 4). Essa abordagem se assemelha ao trabalho de Eugênio Hirsh. As capas com fotografias documentais (Figura 5), ilustrações (Figura 6), padrões visuais (Figura 7) e tipografias (Figura 8) consistem no uso dos elementos de próprio nome nas mais diversas aplicações possíveis.

Figura 4 - Painel livros expressionistas



Fonte: dos autores (2026)

Figura 5 - Paineis de livros usando a fotografia documental



Fonte: dos autores (2026)

Figura 6 - Paineis de livros ilustradas



Fonte: dos autores (2026)

Figura 7 - Paineis de livros padrões visuais



Fonte: dos autores (2026)

Figura 8 - Painel livros tipográficas



Fonte: dos autores (2026)

Além disso, os fundamentos do design são essenciais na criação de capas de livros, pois organizam os elementos visuais e orientam a comunicação com o leitor. Quando esses fundamentos não são bem aplicados, a capa pode se tornar confusa, dificultando a compreensão das informações e reduzindo seu impacto visual. De acordo com Peterson (1997), a eficácia de um projeto depende da articulação adequada entre elementos e princípios do design.

A escolha cromática desempenha um papel importante na construção de sentido e na evocação de emoções em capas de livros (Heller, 2019). No entanto, as cores não possuem significados fixos, podendo gerar diferentes interpretações conforme o contexto cultural e as associações psicológicas do público. Como afirma Heller (2019), o sentido das cores depende dessas associações, o que exige uma aplicação consciente por parte do designer. Na prática, isso pode ser observado em capas que utilizam determinadas paletas para sugerir o tom da obra, como o uso de cores escuras para transmitir suspense ou de cores vibrantes para indicar narrativas mais leves. Assim, a organização desses elementos contribui para criar hierarquia visual e atrair a atenção do leitor. A capa, portanto, sintetiza os princípios do design tendo em vista que esta deve se comportar como um pequeno pôster ou cartaz, emitindo mensagens ao público (White, 2006).

Biografia e impacto de Gabriel García Márquez no Brasil

Gabriel García Márquez, também conhecido como Gabo, foi escritor e jornalista, seu trabalho foi responsável pela criação de um dos mais ricos universos escritos na língua espanhola do século XX (Editora Record, 2024). Nascido em março de 1927 em Aracataca, um pequeno povoado na costa atlântica da Colômbia e falecido em abril de 2014, na Cidade do México, Márquez possui diversas obras em sua produção literária. Apesar de grande parte de suas publicações serem reconhecidas como realismo mágico⁶, Márquez sempre afirmou que “Não há nos meus romances uma única linha de não seja baseada na realidade” (Editora Record, 2024, p.130).

Gabriel García Márquez matriculou-se na Universidad Nacional de Colombia em 1947 (Martín, 2008), inicialmente no curso de Direito. Nesse período, demonstrava pouco interesse pela carreira jurídica, dedicando-se progressivamente à literatura e ao jornalismo, em um contexto marcado por dificuldades financeiras e formação intelectual em desenvolvimento (Martin, 2008). Segundo relatos biográficos, foi nesse período que teve contato com a obra *A Metamorfose*, de Franz Kafka, leitura frequentemente associada à influência sobre seus primeiros escritos literários.

Entre seus primeiros contos encontra-se *A Terceira Resignação* (1947), produzido ainda em fase inicial de sua formação literária (Martin, 2008). Posteriormente, Gabo consolidou sua atuação no jornalismo ao trabalhar em diferentes periódicos colombianos. Em 1948, ingressou no jornal *El Universal*, onde iniciou sua carreira como cronista (Martin, 2008). No ano seguinte, passou a colaborar com o *El Heraldo*, aproximando-se do chamado Grupo de Barranquilla, ambiente intelectual que ampliou suas referências literárias e jornalísticas (Martin, 2008).

Paralelamente às atividades jornalísticas, o autor iniciou sua produção ficcional mais estruturada. Em 1955, publicou seu primeiro romance, *A Revoada*, obra que já apresenta elementos recorrentes de sua narrativa posterior, como a construção de atmosferas simbólicas e a centralidade de pequenas comunidades latino-americanas (Martin, 2008). Nesse percurso, observa-se que a experiência jornalística não apenas garantiu sua subsistência, mas também contribuiu diretamente para a consolidação de sua

⁶ Realismo mágico ou realismo fantástico é um gênero literário tradicionalmente latino-americano muito popular nos anos 70 em que fenômenos reais e irreais se fundem de forma natural sem distinções (Rodrigues, 2009).

linguagem literária, marcada pela observação da realidade, pela construção narrativa envolvente e pela sensibilidade social (Martin, 2008).

No início da década de 1960, Gabriel García Márquez publicou o romance *A má hora*, obra concluída em anos anteriores e publicada em 1962, em um período anterior à sua consagração internacional (Martin, 2008). O romance integra sua fase inicial de produção literária e apresenta elementos que posteriormente se tornaram recorrentes em sua obra, como a ambientação em pequenas comunidades latino-americanas marcadas por tensões sociais e políticas (Martin, 2008).

A partir desse período, García Márquez ampliou sua projeção no cenário literário internacional, especialmente com a publicação de *Cem Anos de Solidão* (1967) (Martin, 2008). Em 1982, o autor foi laureado com o Prêmio Nobel de Literatura em reconhecimento ao conjunto de sua obra literária, destacando-se sua capacidade de combinar imaginação narrativa e representação da realidade histórica e social da América Latina (Nobel Prize, 1982).

No contexto da recepção de sua obra no Brasil, observa-se que sua produção literária contribuiu para ampliar o interesse pela literatura latino-americana no país. De acordo com Miyamoto (2023), embora compartilhem aspectos históricos e culturais, os países latino-americanos apresentam especificidades próprias, o que se reflete também em suas produções literárias. Nesse cenário, o chamado realismo mágico influenciou diferentes autores brasileiros, ainda que com adaptações estéticas e temáticas próprias do contexto nacional.

Ao ser reconhecido com o Prêmio Nobel de Literatura, o autor contribuiu para projetar a América Latina no cenário literário internacional (Nobel Prize, 1982), direcionando a atenção global para suas produções culturais e históricas. Além disso, sua influência estende-se a diversos escritores brasileiros, como Socorro Acioli, que em 2006, participou da oficina *Como contar um conto*, ministrada pelo próprio García Márquez em San Antonio de Los Baños na Cuba (Companhia das Letras, 2014). Sua obra *A Cabeça do Santo*, posteriormente publicada e vinculada ao gênero do realismo mágico, evidencia a permanência e a reverberação estética e temática do legado de Gabo na literatura brasileira contemporânea.

Metodologia e redesign

O método projetual utilizado no presente estudo foi o de Bruno Munari (1981) adaptado pelos autores. Nascido em 24 de outubro de 1907 em Milão, Munari é considerado um dos pais fundadores do design italiano (Hanley, 1998). Conhecido por diversas obras relevantes na área do design e criatividade, Munari apresenta em seu livro *Das coisas nascem coisas* (1981) estágios detalhados sobre seu processo de design. O autor defende a importância de métodos e técnicas para organização e suporte lógico para o desenvolvimento de um projeto (Freitas; Coutinho; Waechter, 2013). Tal método foi escolhido não só por possibilitar o melhor detalhamento da problemática como também proporcionar uma visão mais ampla com relação às múltiplas soluções possíveis para o projeto. Entre a identificação do problema de design e sua solução, seis etapas foram realizadas para atingir o resultado com êxito.

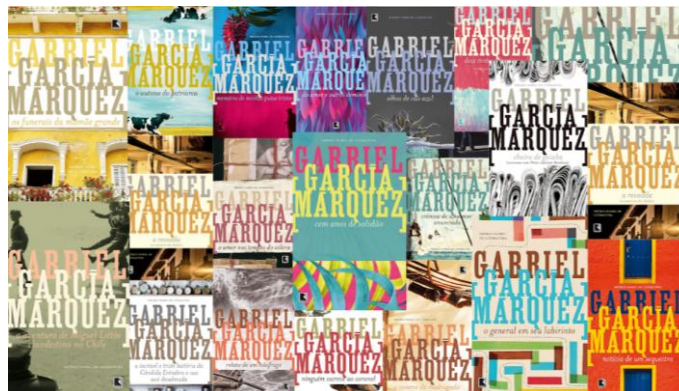
Na primeira etapa, nomeada de definição do problema, o projeto foi delimitado, listando os objetivos gerais e específicos. Elencou-se como objetivo geral desenvolver um redesign experimental para a identidade do catálogo de livros brochura do Gabriel García Márquez. Os objetivos específicos foram analisar a identidade visual atual das edições de Gabriel García Márquez na Editora Record, investigar referências visuais utilizadas em outros catálogos de autores clássicos, unir a tradição literária do autor a linguagens visuais contemporâneas por meio do projeto editorial da linha e finalizar duas capas da coleção. Nessa etapa também foi definido o público alvo da coleção. Estabeleceu-se como público do projeto os jovens-adultos, de 21 a 29 anos, das classes B e C, buscando acessibilidade e ao mesmo tempo prestígio pela figura de Gabriel García Marquez.

Na etapa de componentes do problema, o problema é decomposto em partes. Aqui foram definidas resoluções técnicas para produção da linha editorial e listados os livros abrangidos por ela. Em termos técnicos, optou-se por manter a brochura já presente no catálogo do autor. Para transmitir unidade entre os exemplares, as orelhas, lombada e quarta capa no projeto gráfico devem manter localização semelhante. Na primeira capa, por sua vez, deve haver um padrão com relação a manipulação das imagens e a tipografia, mas a disposição do título, imagem e nome do autor podem ser alterados. Têm-se as seguintes dimensões: Proporção: 14 cm x 21 cm; Orelhas: 8 cm x 21 cm. Lombada: personalizada à cada livro.

Os livros abrangidos na análise, são: Diatribe de amor contra um homem sentado, Notícia de um sequestro, Memória de minhas putas tristes, Do amor e outros demônios, Doze contos peregrinos, O general em seu labirinto, A aventura de Miguel Littín clandestino no Chile, O amor nos tempos do cólera, Cheiro de Goiaba, Crônica de uma morte anunciada, A revoada (O enterro do diabo), Ninguém escreve ao coronel, Os funerais da Mamãe Grande, O veneno da madrugada (A má hora), Relato de um naufrago, Cem anos de solidão, O outono do patriarca, Olhos de cão azul e A incrível e triste história da Cândida Erêndira e sua avó desalmada.

Na etapa três, nomeada como coleta de dados, busca-se entender o que já foi produzido referente ao projeto a partir da análise dos concorrentes. Para isso, foi criado um painel do histórico (Figura 9) do catálogo, com todas as capas atuais do Grupo Record. A fim de manter um referencial do que já foi produzido sobre o tema. Além disso, foram criados dois painéis com capas de coleções concorrentes, mas que possuíam propostas semelhantes aos objetivos do projeto (figura 10 e 11).

Figura 9 - Painel visual histórico.



Fonte: dos autores (2025)

Figura 10 - Painel visual Agatha Christie.



Fonte: dos autores (2025)

Figura 11 - Painel visual Machado de Assis.



Fonte: dos autores (2025)

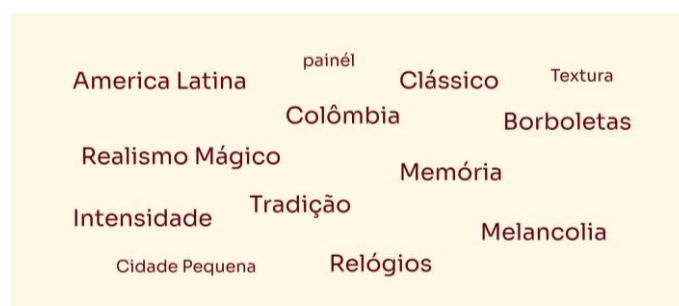
No momento da análise de dados, quarta etapa do método, Munari (1981) propõe a averiguação das qualidades funcionais dos similares e compreende o que não se deve fazer no projeto. Nesse sentido, os painéis representados nas figuras 10 e 11 trouxeram duas editoras concorrentes, com a proposta de redesign para livros clássicos. São eles, as coleções de Agatha Christie da Harper Collins (Figura 10) e Machado de Assis da Martin Claret (Figura 11).

Em termos de design, foram observadas as cores vibrantes e blocadas no fundo das capas em ambos os casos analisados. Em relação à coleção de Agatha Christie, a tipografia é utilizada de forma mais livre e criativa, trazendo elementos caligráficos relacionados ao título e a imagem de capa. Já na coleção de Machado de Assis, a tipografia com serifa possui um padrão constante, localizado sempre no mesmo lugar, transparecendo mais seriedade à capa. A Harper Collins opta por fotografias manipuladas

nos títulos analisados, posicionadas em localidades aleatórias, enquanto a Martin Claret utiliza ilustrações minimalistas sempre posicionadas ao centro da capa. Tais referências foram cruciais para criação da nova proposta. No intuito de tornar a aplicação do projeto o mais prático possível para os demais títulos, optou-se por utilizar fotografias manipuladas para a capa (presente na capa da Harper Collins) e elementos sempre posicionados em localidades semelhantes na capa (assim como o exemplo da Martin Claret). Com relação à tipografia, foi preferível o uso de uma fonte manuscrita, assim como a edição da Agatha Christie, mas menos estilizada entre os livros e mantendo um padrão mais claro (como nas capas de Machado de Assis).

Na quinta etapa, nomeada como criatividade, desenvolveu-se um estudo conceitual visando delimitar os elementos visuais da linha editorial. Criou-se um Painel Semântico contendo uma nuvem de palavras que se relacionam com o Gabriel Garcia Márquez (figura 12), sua biografia e obras. A partir do *brainstorming* inicial, foram selecionadas 3 palavras norteadoras para o projeto: América Latina, Realismo Mágico e Tradição. Seguiu-se com a criação do painel sintático (figura 13), onde foi pesquisado referências visuais com base nas palavras selecionadas no painel semântico.

Figura 12 - Painel Semântico



Fonte: dos autores (2025)

Figura 13 - Painel Sintático



Fonte: dos autores (2025)

Em sequência, a paleta de cores (figura 14) é definida partindo das referências visuais do painel sintático e da psicologia das cores. Heller (2019) afirma que a relação de cores e sentimentos não ocorre ao acaso, nem se restringe a preferências particulares, mas resulta de experiências comuns, que foram sendo enraizadas. Desse modo, a seleção cromática do projeto além de estabelecer uma unidade estética, busca evocar sensações e significados coerentes com a proposta narrativa das obras de Gabo.

Heller (2019) ressalta que cada cor pode produzir múltiplos efeitos, muitas vezes contraditórios, a depender do contexto em que é empregada. Na Figura 16, observa-se claramente essa dinâmica: a cor amarela, tradicionalmente associada ao otimismo, à jovialidade e à luminosidade (Heller, 2019), é utilizada na capa de uma obra cujo título contém a palavra solidão, termo frequentemente relacionado a sentimento de tristeza, comumente representados pela cor azul (Heller, 2019). Essa combinação evidencia que os significados das cores não são fixos ou absolutos, mas podem ser ressignificados de acordo com a intenção comunicativa e com a composição visual, reforçando a complexidade simbólica da linguagem cromática.

Contudo, na Figura 17, observa-se o uso da cor magenta na capa do livro *O Amor nos Tempos do Cólera*. Trata-se de uma tonalidade próxima ao vermelho, acrescida de nuances azuladas, cuja escolha pode ser interpretada de maneira mais literal quando comparada ao uso do amarelo em *Cem Anos de Solidão*. Enquanto o vermelho é tradicionalmente associado, segundo Eva Heller (2019), ao amor, à paixão e à intensidade

emocional, a presença do azul na construção dessa cor, ressalta a melancolia que o livro vai abordar. Dessa forma, a cor escolhida representa não apenas o amor presente no título da obra, mas também a complexidade dos sentimentos retratados na narrativa.

Figura 14 - Paleta de Cores



Fonte: dos autores (2025)

Finalmente, as famílias tipográficas⁷ são determinadas. Optou-se por uma tipografia de estilo manuscrita (que simula a escrita manual humana) para o título, fazendo referência às imagens do painel sintático. Para o nome do autor e demais textos das capas, escolheu-se uma tipografia sem serifa, cujas formas limpas favorecem a leitura em contextos mais objetivos. Foi utilizada a abordagem conceitual (Haslam, 2009) para determinar o layout da capa, conectando o título, imagem e autor a partir de metáforas visuais presentes nas imagens escolhidas. Nas imagens empregou-se o efeito *duotone*, técnica de manipulação de imagens que consiste no uso de duas cores diferentes, preferencialmente contrastantes, aplicadas sobre os meios-tons de uma fotografia, de modo que cada área de luz e sombra receba uma nova coloração, unificando a imagem à paleta específica de cada livro. Unindo todos os elementos mencionados, criou-se uma proposta para identidade visual da linha a partir da capa de Cem Anos de Solidão (figura 15).

⁷ Entende-se por família tipográfica o conjunto de fontes com características em comum que apresentam variações. De forma clássica, a organização de fontes em famílias combinadas abrange sua versão romana (regular), itálica (baseadas na escrita cursiva), versalete (letra de aparência maiúscula mas com altura semelhante à caixa baixa) e outras variações de peso (*light*, *semibold*, *bold*, *extrabold*, etc.) (Lupton, 2006).

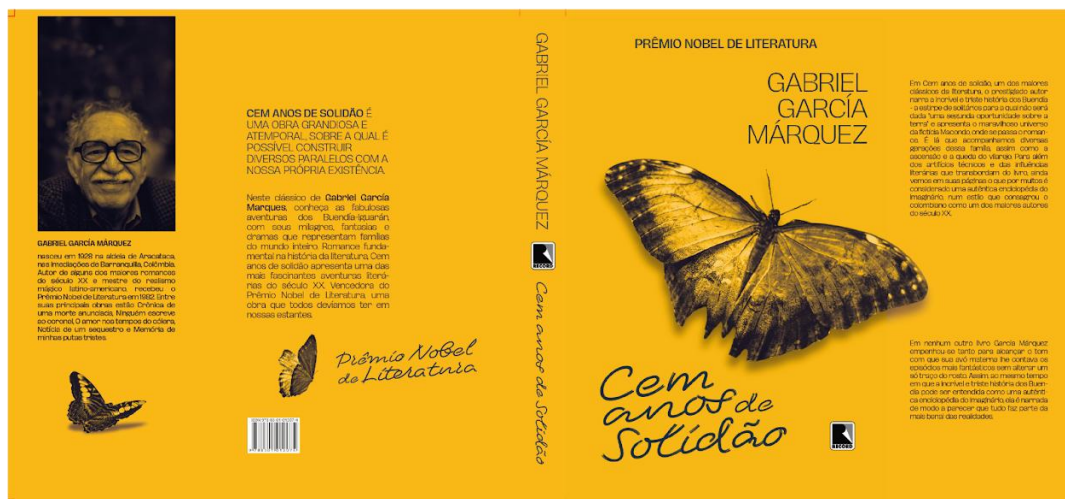
Figura 15 - Mockup Cem Anos de Solidão



Fonte: dos autores (2025)

Na sexta e última etapa do método Munari (1981) (adaptado), definiu-se como desenho de construção, a comunicação de todas as informações para a construção de um protótipo. Munari (1981) também abrange nessa etapa a construção de um modelo em tamanho natural, o que não foi aplicado no presente projeto. Nesse contexto, com o design finalizado, foram disponibilizadas as informações necessárias para reprodução do modelo de identidade editorial em larga escala. Incluindo tanto o documento de apresentação da proposta e suas possíveis aplicações quanto diretrizes técnicas de design como sangria e marca de corte (figura 16). Além disso, a identidade visual da linha foi aplicada em outro livro do autor, Amor no Tempo do Cólera (figura 17, 18 e 19), a fim de tensionar a aplicabilidade da coleção em mais de um título.

Figura 16 - Capa aberta com Sangria e Cortes



Fonte: dos autores (2025)

Figura 17 - Amor no Tempo do Cólera



Fonte: dos autores (2025)

Figura 18 - Mockup Amor no Tempo do Cólera



Fonte: dos autores (2025)

Figura 19 - *Mockup* Amor no Tempo do Cólera



Fonte: dos autores (2025)

Considerações finais

Gabriel García Márquez foi um dos maiores expoentes do realismo mágico e um dos autores mais relevantes do século XX. O presente projeto propõe uma análise das capas de seus livros. A partir da revolução industrial e da consolidação do design editorial, as capas deixaram de exercer apenas uma função utilitária de preservar o livro, e passaram a desempenhar um papel comunicativo e estratégico, indicando o conteúdo da obra e influenciando diretamente a decisão de compra do público (Haslam, 2009).

Assim, a partir do método Munari (1981) foi realizada uma análise das referências estéticas e mercadológicas do universo editorial a fim de obter uma proposta que correspondesse ao objetivo de criar uma identidade editorial para se conectar com o jovem contemporâneo. A identidade visual da coleção mostrou-se aplicável para dois títulos da linha brochura de Gabriel Garcia Marquez. Seguindo os fundamentos do design e a psicologia das cores, foi possível propor um redesign experimental da identidade visual do catálogo de clássicos do autor colombiano que rompe as barreiras do tempo.

Os resultados alcançados durante o processo de pesquisa e desenvolvimento do material validam a aplicação do método projetual proposto por Bruno Munari (1981),

evidenciando sua adequação ao contexto do projeto e a consistência do planejamento da identidade editorial desenvolvida. Além disso, reforça-se a importância da difusão de obras como as de Gabriel García Márquez e de outros autores latino-americanos entre as novas gerações, processo que pode ser potencializado por meio da integração entre práticas de leitura e o design editorial.

Como possibilidades de continuidade deste estudo, sugere-se a ampliação da pesquisa por meio do redesign de capas de outras obras clássicas, a partir do método e perspectiva aqui propostos, bem como o teste da aplicabilidade da identidade visual desenvolvida em um conjunto mais amplo de títulos de Gabriel García Márquez. Recomenda-se, ainda, a realização de estudos voltados à recepção do público em relação à coleção proposta, a fim de compreender seu impacto junto à nova geração de leitores. Além disso, propõe-se a exploração do processo de redesign com base em outros métodos projetuais, possibilitando análises comparativas, bem como o aprofundamento teórico por meio de uma análise semiótica das capas desenvolvidas.

Referências

ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS. **Órfãos de Gabo**. Disponível em: <https://www.academia.org.br/artigos/orfaos-de-gabo>. Acesso em: 24 abr. 2026.

COMPANHIA DAS LETRAS. Sobre a autora. In: ACIOLI, Socorro. **A cabeça do santo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

EDITORA RECORD. Sobre o autor. In: GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. **Em agosto nos vemos**. Rio de Janeiro: Record, 2024.

FREITAS, Ranielder Fábio de; COUTINHO, Solange Galvão; WAECHTER, Hans da Nóbrega. **Análise de metodologias em design: a informação tratada por diferentes olhares. Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 1-15, 2013. ISSN 1983-196X. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/111>. Acesso em: 01 mar. 2026.

GARCÍA BARÇA, Rodrigo; GARCÍA BARÇA, Gonzalo. Prefácio. In: GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. **Em agosto nos vemos**. Rio de Janeiro: Record, 2024.

GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. **Em agosto nos vemos**. 11. ed. Rio de Janeiro: Record, 2024.

HALUCH, Aline. **Guia prático de design editorial**: criando livros completos. Teresópolis: 2AB, 2013.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II**: como criar e produzir livros. 2. ed. São Paulo: Edições Rosari, 2009.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. 2. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2019.

HANLEY, Anne. Obituary: Bruno Munari. **The Independent**, Londres, 02 de out. de 1998. Culture. Disponível em: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/obituary-bruno-munari-1175607.html>. Acesso em: 10 maio 2026.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO (IPL). **Retratos da leitura no Brasil: 6ª edição**. Realização: Instituto Pró-Livro; Ministério da Cultura (MinC). Parceria: Fundação Itaú. Aplicação: IPEC. Coordenação: Zoara Failla. São Paulo: IPL, 2024. 130 slides. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf. Acesso em: 10 maio 2026.

LUPTON, Ellen. **Pensar com Tipos**: um guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.

MARTIN, Gerald. **Gabriel García Márquez**: a life. New York: Alfred A. Knopf, 2009. 672 p. ISBN 978-0-307-27177-8.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. **História do design gráfico**. Tradução: Cid Knipel. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

METRO1. **Bienal do Livro Bahia 2026 começa nesta quarta-feira em Salvador**. Metro 1, Salvador, 15 abr. 2026. Cultura. Disponível em: <https://www.metro1.com.br/noticias/cultura/181059,bienal-do-livro-bahia-2026-comeca-nesta-quarta-feira-em-salvador>. Acesso em: 10 maio 2026.

MIYAMOTO, Hidemi Soares. A figuração da identidade latino-americana em Cem anos de solidão. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA (ANPUH), 26., 2011, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: ANPUH, 2011.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1981.

NIELSEN BOOKDATA; CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO; SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro: ano-base 2023**. São Paulo: Nielsen BookData/CBL/SNEL, 2024.

NOBEL PRIZE OUTREACH. The Nobel Prize in Literature 1982. Disponível em: <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/1982/summary/>. Acesso em: 24 abr. 2026.

PETERSON, Bryan L. **Using design basics to get creative results**. Cincinnati: North Light Books, 1997.

PUBLISHNEWS. **Lista Nielsen-PublishNews de mais vendidos geral de 2025**. São Paulo: Carrenho Editorial, 2025. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/ranking-nielsen/anual/0/2025/0/0>. Acesso em: 10 maio 2026.

RODRIGUES, M. H. **Antecedentes conceituais e ficcionais do realismo mágico no Brasil**. Revista Letras, n. 79, 2009.

WHITE, Jan V. **Edição e design**: para designers, diretores de arte e editores: o guia clássico para ganhar leitores. Tradução: Luis Reyes Gil. São Paulo: JSN Editora, 2006.