

# PELAS JANELAS: UM ESTUDO SEMIOLINGUÍSTICO DAS CAPAS DE *LIVROS ILUSTRADOS*

*Sabrina Vianna*

*Dissertação recém-defendida*

*Orientadora: Dr<sup>a</sup>. Beatriz Feres*

## **Primeiras palavras**

Em uma época na qual várias inovações tecnológicas chegam muito rapidamente ao consumidor (sendo acessíveis ou não ao seu poder aquisitivo), o livro, também um bem para o consumo, segue firme e luta para permanecer interessante, trazendo atrativos e novidades. É em sua materialidade que se dá um dos principais fatores de atração na captação de leitores. É claro que o popular “boca a boca” ainda é muito importante para a divulgação de um livro, sendo ele a estratégia de venda mais antiga e, ainda, a mais eficaz. Entretanto, por produzir um impacto visual instantâneo, a capa de livro é a embalagem de conquista na qual o mercado editorial se apoia para potencializar suas vendas em diversas plataformas.

Além disso, seduzidos pela comodidade e por melhores preços, os leitores compram cada vez mais pela Internet. Nessa plataforma, os livros se resumem a uma pequena foto de sua capa e uma descrição sucinta. Portanto, mais do que nunca, a escolha dessa embalagem, a capa – e o investimento nela – necessitam ser bem formulados pelos autores e editores. Exposta em uma bancada, ou na página da *Internet*, a capa é o meio pelo qual o leitor trava seu primeiro contato com o livro e, partir dela, deseja manuseá-lo. Seja qual for o tipo de atrativo, é a partir das sugestões da capa do livro, com pistas e inferências, que o leitor recebe as primeiras informações de seu conteúdo, aguçando sua imaginação.

---

## O que é *livro ilustrado*?

Do latim *illustrare*, a palavra "ilustrar" tem seu significado etimológico como "tornar claro, dar brilho, enfeitar"<sup>1</sup>. Hoje em dia, a palavra ilustrar alçou novos voos, ampliando seu significado. Há um alto volume de informações visuais sendo produzido, seja por meio da televisão, da internet ou de todo e qualquer tipo de embalagem. Com o avanço da imagem, paralelo à escrita, é necessário analisar a importância daquela nos livros infantojuvenis, uma vez que esses estímulos visuais são fundamentais na formação do infante.

De acordo com Coelho (2000), a linguagem imagética trabalha com os valores estéticos, pedagógicos e emocionais e

estimula o olhar como agente principal na estruturação do mundo interior da criança, em relação ao mundo exterior que ela está descobrindo.

Estimula a atenção visual e o desenvolvimento da capacidade de percepção.

Facilita a comunicação entre a criança e a situação proposta pela narrativa, pois lhe permite a percepção imediata e global do que vê.

Concretiza relações abstratas que, só através da palavra, a mente infantil teria dificuldade em perceber; e contribui para o desenvolvimento da capacidade da criança para a seleção, organização, abstração e síntese dos elementos que compõem o todo.

Pela força com que toca a sensibilidade da criança, permite que se fixem, de maneira significativa e durável, as sensações ou impressões que a leitura deve transmitir. Se elaborada com arte ou inteligência, a imagem aprofunda o poder mágico da palavra literária e facilita à criança o convívio familiar com os universos que os livros lhe desvendam.

Estimula e enriquece a imaginação infantil e ativa a potencialidade criadora-natural em todo ser humano e que, muitas vezes, permanece latente durante toda a existência por falta de estímulo (COELHO, 2000, p. 197 - 198).

Com o desenvolvimento de técnicas e maquinário para produção de livros, hoje, encontra-se no mercado editorial uma grande variedade de títulos para o nicho infantojuvenil. Convém destacar as principais nomenclaturas e suas respectivas definições, a fim de contrastá-las aos *livros ilustrados*.

A especialista em literatura infantojuvenil, Sophie Van der Linden, em seu livro *Para ler o livro ilustrado* (2011, p. 24), destaca os principais tipos de livros, a fim de diferenciar o *livro ilustrado* dos demais que contêm imagens: *livro com ilustração, primeiras leituras, livros ilustrados, histórias em quadrinhos, livros pop-up, livros-brinquedo, livros*

---

<sup>1</sup> lat. *illústro, as, ávi, átum, áre* 'tornar claro, dar brilho, enfeitar'. Dicionário Eletrônico Houaiss.

---

*interativos e imaginativos*. Convém diferenciar mais precisamente o *livro ilustrado* do *livro com ilustração*.

Livro com ilustração: Obras que apresentam um texto acompanhado de ilustrações. O texto é espacialmente predominante e autônomo do ponto de vista do sentido. O leitor penetra na história por meio do texto, o qual sustenta a narrativa.

[...]

*Livro ilustrado*: Obras em que a imagem é espacialmente preponderante em relação ao texto. [...] A narrativa se faz de maneira articulada entre texto e imagens.

Nesta pesquisa, o *corpus* sobre capas está delimitado aos *livros ilustrados*. Contudo, essa terminologia ainda é pouco conhecida pelo grande público. Como afirma Linden (2011, p. 23), “ainda não há em muitos países um termo fixo para definir o *livro ilustrado* infantil”. No Brasil, por vezes, as terminologias são utilizadas sem critério. Ainda não há um consenso, tanto para a nomenclatura, quanto para o próprio significado do termo.

Assim, destacamos que a terminologia adotada nesta pesquisa é a utilizada pelos principais estudiosos desta área. O *picture book* foi traduzido como “*livro ilustrado*” – que também é usado com hífen – em publicações recentes da área, como as lançadas pela Editora Cosac Naify.

No Brasil, o escritor, ilustrador, compositor Ricardo Azevedo (2004), com vasta produção de livros para crianças e jovens, conceitua de forma semelhante à Linden, mas com outra terminologia, “livros mistos”, assim:

casos em que texto escrito e imagens dividem em pé de igualdade essa espécie de palco que é o livro. Aqui, ambos são protagonistas e atores principais. Nesse tipo de livro, texto e imagem estão nivelados, são absolutamente complementares e atuam sinérgica e dialogicamente. Pode-se dizer que o “texto” do livro é constituído pela soma do texto escrito e das imagens. Num caso assim, não faz sentido pensar no livro publicado sem o texto ou sem as imagens.

Em *Crítica, teoria e literatura infantil* (2010, p. 39), o fundador e professor emérito de literatura infantil da Cardiff University, o primeiro curso do gênero na Grã-Bretanha, Peter Hunt nos diz que *livro ilustrado* é um

tipo de livro no qual texto e ilustração combinam-se de tal maneira que a relação entre eles torna-se essencial para a compreensão da narrativa. A

---

exclusão de um ou outro elemento do objeto livro descaracteriza a obra. Opõem-se ao livro com ilustração, quando a informação da imagem é meramente decorativa ou redundante ao texto.

O autor (op. cit., p. 245) acrescenta que, assim como a poesia, o *livro ilustrado* tem a capacidade de “intrigar tanto crianças quanto adultos”. E que “expandir fronteiras na tentativa de explorar as possibilidades do *livro ilustrado* nos aproxima do conceito de livro como jogo, que é talvez muito melhor por isso” (op. cit., p. 249). Assim, o leitor, a partir das possibilidades narrativas e visuais diversas, pode escolher seu próprio caminho de leitura, criando a sua própria aventura. Ao produzir sentido sem acreditar que a ilustração apenas reproduz o texto verbal, o leitor deixa sua imaginação fluir e faz com que as imagens falem por si próprias.

Por fim, para Hunt, o *livro ilustrado* ainda não é valorizado, pois ele se utiliza de metáforas visuais, em detrimento às verbais, que são mais prestigiadas. E é por isso que se faz necessário um estudo crítico para esta área, uma vez que tais livros possuem suas particularidades e essas devem ser analisadas e valorizadas. Para ele (HUNT, 2010, p. 234), “as palavras podem aumentar, contradizer, expandir, ecoar ou interpretar imagens – e vice-versa”. E os *livros ilustrados* “podem desenvolver a diferença entre ler palavras e ler imagens: não são limitados por sequência linear, mas podem orquestrar o movimento dos olhos” (op. cit., p. 234).

### **O que é a capa?**

O autor Alan Powers (2010), de *Era uma vez uma capa*, faz um percurso de duzentos anos de história do livro para crianças, comentando a capa de mais de quatrocentos títulos que marcaram a produção editorial no mundo todo, além de registrar a evolução das técnicas de impressão, tipos de papéis e encadernações. Ele destaca que, com o livro (e a sociedade) ainda se desenvolvendo, a capa ocupava um lugar marginal na produção de livros.

Porém, o que é a capa, como ela se configura, a que interesses serve? O significado de capa está muito atrelado à noção de proteção. Percebe-se que ainda hoje a capa é descrita de forma muito limitada. Para Araújo (2000, p. 435), capa é:

primeira capa (face externa da segunda capa), necessariamente área impressa ou de grafismo;

---

segunda capa (face interna da primeira capa), área não destinada à impressão;  
terceira capa (face interna da quarta capa), área não destinada à impressão;  
quarta capa (face externa da terceira capa), opcionalmente área impressa ou de grafismo;  
primeira orelha (dobra da primeira capa);  
segunda orelha (dobra da quarta capa);  
sobrecapa (aplicável sobretudo a encadernações);  
lombada.

Por vezes a capa recebe, ainda, uma cinta, “faixa de papel que envolve o livro, impressa com dizeres de propaganda a respeito do livro ou seu autor”, de acordo com Ribeiro (2000, p. 375). Ainda segundo o mesmo autor,

a capa do livro é como um cartão de visita da obra. É seu primeiro contato com o público. Representa o valor da editora, proporcionando-lhe um atestado de qualidade e bom gosto.

Entre nós, como na maioria dos países, há os que compram livros pelo autor, outros pelo assunto e a maioria pelo poder sugestivo da boa realização gráfica de sua capa. Por isso, ele tem uma função comercial muito importante e a elevação de seu padrão estético satisfaz e educa o gosto do público. Uma capa de livro é, antes de tudo, a representação em termos gráficos do conteúdo da própria obra.

Destaca-se que, para este trabalho, prioritariamente, a primeira capa é a que será tomada para análise. Quando necessário para melhor entendimento, abordaremos as outras partes da capa. A quarta capa ou contracapa pode trazer um comentário sobre o autor e a obra, uma resenha descritiva, premiações do livro e/ou do autor. Em muitos casos, ela possui uma ilustração que é uma continuidade da primeira capa. Por vezes, ela será analisada.

Em romances adultos, quando não há ilustrações no miolo do livro, um profissional chamado capista é contratado para realizar o projeto da capa. Em *livros ilustrados*, normalmente, este profissional não é contratado, pois o ilustrador também se incumbem dela com o autor, editor e *designer*. Uma exceção é o livro *Não é uma caixa* (PORTIS, 2012). E não é à toa a preocupação e investimentos nas primeiras capas, além do valor publicitário. A maior premiação brasileira, o Jabuti, por exemplo, premia na categoria de melhor capa.

Para Nikolajeva e Scott (2011, p. 70),

as capas de livros ilustrados sinalizam o tema, o tom e o caráter da narrativa, além de sugerir um destinatário. Poucos artistas criam uma ilustração apenas

---

para a capa, não repetida dentro do livro. A escolha dela evidentemente reflete a importância atribuída ao episódio em pauta.

Salienta-se que a capa de *livro ilustrado*, por vezes, alça novos voos, ganha outras acepções. Hoje a capa de um livro não oferece apenas proteção ao miolo, aquela noção primeira e dicionarizada.

### **O contrato comunicativo das capas de *livros ilustrados***

No espaço dos contratos comunicativos, há uma espécie de acordo prévio, salienta Charaudeau (2012, p. 68), sobre os dados contidos na situação que o restringe. Assim, resultam-se características próprias à situação de troca os chamados dados externos; e características discursivas, os dados internos. Os primeiros são aqueles que, no campo de uma prática social determinada, são constituídos pelas regularidades comportamentais dos indivíduos que aí efetuam trocas e pelas constantes que caracterizam essas trocas e que permaneceram estáveis por um determinado período. São compreendidos em quatro características, de acordo com um tipo de condição linguageira: condição de identidade: “quem se dirige a quem?”; condição de finalidade: “estamos aqui para dizer o quê?”; condição de propósito: “do que se trata?” e condição de dispositivo: “em que ambiente o ato de comunicação se inscreve?”.

A essas perguntas, a capa de *livro ilustrado* responde, usualmente, assim: em uma situação de monolocalização, *os parceiros, quer estejam ou não presentes, estão ligados por um contrato de troca postergada* (CHARAUDEAU, 2010a). A identidade dos parceiros é múltipla e estes se encontram fisicamente distantes. Tem por finalidade, em termos de visadas, a informativa, para fazer-saber, que deseja transmitir um saber a quem se presume não possuí-lo. O propósito é seduzir a maior quantidade possível de consumidores. O dispositivo, o canal de transmissão, é o próprio suporte livro.

Em *Discursos das mídias*, Patrick Charaudeau (2012, p. 72) discorre sobre o contrato comunicacional da instância midiática na qual o livro, como produto, também se enquadra. A comunicação midiática, como qualquer ato de comunicação, possui duas instâncias: uma de produção e outra de recepção. A primeira possuiria uma dupla função: “de fornecedora de informação, pois deve fazer saber, e de propulsor do desejo de consumir as informações, pois deve captar seu público”. A segunda, “deveria manifestar seu interesse e/ou seu prazer em

---

consumir tais informações”. Tais definições vão ao encontro da relação editora-leitores, no ato de comunicação capa de *livro ilustrado*.

Para o autor, “a instância de produção deve ser considerada de modo diferente, ora como organizadora do conjunto do sistema de produção, num lugar externo, ora como organizadora da enunciação discursiva da informação” (CHARAUDEAU, 2012, p. 72). As editoras, de modo geral, mas, principalmente, as que possuem em seu catálogo livros destinados a crianças e jovens, possuem uma grande preocupação com esse ‘lugar da informação’, e como esse ‘fazer-saber’ será enunciado a seus leitores. Já a instância de recepção, se desdobrada, no dispositivo de encenação da linguagem, proposto pelo autor: de um ponto de vista interno à instância midiática, é *designada* como destinatário - a “instância-alvo”; de um ponto de vista externo, como instância de recepção propriamente dita, como uma atividade de consumo, é *designada* como “instância-público”. Nesta pesquisa, o adulto e a criança são o foco do direcionamento das capas.

Segundo Charaudeau (2012, p. 73),

todos contribuem para fabricar uma enunciação aparentemente unitária e homogênea do discurso midiático, uma coenunciação, cuja intencionalidade significante corresponde a um projeto comum a esses atores e do qual se pode dizer que, por ser assumida por esses atores, representa a ideologia do organismo de informação.

Já os dados internos são “aqueles propriamente discursivos, os que permitem responder à pergunta do ‘como dizer?’”: como devem ser os comportamentos dos parceiros da troca, suas maneiras de falar, os papéis languageiros que devem assumir, as formas verbais (ou icônicas) que devem empregar, em função das instruções contidas nas restrições situacionais (CHARAUDEAU, 2012, p. 70). São compreendidos em três espaços de comportamentos languageiros. A primeira é a de locução, que é o espaço da ‘tomada da palavra’. A editora impõe-se como sujeito falante e é a partir dela que se configura a criação das capas de livros que irão compor a situação de comunicação. A segunda, a do espaço da relação, que constrói como se dará o vínculo entre locutor e interlocutor. Percebe-se que há uma intenção de incluir, de convidar o leitor a adentrar a história, a partir de sua capa. E, por último, o espaço de tematização, em que se organiza o domínio de saber, do tema da troca.

Baseado no quadro da representação do dispositivo da encenação da linguagem (CHARAUDEAU, 2010), adequou-se este mesmo quadro às condições de produção própria

---

do *corpus* escolhido para a pesquisa, no caso, capas de *livros ilustrados*. O locutor (Euc – sujeito comunicante) é representado pela união de Escritor, Ilustrador, *Designer*<sup>2</sup>, Editor, uma vez que, nesse caso específico, os quatro trabalham, por muitas vezes, juntos. Com uma maior ou menor interferência, o Editor sempre estará presente, seja para dar as primeiras coordenadas, seja para dar o aval final. Em alguns casos, escritor e ilustrador são a mesma pessoa. Os quatro papéis se amalgamam e, na perspectiva da interpretação, não podem ser individualizados.

Posteriormente, esse locutor se projeta no enunciador/narrador que investirá no duplo destinatário idealizado (TUd), espaço duplamente ocupado pelo adulto e pela criança. No quadro de Charaudeau, há a projeção do retorno deste destinatário, que é o receptor, que também cria uma imagem, que se projeta<sup>3</sup>. Quanto mais sintético for o texto, mais investimento interpretativo exigirá para que lhe seja atribuído sentido.

É fato que *nenhum ato de comunicação está previamente determinado* (CHARAUDEAU, 2010, p. 71), assim, as editoras (Euc) possuem uma margem de manobra para realizar cada projeto, mudando o tom, as características, de acordo com seus objetivos, de acordo com o público, com a região etc. Para ele, “contrato e projeto de fala se completam, trazendo, um, seu quadro de restrições situacionais e discursivas, outro, desdobrando-se num espaço de estratégias, o que faz com que todo ato de linguagem seja um ato de liberdade, sem deixar de ser uma liberdade vigiada” (CHARAUDEAU, 2012, p. 71).

A capa, assim, é um poderoso ritual de abordagem que traz consigo inúmeras estratégias. Sobre os rituais de abordagem, a Semiolinguística (CHARAUDEAU, 2010, p. 71) aponta:

Estes constituem as restrições, obrigações ou simplesmente condições de estabelecimento de contato com o interlocutor. Numa situação de diálogo, trata-se de saudações, manifestações de polidez, pedidos de desculpas etc., e numa situação monológica escrita, abertura/fechamentos de cartas, títulos de matérias de jornal ou de obras, slogans publicitários, prefácios, avisos etc.

---

<sup>2</sup> Eventualmente um capista - um especialista em produção de capas – é contratado para livros ilustrados. Ele está mais presente em romances adultos. Optamos por designer, por sugestão do Professor Dr. Marcelo Ribeiro, que participou da banca de qualificação deste trabalho, e por acreditar que este profissional atue decisivamente na composição da capa e em todo o projeto gráfico. Contudo, Charaudeau (2012, p. 74) salienta “no que concerne às mídias, nunca se sabe realmente quem pode responder por uma informação, mesmo quando é assinada por um determinado jornalista, de tanto que os efeitos da instância midiática de produção transformam as intenções da instância de enunciação discursiva tomada isoladamente”.

<sup>3</sup> Contudo, esclarecemos que esta pesquisa não tem como objetivo analisar se os efeitos lançados nas capas de livros ilustrados obtiveram sucesso ou não.

---

O projeto de um livro direcionado, principalmente, a crianças e jovens, como estes utilizados em nosso *corpus*, é resultado de um estudo amplo da editora. Nos livros infantojuvenis sempre há uma atenção maior a outro destinatário, o adulto. É ele que ora irá apenas comprar o livro e presentear, ora mediará a leitura para uma criança. Há, ainda, aqueles que consumirão a obra por simplesmente serem leitores dessa literatura. Assim, nada mais seguro do que uma grande equipe editorial em prol de um resultado satisfatório que abarque esse duplo destinatário.

Segundo Charaudeau (2012, p. 78), “nos estudos que tratam das mídias, considera-se que é o público que constitui a instância de recepção. Entretanto, sabe-se que o público é uma entidade compósita que não pode ser tratado de maneira global”. Isso se confirma no fato de que, na Literatura Infantojuvenil, contempla-se, sempre, um duplo destinatário: adulto (pais, professores, familiares) e crianças e jovens.

O autor (2012, p. 79) acrescenta que

a identidade social da instância de recepção é uma incógnita para a instância de produção. Por um lado, os receptores não estão presentes fisicamente na relação de troca, e a instância midiática não tem acesso imediato a suas reações, não pode dialogar com eles, não pode conhecer diretamente seu ponto de vista para completar ou retificar a apresentação da informação. É difícil determinar o público que compõe essa instância quanto a seu status social, o qual, quase sempre, é muito diversificado.

Essa instância, no contrato de informação, possui uma dupla finalidade compreendida em alvo intelectual e alvo afetivo. O primeiro é “considerado capaz de avaliar seu interesse com relação àquilo que lhe é proposto, à credibilidade que confere ao organismo que informa, a sua própria aptidão para compreender a notícia, isto é, ter acesso a ela” (CHARAUDEAU, 2012, p. 80). O segundo é “aquele que se acredita não avaliar nada de maneira racional, mas sim de modo inconsciente através de reações de ordem emocional”.

Nada mais são que as memórias do discurso, propostas por Charaudeau; são os signos semiológicos. Enfim, tudo isso configura os dispositivos utilizados na criação de um projeto gráfico-editorial e, principalmente, sua capa, embalagem de captação de leitores.

Em capas de livros, as visadas mais utilizadas, de fato, são a de informação e a de captação, comumente encontradas em outras comunicações midiáticas. Por ser um instrumento ligado à educação, o livro traz consigo a força de ser o fio condutor do saber, de

---

sempre informar e educar. E as primeiras impressões se encontram na capa. Assim, se conjugam ambas as estratégias, a de informação aliada à captação como forma de atrair leitores, ao produzir efeitos de sentido e efeitos sentidos.

O autor acrescenta, ainda, que, nessa tensão entre credibilidade e captação,

quanto mais as mídias tendem para o primeiro, cujas exigências são as da austeridade racionalizante, menos tocam o grande público; quanto mais tendem para a captação, cujas exigências são as da imaginação dramatizante, menos credíveis serão (CHARAUDEAU, 2012, p. 93).

Porém, ao pensar a Literatura Infantojuvenil nesse contexto, percebe-se que essa ‘tensão’ é muito positiva. As editoras trabalham em duas frentes: a do alvo intelectual e a do alvo afetivo. Por se tratar de um produto consumido por crianças e jovens, há uma preocupação latente em ofertar obras que contribuam para o desenvolvimento desses leitores. Assim, essa ‘contradição’ entre o ‘fazer-saber’ e o ‘fazer-sentir’ acaba por se unir, pelas mãos desses profissionais, dando um resultado positivo na construção do contrato de comunicação.

Conforme Charaudeau (2012, p. 67), “todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge”. Assim, no discurso utilizado nas capas de livros, observam-se condições encontradas em outros segmentos midiáticos, como em capas de revistas. Segundo Monnerat (2011, p. 307),

no caso das capas de revistas – seja em que época for, haverá sempre a necessidade de atrair a atenção do público, sendo preciso, portanto, destacar elementos apresentados, os quais, ao funcionarem como “leads”, apontam para os temas a serem desenvolvidos a seguir.

Por sempre apresentar as linguagens verbal e visual, o *livro ilustrado* trabalha com diferentes elementos linguísticos atrelados aos gráfico-visuais. Além de imagens, os recursos de luz e sombra, cores, linhas, projeções, ângulos são utilizados pela linguagem visual. Para Monnerat (2011, p. 29),

a seleção de palavras, de imagens e de cores, bem como a combinação de todos esses aspectos na composição textual não é gratuita. Nasce de intenções, de propósitos comunicativos e [...] outros sistemas simbólicos, como imagens, cores, sons etc., que se articulam, como mecanismos de construção de significâncias.

---

Tais mecanismos são utilizados na situação de comunicação a que Charaudeau se refere como um palco, “com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico” (CHARAUDEAU, 2012, p. 67). Nesse palco, a capa faz uso de uma gama de dispositivos, a partir das práticas sociais já estabelecidas pelos indivíduos, a fim de comunicar-se, alcançando o objetivo de conquistar o público e sobreviver mediante a concorrência. Assim, respeitando o espaço das restrições, é necessário se valer de alguns dispositivos, como as memórias, estratégias e visadas discursivas, já explanadas neste trabalho, tanto para ser compreendido (locutor) quanto para compreender (destinatário).

Assim, a partir desta aplicação geral dos pressupostos teóricos, analisaremos individualmente, neste artigo, duas capas de *livros ilustrados* que compõem o *corpus* da pesquisa de dissertação. *O livro inclinado* (*The Slant Book*, nome original em inglês), editado pelo selo Cosac Naify, em versão fac-símile, é do ano de 1910. No Brasil, esta edição é de 2008. O autor Peter Newell (1862-1942) escreveu e ilustrou a narrativa que, no Brasil, foi traduzida por Alípio Correia de Franca Neto. Foi premiado pela FNLIJ, em 2009, na categoria “Tradução/Adaptação Criança”. Sua fonte tipográfica, utilizada na composição do livro, se chama “newell”, sobrenome do autor. Ela se caracteriza por lembrar a escrita manual, clássica, ao utilizar serifas, que são pequenos prolongamentos no fim das hastes das letras.

O projeto gráfico-editorial ousa ao publicar um livro cujo formato não é quadrado, nem retangular. No campo das restrições dessa situação de comunicação, esperam-se os formatos mais comumente utilizados, retrato ou paisagem. Contudo, o autor e sua editora, já no início do século XX, apostam em um formato cortado, em todos os lados, em diagonal, apontado para direita.

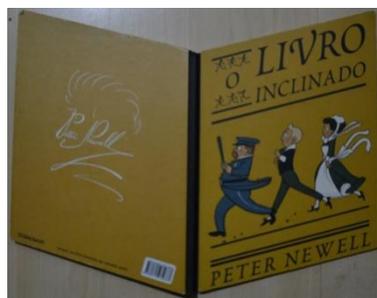


Figura 1 – Primeira e quarta capas do livro ilustrado *O livro inclinado*.

---

A ilustração da primeira capa não se prolonga na quarta capa e a lombada em preto as separa claramente. A quarta capa apresenta a assinatura do autor, que forma o rosto de um homem, na parte central em um fundo bege forte, uma cor clássica. Abaixo, o selo da editora, a informação sobre quem traduziu o livro e o código de barra, item obrigatório, contendo o ISBN. A encadernação possui uma lombada, formada por cadernos colados, e a capa é dura feita a partir de várias folhas de papelão grosso e coladas sobre a capa desses cadernos. Este tipo de encadernação é única no *corpus* selecionado desta pesquisa, até por ser uma versão fac-similar, feita na Itália, da versão de 1910.

Na primeira capa, as partes superiores e inferiores do livro são demarcadas pelo título e o nome do autor, respectivamente, aliadas a traços igualmente demarcadores. Esses também contribuem para a noção de inclinação do livro. O traço, imediatamente abaixo da ilustração central, atua como o chão de apoio para que as personagens corram. Essa configuração aliada às posições anguladas dos corpos são índices de que há um movimento de corrida nesta ilustração.

As personagens estão com trajes sociais que remontam à cidade americana Nova Iorque, do início do século XX, época em que o autor lançou o livro. Um guarda, um entregador e uma babá correm de algo/em direção a algo no sentido contrário ao olhar que o leitor percorre – normalmente, da esquerda para direita. Essa sensação diferente se dá pelo suporte diferenciado que atua tanto na capa quanto na própria narrativa que se segue. A letra “O” do título também é ilustrada com pequenos bonecos, em posição de corrida. Estes dados orientam o pensamento do leitor (princípio de influência), a fim de instigar a leitura da obra.

*O livro inclinado*, com o auxílio do suporte, mostra o que ele é: um livro (ser do mundo identificado e nomeado). Ao ser qualificado de forma diferente, e com o uso do artigo definido ‘o’ e com a adjetivação no título (“inclinado”), esse livro se particulariza, se destaca efetivamente dos outros. Ambas são operações constitutivas do processo de transformação, definido por Charaudeau (2005) como um dos processos de semiotização do mundo.

A história é construída a partir da inclinação do livro. Tal forma é o cenário da narrativa: é a partir desse corte diferenciado que a história se passa. Não há uma narrativa sobre um livro inclinado e, sim, sobre uma babá que, ao passear com o bebê em um carrinho, por descuido, o solta e este desce ladeira abaixo, passando por inúmeras situações engraçadas,

---

causando uma desordem por onde passa. Na capa, acompanhamos as personagens descendo a ladeira, correndo, atrás do carrinho do bebê.

Assim, há uma quebra de expectativa dos leitores, no contato com esse livro. Há uma transgressão, de certa forma, no espaço de restrição. Pelo título, o leitor é levado a acreditar que a história se dará em torno de um livro inclinado (visada de informação). Contudo, ao iniciar a narrativa, percebe-se que o livro inclinado é apenas o formato, auxiliando no cenário onde a história se desenvolve. Acredita-se ter sido uma ousadia, do autor e da editora, lançar essa nova proposta há 105 anos. Tanto é que o autor é considerado o precursor do livro-objeto, cujo formato traduz a ação da história, sendo referência para grandes nomes da área, como Maurice Sendak (*Onde vivem os monstros*, Cosac Naify, 2014).

Com texto e ilustrações de Antoinette Portis, *Não é uma caixa* é de 2006 e foi traduzida por Cassiano Elek Machado e lançada em 2012, no Brasil, pela Editora Cosac Naify, por R\$ 37,00 (PNBE 2014). Primeira e quarta capas formam um plano único. A quarta capa apresenta uma resenha descritiva feita por Paulo Tatit, do Grupo Palavra Cantada, em uma estratégia de credibilidade, muito presente em quartas capas.

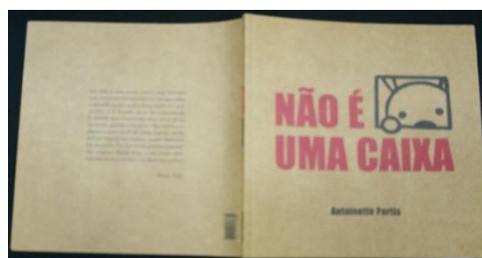


Figura 2 – Primeira e quarta capas do livro ilustrado *Não é uma caixa*

Em um primeiro momento, se estiver colocada em seu formato padrão, seguirá ao encontro do comumente utilizado em uma capa de livro. Contudo, se sua capa estiver aberta, montada na posição de caixa (Figura 3) transgredirá o espaço das restrições. A textura e o odor ampliam essa noção de que se trata, realmente, de uma caixa, por possuir as características desse material. O título tenta ir contra ao que o leitor está vendo: há uma negação da parte verbal e uma afirmação da parte icônico-visual, em uma relação de oposição. Ao adentrar na trama no texto, observa-se que a personagem, ao longo da narrativa, procura mostrar a cada cena que, de fato, não se trata de uma caixa e, sim, um outro objeto, apesar de o formato levar a crer que realmente é uma caixa.



Figura 3 – Livro ilustrado *Não é uma caixa* posicionado em pé.

### Considerações finais

A partir do contrato de comunicação proposto pela Teoria Semiolinguística, se confirmou, neste estudo, que ainda hoje o livro é uma obra feita de forma conjunta. Verificou-se, a partir do dispositivo de encenação de linguagem, que, em capas de *livros ilustrados*, a criação é feita por várias mãos: um sujeito comunicante, formado por escritor, ilustrador, *designer* e editor, lança estratégias variadas, em função da imagem de um sujeito destinatário ideal (leitor), a fim de conquistá-lo.

Neste contrato colaborativo, por se tratar de literatura infantojuvenil, o duplo destinatário está sempre presente. As editoras investem nos livros para um público primordialmente infantil, mas não só. Em consequência desse duplo endereçamento, encontram-se, nas capas, estratégias específicas para ambos os públicos que coabitam o objeto. Sabe-se que além do leitor adulto-mediador – aquele que irá adquirir o livro para presentear o leitor-criança, seja pai, seja tia; ou aqueles que são professores e irão trabalhar com o livro em sala de aula –, há um leitor sofisticado, adulto, que consome também esta literatura, que é para todos.

Em *Não é uma caixa*, por exemplo, o título e seu formato estão em oposição. O primeiro afirma que não se trata de uma caixa. Contudo, o material da capa – semelhante a um papelão –; as inscrições na orelha do livro – como “este lado é para cima”-; as cores em vermelho e preto e a escolha pela fonte tipográfica das informações vão contra o título, pois todos esses recursos são índices que normalmente aparecem em caixas de papelão onde são entregues itens como geladeira, fogão. Esta estratégia de captação instiga o leitor a conferir, lendo a história, se de fato é ou não uma caixa.

---

As editoras são instituições que têm como objetivo a maior quantidade de vendas possíveis de suas produções, como os livros. Sua embalagem, a capa, é fundamental na captação de leitores. Ela é o ritual de abordagem para atraí-los e, assim, potencializar as vendas. Principalmente a partir dos anos 70, no Brasil, houve um investimento maciço em projetos gráficos de qualidade aliados a narrativas que fugissem do pragmatismo e da tensão pedagógica de outrora.

Destaca-se que, por mais que haja um viés mercadológico, o livro, ainda assim é um produto educacional. O espaço de sala de aula é um lugar privilegiado para o desenvolvimento da leitura como prática social e do intercâmbio da cultura literária. O livro torna-se o local de convergências de múltiplas linguagens; é o instrumento ideal tanto no processo educativo, quanto na formação do indivíduo. Mais especificamente, o *livro ilustrado*, por sua semiose verbovisual, leva o leitor a praticar tanto a leitura de textos escritos quanto a de textos imagéticos que ora se complementam, ora se contradizem em jogos de linguagem por meio deste entrelaçamento.

Assim, observou-se que a literatura destinada a crianças e jovens, no *corpus* selecionado, atingiu um estatuto de arte literária, ao se distanciar das origens pedagógicas, quando investiu em livros com valores artísticos. Os *livros ilustrados*, com suas linguagens verbais e visuais, possibilitam a leitura da imagem, que é, de certa maneira, negligenciada ao longo da formação do indivíduo. Provavelmente, a partir dessa alfabetização visual, tanto os pais quanto os professores estarão formando leitores não só de literatura, mas também, de outras artes como as plásticas, o cinema, o teatro e, cidadãos críticos, formadores de opinião e participativos, também, do universo icônico de que estamos cercados.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Emanuel. *A construção do livro: princípios da técnica da editoração*. Rio de Janeiro: Lexikon, 2000.

AZEVEDO, Ricardo. *Diferentes graus de relação entre texto e imagem dentro de livros* [2004]. Disponível em: <<http://www.ricardoazevedo.com.br/wp/wp-content/uploads/Diferentes-graus-de-relacao-entre-textos-e-imagens-dentro-do-livro.pdf>>. Acesso em: 03 set. 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino & GAVAZZI, Sigrid. (Org.). *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. Disponível em: <<http://www.patrick->

---

charaudeau.com/Uma-analise-semiolinguistica-do.html#nh14> Acesso em: 22 out. 2013.

\_\_\_\_\_. *Linguagem e discurso: modos de organização*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

\_\_\_\_\_. Um modelo sócio-comunicacional do discurso: entre situação de comunicação e estratégias de individualização. In: STAFUZZA, Grenissa; PAULA, Luciane de (Org.). *Da análise do discurso no Brasil à análise do discurso do Brasil*, Edufu, Uberlândia, 2010b.

\_\_\_\_\_. *Discurso das Mídias*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2012.

COELHO, Nelly Novaes. *Literatura infantil: teoria, análise, didática*. São Paulo: Moderna, 2000.

HUNT, Peter. *Crítica, teoria e literatura infantil*. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

LINDEN, Sophie Van der. *Para ler o livro ilustrado*. Trad. Dorothée de Bruchard. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MONNERAT, Rosane Santos M. A dimensão cognitiva/social da linguagem em capas de revistas brasileiras. *Revista Diadorim/Revista de Estudos Linguísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da Universidade Federal do Rio de Janeiro*. Volume 10, Dezembro 2011. [<http://www.revistadiadorim.letras.ufrj.br>]

MORAES, Odilon de. *O projeto gráfico do livro infantil e juvenil*. In: OLIVEIRA, Ieda de. (Org.). *O que é qualidade em literatura infantil e juvenil?: com a palavra, o ilustrador*. São Paulo: DCL, 2008.

NIKOLAJEVA, Maria; SCOTT, Carole. *Livro ilustrado: palavras e imagens*. Trad. Cid Knipel. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

POWERS, Alan. *Era uma vez uma capa*. Trad. Otacílio Nunes. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

RIBEIRO, Milton. *Planejamento visual gráfico*. Brasília, Linha Gráfica Editora. 2000.

### **Créditos das imagens**

NEWELL, Peter. *O livro inclinado*. Ilustrações do autor. Tradução Alípio Correia de Franca Neto. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

PORTIS, Antoinette. *Não é uma caixa*. Ilustrações da autora. Tradução Cassiano Elek Machado. São Paulo: Cosac Naify, 2012.