

A Christmas Carol: a leitura da capa à luz da história dos livros

Samanta Kélly Menoncin Pierozan

Submetido em 08 de setembro de 2016.

Aceito para publicação em 08 de março de 2017.

Cadernos do IL, Porto Alegre, n.º 54, outubro de 2017. p. 409-424

POLÍTICA DE DIREITO AUTORAL

Autores que publicam nesta revista concordam com os seguintes termos:

- (a) Os autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Creative Commons Attribution License, permitindo o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria do trabalho e publicação inicial nesta revista.
 - (b) Os autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada nesta revista (ex.: publicar em repositório institucional ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial nesta revista.
 - (c) Os autores têm permissão e são estimulados a publicar e distribuir seu trabalho online (ex.: em repositórios institucionais ou na sua página pessoal) a qualquer ponto antes ou durante o processo editorial, já que isso pode gerar alterações produtivas, bem como aumentar o impacto e a citação do trabalho publicado.
 - (d) Os autores estão conscientes de que a revista não se responsabiliza pela solicitação ou pelo pagamento de direitos autorais referentes às imagens incorporadas ao artigo. A obtenção de autorização para a publicação de imagens, de autoria do próprio autor do artigo ou de terceiros, é de responsabilidade do autor. Por esta razão, para todos os artigos que contenham imagens, o autor deve ter uma autorização do uso da imagem, sem qualquer ônus financeiro para os Cadernos do IL.
-

POLÍTICA DE ACESSO LIVRE

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona sua democratização.

<http://seer.ufrgs.br/cadernosdoil/index>
Segunda-feira, 23 de outubro de 2017
20:59:59

A CHRISTMAS CAROL: A LEITURA DA CAPA À LUZ DA HISTÓRIA DOS LIVROS

A CHRISTMAS CAROL: THE COVER READING IN THE LIGHT OF THE HISTORY OF BOOKS

Samanta Kélly Menoncin Pierozan¹

RESUMO: A *Christmas Carol*, de Charles Dickens, publicada em 1843 na Inglaterra, é ainda hoje amplamente difundida. O objetivo deste artigo é fazer uma descrição-analítica, considerando os aspectos peritextuais à luz da História dos Livros, tanto da capa da obra original quanto de outras seis publicações realizadas no ano de 2015. Por meio dessa leitura, procura-se refletir sobre as funções das capas dos livros. Este estudo possibilita observar que o desenvolvimento das capas vai muito além da qualidade estética e designs gráficos, uma vez que fatores relacionados ao contexto histórico, econômico e social, por exemplo, estão intimamente ligados. Além disso, observa-se, em especial, a premissa de Barthes (1977) – a relação texto-imagem e texto-leitor – o que contribui fortemente para com a construção de sentido do texto.

PALAVRAS-CHAVE: *A Christmas Carol*; Peritexto; Capa; História dos Livros.

ABSTRACT: *A Christmas Carol*, written by Charles Dickens, first published in 1843 in England, is still widely spread on. The aim of this article is to do an analytic-description considering peripheral aspects in the light of the History of Books, both the original work and other six publications from 2015. By means of this reading, we intend to think about the functions of those book covers. This study provide to note that the book covers development are beyond static quality and graphic design, since there are facts connected to the historical context, economic and social, for example. Besides, we attend to Barthes premise (1977) – text-reader relation and text-image relation – which has been tightly contributing to texts construct.

KEYWORDS: *A Christmas Carol*; Peritext; Book cover; The History of Books.

1. Introdução

Este estudo foca em capas² da obra *A Christmas Carol*, narrativa escrita por Charles Dickens e publicada em 1843, na Inglaterra, durante a era Vitoriana. *A Christmas Carol* é uma das histórias mais famosas da literatura ocidental; desde a sua

¹ Doutoranda pelo Programa de Doutorado em Letras – Associação Ampla UCS/UniRitter, bolsista PROSUP/CAPES, samimenu10@gmail.com.

² Observa-se que o presente estudo considera capa como a primeira manifestação do livro que o leitor tem contato. Capa, aqui, não se confunde com o termo “primeira capa”, tratada por Genette (2009) como um dos elementos peritextuais que faz, obrigatoriamente, menção ao nome do autor, o título da obra e o selo do editor (p. 27), podendo envolver outras informações como: indicação genérica; nome do tradutor, do prefaciador, do responsável pelo estabelecimento do texto e do aparato crítico; dedicatória; epígrafe; retrato do autor; fac-símile da assinatura do autor; ilustração específica; título e/ou emblema da coleção; nome do responsável pela coleção; em caso de reedição, menção de uma coleção original; nome ou razão social e/ou sigla e/ou logotipo do editor; endereço do editor; número de tiragem; data; e preço de venda (p. 27 – 28).

criação até os tempos de hoje é sinônimo de sucesso no mundo da literatura. Trata-se de um conto que comporta diversas adaptações – edições impressas, teatro, televisão, etc. – , tanto para o público adulto quanto o infantil; seu texto original perpassa o tempo e o espaço, sendo ainda uma atração entre os leitores de diferentes gerações e lugares. Assim, a narrativa original impressa é ainda hoje amplamente difundida no meio editorial. Contudo, seus elementos paratextuais tiveram diversas alterações, incluindo a capa, elemento constituinte do peritexto editorial. Genette (2009, p. 21) define peritexto editorial como toda a zona de responsabilidade direta do editor, mais precisamente da edição. O que é editado, ou mesmo reeditado, está estreitamente relacionado às apresentações feitas para o público e depende da tomada de decisão do editor, que, eventualmente, conforme afirma Genette (2009, p. 21), se dá em conjunto com o autor. São essas edições e reedições do peritexto, mais exteriores ao conto *A Christmas Carol*, que motivam o presente estudo.

Esta investigação tem como alicerce a História dos Livros, que, segundo Darnton (1990, p. 109), diz respeito à “história social e cultural da comunicação impressa”. Essa disciplina possibilita uma ampla reflexão sobre conceitos e ideias transmitidas pelo impresso, bem como seu reflexo na sociedade, no pensamento e comportamento do leitor.

Conforme Darnton (2010, p. 179) assume,

A história do livro se interessa por cada fase desse processo [circuito de comunicação³] e com o processo como um todo, em todas as suas variações ao longo do espaço e do tempo e em todas as suas relações com outros sistemas — econômicos, sociais, políticos e culturais — no ambiente que o cerca.

Apesar da amplitude dessa abordagem, por questão de especificidade, se estabelecem alguns critérios norteadores que delimitam o *corpus* de análise, resultado de uma pesquisa *online*. Eles são:

- a) realizar uma busca por livros intitulados *A Christmas Carol*, comercializados no Website Amazon.com;
- b) verificar quais são as obras publicadas no ano de 2015, em inglês e para o leitor ocidental;
- c) averiguar qual é a categorização do público-leitor; e
- d) selecionar três obras direcionadas ao público infantojuvenil e três obras para o público adulto, conforme ordem de relevância do resultado da busca.

Após selecionar as capas das seis obras publicadas no ano de 2015, faz-se a leitura das mesmas sob a luz da História dos Livros. Estas seis, por sua vez, remetem à discussão de observações a um âmbito contemporâneo. Todavia, a obra original foi escrita e publicada no período Vitoriano, o que remonta à discussão de um outro conceito de capa, assim como de sociedade num contexto econômico, político e cultural diferente do atual. Neste sentido, para melhor compreender o contexto histórico em que a obra foi escrita e publicada, procura-se levantar algumas questões gerais relacionadas à era Vitoriana, à vida do autor e à obra em si.

³ Darnton defende (2010, p. 179): “Os livros impressos [...] tendem a ter um ciclo de vida muito semelhante. Ele pode ser descrito como um circuito de comunicação que vai do autor ao editor (se o livreiro não assumir esse papel), ao impressor, ao distribuidor, ao livreiro e ao leitor. Por influenciar o autor tanto antes quanto depois do ato da escrita, o leitor completa o circuito”.

2. A Era Vitoriana, Dickens e sua mais famosa obra

Charles Dickens, nascido no dia 7 de fevereiro de 1812, na Inglaterra, teve suas primeiras publicações realizadas entre os anos de 1830 e 1836, período em que escrevia para um jornal. Depois disso, aos 25 anos de idade, tornou-se romancista. Seu primeiro romance foi *The Pickwick Papers*. Contudo, foi no período Vitoriano (1837-1901) que se tornou culturalmente famoso (DICKENS, 2011b).

A *Christmas Carol*, obra ilustrada por John Leech, escrita e publicada pela Chapman & Hall em 19 de dezembro de 1843 foi o primeiro conto de uma série que ficou conhecida como *The Christmas Books*, e tornou-se facilmente popular. O conto foi publicado em um período nostálgico com relação as tradições natalinas⁴, e, portanto, trata-se de uma narrativa que influenciou fortemente no restabelecimento do sentimento de festividade e de alegria do povo após um período de muita sobriedade.

A era Vitoriana (1837 – 1901), período em que se atingiu o cume da Revolução Industrial, destaca-se por grandes mudanças tecnológicas, econômicas e sociais, tornando a Grã-Bretanha um império global. Conforme é apresentado na obra *A Christmas Carol: The Graphic Novel* (2011b, p. 151),

It was a time of inventors and inventions and of rapid progress in Science, technology, and medicine, from the steam engine to the steam printer, from the skyscraper to the machine gun, from the flush toilet to photography, moving pictures, electricity, the telegraph, and telephone, the Victorian era was a transition from the old, traditional world to the new, modern age.

Na mesma direção, na obra “Um conto de Natal” (2011) defende-se:

Em uma Inglaterra militarmente forte, politicamente avançada e comercialmente potente, os reflexos da Revolução Industrial penetravam no dia a dia das pessoas. Fábricas e manufaturas eram incrementadas, assim como as exportações britânicas; a distância entre o interior e a capital diminuía, graças às ferrovias que passaram a interligar o país; leis de livre-comércio incentivavam o capitalismo nascente; a taxa de analfabetismo era cada vez mais baixa, e as pessoas consumiam os inúmeros jornais que eram, afinal de contas, o principal e único meio de comunicação de massa em um mundo que ainda não conhecia nem a televisão e nem o rádio, e no qual a fotografia recém dava os primeiros passos.

Contudo, conforme é apontado na obra *A Christmas Carol: The Graphic Novel* (2011b, p. 151 – 152), apesar da Revolução Industrial ter representado progresso em várias áreas e ter contribuído para a evolução e o poder da Grã-Bretanha, o período também foi fortemente marcado pela diferença de classes – de um lado a riqueza e de outro a pobreza e miséria. As novas e diversas indústrias do período atraíram muitas

⁴ Até onde se sabe, foi o marido da rainha Vitória, o alemão Príncipe Albert, que levou à Grã-Bretanha algumas das tradições incorporadas pelas famílias na época de Natal, como a árvore e o cartão natalino. O príncipe ainda contribuiu para que os cantos natalinos fossem revividos, uma vez que os mesmos pareciam ter sido devassados ao longo das mudanças sociais.

peessoas interessadas em trabalho, principalmente para a grande cidade de Londres, a ponto de sobrelotarem os alojamentos, resultando em milhões de trabalhadores vivendo em condições precárias, sem água potável ou alimentação decente e em péssimas condições sanitárias. Além disso, o período foi marcado pelo trabalho forçado, tanto de adultos quanto de crianças; as crianças precisavam trabalhar para contribuir com a situação financeira de suas famílias, pois, por menor que fosse essa contribuição – eram tempos difíceis, onde

[c]hildren had to help their families by earning wages like the adults, as Dickens himself did in Warren's Blacking Factory. They often worked long hours in dangerous conditions for a few pennies a day (p. 152).

Ao que tudo indica, Dickens foi fortemente tocado pela situação miserável em que as crianças se encontravam na metade do século XIX. Segundo informações contidas a respeito do autor em Dickens (2011a), afirma-se que “as duras experiências da infância – o trabalho, as condições precárias, a negligência dos adultos, o contato com o proletariado – forneceriam os temas fundamentais da sua ficção, que denuncia aspectos sombrios da sociedade vitoriana”.

Em suma, a Revolução Industrial da era Vitoriana provocou diversos impactos de caráter social, econômico, cultural e tecnológico. Com o progresso industrial, até mesmo o papel passou a ser feito à máquina, promovendo novas possibilidades, entre elas, a existência de uma maior quantidade de material de leitura disponível para o público mais amplo, desenvolvendo-se, assim, a leitura em massa (DARNTON, 1990, p. 155). De acordo com Lyons (1999, p. 165), “no século XIX, o público leitor do mundo ocidental atingiu a alfabetização em massa”, em especial na Inglaterra.

Neste sentido, acredita-se que a mais famosa obra de Dickens foi publicada num momento em que se considera o tempo e o espaço como muito auspicioso, favorecendo tamanha repercussão. A partir de informações sobre a obra e o autor (DICKENS, 2001a), entende-se que Dickens, em *A Christmas Carol*, soube abordar com entretenimento e sutileza os conflitos do cotidiano real das pessoas, de modo que, sem desagradar as instituições vitorianas, manteve-se ao lado dos mais desfavorecidos. Em Dickens (2011a), postula-se que a narrativa do autor se mantém “dentro dos estreitos limites da denúncia social e do otimismo e moralismo vitorianos”.

Dickens celebrava, é certo, as maravilhas do mundo moderno e do capitalismo nascente, das quais ele mesmo usufruiu (pois, nascido em uma família miserável, galgou a carreira jornalística até tornar-se um rico romancista, coisa só permitida pela elasticidade social moderna), mas nunca deixou de apontar as chagas deste mesmo mundo (DICKENS, 2011a).

Em linhas gerais, *A Christmas Carol* trata da história de um homem, o velho, rabugento e ganancioso Ebenezer Scrooge, e sua transformação após receber algumas visitas sobrenaturais – o espírito do falecido sócio, Jacob Marley e os Espíritos do Natal – Passado, Presente e Futuro. O conto remete o leitor a um cenário de alegria, renovação, solidariedade, união e vida, contrastando-o, na mesma medida, com um cenário de tristeza, desespero, hostilidade, solidão e morte.

3. Capa: elemento peritextual

Ao que tudo indica, os diferentes tipos de paratextos são estrategicamente produzidos com a finalidade de seduzir o público – comprador e/ou leitor. Os elementos peritextuais, como por exemplo a capa, são de caráter mutável, uma vez que estão estreitamente relacionados ao momento histórico da produção e circulação da obra que constituem.

Para Genette e Maclean (1991, p. 271),

The general history of the paratext, which follows the rhythms of the stages of the technical revolution which gives it means and ways, will probably be that of those endless phenomena of sliding, of substitution, of compensation, and of innovation which assure its permanent and, to a certain extent, the progress of its efficacy over the span of the centuries.

A capa impressa, de papel, é um fato do século XIX. Segundo Genette (2009, p. 27), antes, “na era clássica, os livros apresentavam-se em encadernação de couro muda, salvo a indicação resumida do título e, às vezes, do nome do autor, que figurava na lombada”. Nesse tempo, era a página de rosto a encarregada por apresentar o paratexto editorial. Atualmente, ao que se pode ver, de modo geral, as capas dos livros são fortemente exploradas, direcionando determinada obra ao seu público, despertando, ou não, atração ao leitor. Para Sonzogni (2011, p. 12), a capa de um livro tem como propósito cativar leitores potenciais, instigando-os a descobrir mais sobre a obra; conforme as palavras do autor “[...] *any book cover is designed to [...] draw the attention of potential readers and persuade them to find out more about the book*”. Assim, pode-se dizer que as obras literárias cercam-se de elementos que determinam seu público leitor; os elementos paratextuais impactam sobre os leitores, seja como um atrativo comercial ou no que diz respeito às expectativas que causam em relação à história em si.

Nessa direção, Sonzogni (2011, p. 15) afirma,

Essentially, a book cover Works as an advertisement that uses primarily visual means to attract attention to the text and to convey the minimum of essential information (title and author) and possibly other information (publisher’s name, advertising copy, blurbs, etc.). If it is effective, the potential reader will pick up the book and turn it over to read the information provided on the back cover or start reading the first pages and ultimately buy the book.

Essas informações, contidas nas capas dos livros e que podem ser transmitidas ao leitor potencial, estão estreitamente relacionadas à construção de sentido do texto.

3.1 Capa e a construção de sentido do conteúdo literário

Partindo da premissa de Powers (2011), a capa de um livro é “uma espécie de janela para um mundo interior”, no sentido de antecipar o conteúdo textual, seja por sua linguagem pictorial ou escrita, promovendo uma reflexão em termos da função estratégica que a mesma desempenha. Sonzogni (2011, p. 15) sustenta essa mesma ideia ao afirmar que a capa ocupa uma posição estratégica em termos de comunicação. Acredita-se que essa função conduz uma interação entre a capa e o público, sendo que esse público não se limita ao leitor, podendo ser o livreiro ou qualquer outro comprador

sem ter a intenção de ler o livro. Todavia, o enfoque em capas comunicativas é muito recente.

Sonzogni (2011, p. 15-16), com base em Barthes (1977), defende que a capa implica dois tipos de interação: (i) entre o texto e a imagem e (ii) entre o texto e o leitor. No que tange à primeira, há duas formas de verificar a relação existente, são elas:

- a) a imagem ilustra o texto e
- b) o texto pressupõe a imagem, pautando-se em uma cultura, moral e imaginação.

Já a relação texto e leitor pode se dar por meio de

- a) um texto acadêmico ou técnico que transmite fatos e que o apelo da capa para o leitor se dá suficientemente pelo nome do autor, o título e a editora;
- b) um texto mais geral, onde o provável leitor espera ter um certo conhecimento a respeito do mesmo; e
- c) uma situação relativamente rara, onde a o leitor não tem ideia sobre o que o texto trata e nem mesmo sobre o autor.

Conforme Sonzogni (2011, p. 16) defende, a capa de um livro tem a função de (i) fornecer informação visual que permita os potenciais leitores a escolher entre fazer a leitura do livro ou descartá-lo; (ii) informar o leitor sobre o texto, mostrando o título e o autor e ainda sintetizando o texto por meio de imagens e palavras; e (iii) lembrar o leitor sobre o que ele já sabe a respeito do texto.

Nessa mesma direção, Weedon (2007, p. 117) diz:

Book covers can be seen as a doorway through which we glimpse the text. The illustrated font is an advertisement and a tease, partially revealing, partially concealing the content. It is the threshold between the public commercial arena where the book is for sale and the more intimate world of the text where the author speaks to us alone. In the bookshop or the library it is a place of negotiation and decision. The cover dallies with us – should we open the book? Should we take it and own it? Will it give us the enjoyment we seek?

O leitor, antes de iniciar qualquer contato com a narrativa, tende a estabelecer uma relação com a obra por meio do impacto que se estabelece com a capa, fazendo sua leitura. Reforçando, a capa, elemento peritextual, desempenha um papel importante em relação à construção de sentido, uma vez que antecipa, de certa forma, o conteúdo literário – porém, nem sempre foi assim.

Conforme Barros e Panozzo (2014),

O livro [...] inicialmente não tinha capa. A ausência dessa parte, cuja finalidade inicial era guardar e proteger o miolo como também identificar a autoria, estava relacionada ao barateamento do livro, assim como ao desejo de o proprietário colocar a capa de acordo com as suas possibilidades financeiras e, ainda, com outras capas, de modo a formar coleções que adornavam ambientes. Atualmente, além de proteger o miolo, a capa também anuncia o conteúdo interno do exemplar.

Ainda de acordo com Barros e Panozzo (2014),

Uma capa de livro ou de periódico funciona como uma vitrine que exhibe seu produto e que busca capturar a atenção externa para si, além de gerar no público o desejo de explorar aquilo que está guardado em seu interior. Essa vitrine dá visibilidade ao produto cultural e constitui um regime de

visibilidade cujo discurso organiza um conjunto a ser analisado em seus efeitos de sentido.

Chartier (1998, p. 77) diz que “a leitura é sempre apropriação, invenção, produção de significados” e, por esta razão, acredita-se que a construção de sentido do conteúdo literário não se limita apenas ao conteúdo interno do livro, à narrativa propriamente dita. A construção de sentido se dá de maneiras diversas, assumindo formas diferentes em diferentes tempos e espaços e entre grupos sociais distintos, tomando como base as leituras prévias e demais experiências de mundo de cada leitor. Além disso, conforme Chartier (2001, p. 78), os atos de leitura, a maneira de se ler, dão aos textos significações plurais e móveis.

3.2 *A capa no mercado editorial em diferentes tempos e espaços: a era Vitoriana e os dias de hoje*

Como se sabe, a Revolução Industrial do século XIX promoveu mudanças diversas – em termos sociais, econômicos, culturais e tecnológicos –, atingindo também o mercado editorial. Nesse tempo de progresso e diversidade, as publicações jornalísticas atraíam o público leitor, que almejavam estar atentos aos novos acontecimentos, o que, de certa forma, contribuiu para a leitura em massa. Contudo, em Dickens (2011a) defende-se que

o crescimento da imprensa nessa época não se deve apenas a [curiosidade por notícias]: o folhetim (formato no qual foi originalmente publicado Um conto de Natal) teve papel fundamental na fixação deste hábito de leitura. O livro era um artigo de luxo, que apenas cidadãos ricos podiam adquirir. Mas o jornal era barato e trazia sempre um romance-folhetim (uma história publicada em capítulos – geralmente semanais ou mensais – e às vezes ilustrada por desenhos).

Segundo Lyons (1999, p. 165), no mundo ocidental, o século XIX foi marcado pela alfabetização em massa do público leitor – em especial a Inglaterra, que concentrava uma taxa elevada de pessoas alfabetizadas, não tanto no campo quanto na cidade. Na Europa, nesse mesmo período, também houve a expansão da educação primária, contribuindo para o crescimento do público leitor infantil (p. 176). Foi também no século XIX, no seu primeiro período, que os romances baratos se consolidaram (p. 166). Lyons (1999, p. 166) afirma que nos primeiros anos do século XIX, um romance não ultrapassava uma tiragem superior a mil e quinhentas cópias, já na década de 1840, tiragens de cinco mil cópias eram mais comuns. Manguel (2004) diz: “Em toda Europa, o século XIX foi a idade de ouro da leitura pelos autores. Na Inglaterra, a estrela foi Charles Dickens”.

No que diz respeito ao conto de Natal, *A Christmas Carol*, o sucesso foi imediato, vendendo mais de seis mil cópias⁵ na primeira semana do seu lançamento. Desde então as impressões nunca cessaram. Entretanto, apesar das vendas terem sido um sucesso, segundo Varese (2009), o custo de produção foi muito alto, não sobrando

⁵ “Seis mil cópias”, informação em:

<http://www.theguardian.com/books/booksblog/2009/dec/22/christmas-carol-flop-dickens>.

muito para o autor, uma vez que se tratava de um livro em formato pródigo, exigência do próprio escritor⁶.

Em relação à encadernação, de acordo com Powers (2011, p. 12), a indústria editorial sofreu mudanças significativas que começaram entre os anos de 1820 e 1830. Nesse período, os livros deixam de ser encadernados em couro e passam a ter encadernação em tecido, originalmente usando material de cortinas – tipo de acabamento que possibilitou produção em maior escala. Esse material permitia a aplicação de estampas, feitas por prensa. Normalmente os títulos eram estampados em ouro, tinta colorida, zinco ou bronze, em alto ou baixo-relevo.

Depois da década de 1830, em meados do período Vitoriano, conforme assegura Powers (2011, p. 16), haviam técnicas inovadoras de impressão colorida, normalmente utilizadas em um estilo de decoração abstrata, típico do senso estético da época, mais exploradas na edição de livros infantis de capa dura. Trata-se de um período em que se deu a mecanização da encadernação, que favoreceu o barateamento dos livros de capas duras. Contudo, foi só na década de 1890 que os desenhos originais de um artista passaram a ser impressos mecanicamente, ou seja, não era mais preciso um gravador para copiar os desenhos à mão.

Tão logo a duradoura atividade de xilogravura⁷, feita a partir das ilustrações originais do artista ou de projetos de capa, foi solapada pela nova técnica de gravação mecânica, na década de 1890, houve uma sensação de perda e nostalgia por um método que produzira tantas obras maravilhosas em períodos anteriores (POWERS, 2011, p. 22).

Na década de 1930, segundo Powers (2011, p. 39 – 40), houve um redespertar do texto e da ilustração, em que se pensava num texto integrado ao projeto da capa. Foi um período em que o processo de impressão litográfica⁸ era comumente utilizado, e, conforme Powers (2011, p. 40),

[p]ara simplificar o processo de impressão litográfica, o artista deveria criar seus próprios tipos – os da capa e muitas vezes também os do miolo. Isso ajudava a dar à obra uma qualidade íntima e informal, e assim o texto se tornava mais integrado ao projeto da capa.

Powers assegura (2011, p. 64, 66) que, após, período da Segunda Guerra Mundial, deu-se a escassez do papel ao mesmo tempo em que o número de leitores crescia. Isso gerou uma limitação no mercado editorial, o que levou os editores a reduzirem o formato e o volume dos livros, além do fato de precisarem se apoiar nas reimpressões de textos antigos. Essa mesma limitação desafiou designers a recuperarem

⁶ Conforme descrições observadas, inclusive por Varese (2009), as características do livro que o fizeram pródigo são: encadernação luxuosa estampada com letras douradas na capa e lombada; bordas douradas no papel; quatro páginas inteiras com gravuras coloridas à mão e quatro xilogravuras feitas por John Leech; título da sobrecapa impresso em vermelho e verde brilhante; e guardas coloridas à mão, em verde, para combinar com o título da página. Todavia, após examinar os primeiros impressos, Dickens exigiu que o verde do título das páginas fosse trocado por um verde-oliva e, além disso, percebeu que o verde das guardas ficava manchado e espanado quando tocado.

⁷ “Xilogravura” ou “xilografia” é a arte ou técnica de realizar gravuras (desenhos) em madeira.

⁸ Relativo à litografia, trata-se da arte de reproduzir pela impressão desenhos feitos com um corpo gorduroso em pedra calcária.

a alegria e a fantasia, em especial no que diz respeito aos livros produzidos para o público infantil.

Assim, o mercado editorial precisou se ajustar às condições sociais e econômicas da época e, logo, os livros foram tomando um aspecto ainda mais vívido. Conforme Enid Marx (19--? apud POWERS, 2011, p. 66),

O escalão superior da indústria editorial tornou-se consciente [...] de que podia obter ilustrações mais vívidas empregando artistas que trabalhassem com autolitografia⁹ e ao mesmo tempo tivessem a habilidade dos gráficos profissionais. Pois a litografia necessita não só da habilidade do artesão, como também da do impressor.

Com o tempo, principalmente a partir da década de 1970, conforme Powers (2011, p. 101) defende, houve uma forte pressão sobre a indústria editorial em termos de produção de livros em coedições internacionais, o que proporcionaria um custo menor de produção, já que o mesmo conjunto de chapas de cores seria utilizado em edições de idiomas variados.

Assim, Powers (2011, p. 101) afirma que a nova estrutura econômica da indústria editorial foi se transformando e, nesse processo, deixou de publicar, necessariamente, a primeira edição de uma obra em capa dura, como era de praxe. Além disso, foi inevitável a perda da qualidade das cores intensas das ilustrações, obtidas pelo trabalho realizado pelas mãos dos artesãos, com a impressão de alta velocidade. Nesse ideal de diminuir os custos de produção também se deu a revolução digital – na década de 1990 –, afetando os mais variados meios de comunicação e, como diz Powers (2011, p. 122), acelerando as tendências à globalização e ao crescimento econômico.

Em muito pouco tempo, passa-se a viver em um mundo emergencista e à mercê do capitalismo. Nesse mundo, ao que tudo indica e de acordo com o que Powers (2011, p. 128) defende, a capa tem um papel decisivo para o sucesso comercial de um livro – sabe-se que esse fato não é generalizado, porém salvam-se a ele poucas exceções.

A capa parece ser de forte valia na dimensão comercial de um livro, pois além de seu caráter informativo e decorativo, ela tem caráter apelativo – motivo que leva, cada vez mais, as editoras a planejarem cuidadosamente o projeto gráfico e estrutural da capa, além de interligarem os elementos gráficos à narrativa. Atualmente, vive-se no mundo da comunicação visual, onde os livros, muitas vezes, são produzidos e publicados para coedições internacionais, e, por esta razão, parece que sua apresentação visual é decisiva para que haja sucesso na comercialização.

Como se pode perceber, há diversos aspectos periféricos à narrativa em si. Esses aspectos envolvem elementos peritextuais, incluindo a capa, e motivam a presente investigação.

4. A leitura das capas

⁹ Termo não encontrado no dicionário da língua portuguesa. Em inglês é dito “*autolithography*”, sendo definido como “*the art or process of making facsimiles by transfer-lithography, in which a drawing, writing, etc., is transferred from paper to stone (or occasionally metal or plastic) for printing*”.

REFERÊNCIA

Nesta seção, pretende-se fazer a leitura de algumas das capas da obra *A Christmas Carol*. Para isso, faz-se uma descrição-analítica sob o olhar da História dos Livros. A escolha das capas deve-se a alguns critérios estabelecidos, que foram apresentados previamente, na introdução deste artigo. Tendo feito a escolha das capas para análise, realiza-se a extração da imagem das mesmas através do Website de suas respectivas editoras, já que não há permissão pela Amazon.com. Essas imagens, por sua vez, são demonstradas na Figura 2, 3, 4, 5, 6 e 7, apresentadas ainda nesta seção.

Porém, antes de se iniciar a descrição-analítica das seis capas selecionadas, verifica-se a capa do livro original, publicado em 1843 pela Chapman & Hall. A capa original pode ser visualizada na Figura 1.

Fonte: <http://bit.ly/1AG3Pil>

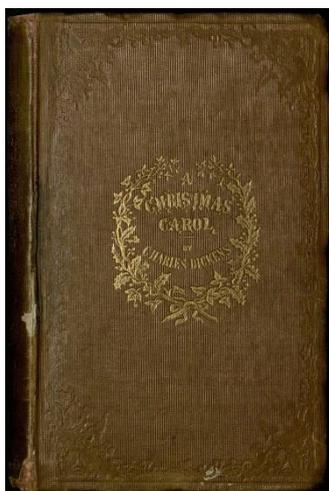


Figura 1 – Capa do livro *A Christmas Carol*, publicado em 1843 pela Chapman & Hall (Londres, Reino Unido)

De um tecido marrom com nervuras verticais, encadernação notoriamente frágil e de material barato (se comparado ao couro utilizado em décadas anteriores), essa capa é típica do século XIX. A imagem acima, apresentada na Figura 1, é a fotocópia da capa de um livro original que se encontra na John J. Burns Library¹⁰. Segundo Ernst¹¹ (2014), as bordas têm a impressão incolor e em relevo, representando azevinho e hera. Já a lombada e a capa da frente, ostentam o título e o nome do autor em ouro, cercado por guirlandas de azevinho.

Essas características mencionadas acima não representam as técnicas inovadoras de impressão colorida que surgiram a partir de 1830, destacadas por Powers (2011, p. 16), que, por sua vez, eram mais exploradas na edição de livros infantis. A capa de *A Christmas Carol*, publicação de 1843, um livro para ser lido por toda a família, tem traços bem característicos do tipo de encadernação que começa a ser feita entre 1820 e 1830. Neste período, conforme Powers (2011, p. 12), os livros eram encadernados em

¹⁰ A “John J. Burns Library” pertence a Boston College (Massachusetts – EUA).

¹¹ Rachel Ernst é estudante assistente da sala de leitura da Burns Library e estudante Ph.D. do Departamento de Inglês da Boston College.

tecido e tinham a gravação de estampas feitas por prensa, tipicamente em ouro e em relevo.

É fato que Dickens teve seu livro publicado em uma edição moderna, considerada requintada para a época. Essa primeira edição alcançou o público mais favorecido financeiramente. Contudo, para alastrar-se entre leitores de renda mais modesta, reedições foram feitas, alcançando sua leitura em massa. Lohse (p. 12) defende:

The cost of the book was a complaint regarding the first printing of *A Christmas Carol*, which Dickens initially had printed in a fine binding that created an expensive price tag. The contradiction between the cost and the message was obvious, especially to Dickens, who did not make as much money from it as he would have liked. Later editions of the book were constructed with the budget of modest households in mind. The resultant lower cost granted average readers access to the tale, and allowed it to reach the wide audience that would ensure its immortality.

Uma outra questão que chama a atenção sobre a capa da Figura 1 é o uso de hera e azevinho. Ambos são elementos que simbolizam o amor e a esperança e ainda hoje são utilizados em decorações natalinas. Neste sentido, percebe-se que há uma interação entre o texto, a narrativa em si, e sua capa, ou seja, a capa é “uma espécie de janela para um mundo interior” (POWERS, 2011).

Tendo feito tais considerações, avança-se para a leitura e discussão de outras capas do mesmo conto, de edições publicadas no ano de 2015 – três delas para o público-leitor adulto e outras três para o público-leitor infantojuvenil.

Dentre as capas classificadas para o público adulto, as selecionadas para análise/discussão são:

Fonte:

<https://wwwcreatespace.com/5899661>

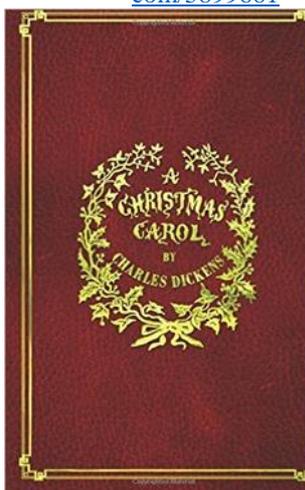


Figura 2 – Editora CreateSpace Independent Publishing Platform (Novembro, 2015)

Fonte:

<http://www.chroniclebooks.com/catalogsearch/result/?q=a+christmas+carol>

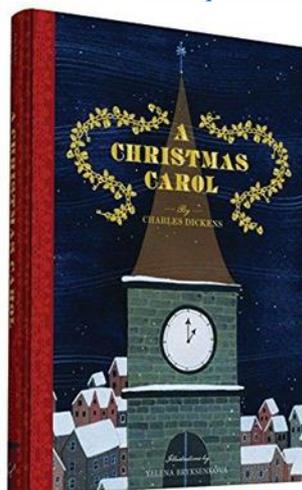


Figura 3 – Editora Chronicle Books (Setembro, 2015)

Fonte:

<https://wwwcreatespace.com/5580663>

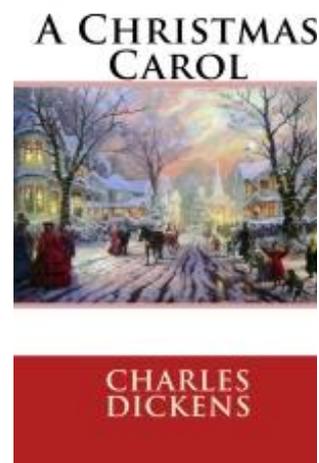


Figura 4 – Editora CreateSpace Independent Publishing Platform (Junho, 2015)

No que diz respeito à Figura 2, percebe-se que se trata de uma edição que busca reproduzir os traços mais marcantes da capa original. Uma edição da CreateSpace Independent Publishing Platform, publicada em novembro de 2015, cujo livro é constituído por capa dura e traços clássicos do período Vitoriano. Obviamente o material da capa não é tecido, mas com certeza um material muito mais resistente e de boa durabilidade, aspecto indispensável e que agrega valor à comercialização da obra atualmente. Suas características clássicas, que remontam à obra original, estão estreitamente relacionadas ao conteúdo interno do livro, que, conforme apresentação feita pela Amazon.com, trata-se de uma edição que inclui as ilustrações originais, em preto e branco, de John Leech, procurando fazer com que o leitor sintá-se lendo a primeira publicação da obra de Dickens.

Sendo assim, corrobora-se com a investigação teórica e é possível afirmar que o livro não se faz livro só pela narrativa que o constitui, mas pela história que ele carrega. Sua capa com traços clássicos impacta sobre o leitor, causa expectativas em relação à obra original e pressupõe um leitor maduro, que sabe o que está por vir. Também vale mencionar que a página comercial da Amazon.com contém diversos comentários a respeito do livro, tanto do público leitor quanto do público editorial, que, de modo geral, demonstram profunda admiração pela edição.

A segunda imagem, Figura 3, publicação da Chronicle Books, em setembro de 2015, também foi produzida em capa dura. Nessa edição, ilustrada e de luxo, a ilustradora contemporânea Yelena Bryksenkova, remonta ao Natal vitoriano, o Natal que Dickens estimava. Contudo, não fica clara a proposta comercial dessa edição. O livro é muito belo, mas seria o suposto leitor, adulto e não conhecedor de Dickens ou do conto, atraído à leitura por influência da capa? O design gráfico e estrutura da capa realmente pressupõem um leitor adulto? As informações contidas na capa estão relacionadas à construção de sentido do texto?

Essas e outras perguntas conduzem a uma última: Qual é a real função dessa capa? Infelizmente não se sabe muito a seu respeito, nem mesmo se sabe sobre a opinião do público leitor e muito pouco do público editorial. A página comercial da Amazon.com conta com apenas um comentário, de Victorian Homes Magazine, que diz:

Bryksenkova's illustrations add a dash of whimsy to the novella, but also serve to underscore the darkness inherent in the story.... Yet her art isn't all doom and gloom. Bryksenkova's pictures capture the delicate beauty of Christmastime with muted colors interrupted by pops of vivid reds and greens.... It isn't just Bryksenkova's illustrations that lend this version of A Christmas Carol its renewed charm. The use of the text--which alternates vastly in size--to highlight different portions of the story, such as the introduction of Ignorance and Want by the Ghost of Christmas Present, makes certain scenes even more impactful. In fact, the way the text and images intermingle is the best part of this version of A Christmas Carol.

Com relação à Figura 4, tem-se uma capa do tipo brochura. Uma edição muito mais simples, que, de acordo com a Amazon.com, tem mais de mil comentários, dentre o público editorial e leitor, recebendo um ótimo conceito. Essa publicação da editora CreateSpace Independent Publishing Platform, de junho de 2015, parece desempenhar dupla funcionalidade: ao mesmo tempo em que a capa informa os dados mais essenciais da obra, autor e título, ela remete o leitor, talvez leigo, ao mundo interior da obra através

da imagem. A imagem da capa não remonta à estética clássica, mas sim a um tempo e espaço histórico específico – o que é possível perceber pelos trajes, pela neve, etc. -, qual seja, a Europa no século XIX. Além disso, a figura ilustrativa da capa faz referência ao período natalino, e, pelas luzes das casas e a exposição das pessoas que nela estão, é como se fosse possível ver o “espírito do Natal”.

Pelo que se pode notar e na mesma direção do arcabouço teórico deste estudo, a capa é um artefato que pode ser utilizado como um atrativo, influenciando o potencial leitor. Dependendo da função estratégica que se almeja, a capa pode estar estreitamente relacionada à construção de sentido do texto. Dessa forma, verifica-se em que medida essas questões são exploradas quando visado ao público infantojuvenil.

Abaixo retratam-se as três capas escolhidas para análise, destinadas ao público mais jovem.

Fonte:
<http://www.thecreativecompany.us/creative-editions/newtitles/a-christmas-carol-1940.html>

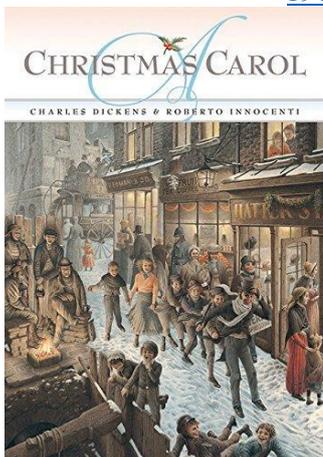


Figura 5: Editora Creative Editions (Setembro, 2015)

Fonte:
<http://www.palazzoeditions.com/books/list/childrens-books>

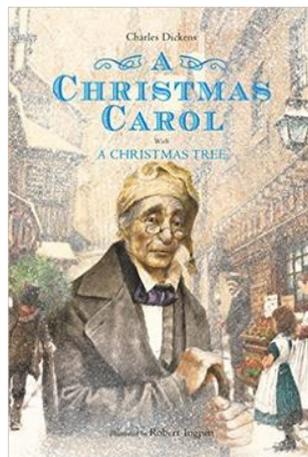


Figura 6: Editora Palazzo Editions (Outubro, 2015)

Fonte:
<http://imthestory.com/product/a-christmas-carol/>



Figura 7: Editora ImTheStory (Outubro, 2015)

As três imagens acima representam as capas duras de edições distintas da obra *A Christmas Carol*. A capa da Figura 5 é ilustrada por Roberto Innocenti e publicada em setembro de 2015 pela Creative Editions. No que se pode observar, a ilustração não remete, necessariamente, ao período natalino. Entretanto, faz forte referência a um determinado período do século XIX na Europa. A imagem contrasta simplicidade e elegância, assim como sobriedade e nostalgia – um retrato social que Dickens fez questão de explorar na sua literatura.

No que diz respeito à Figura 6, imagem que retrata a capa dura da reimpressão publicada em outubro de 2015 pela Palazzo Editions, chama a atenção do potencial leitor o olhar misterioso do homem em destaque. A ilustração remonta ao inverno europeu no século XIX, mas não necessariamente ao período natalino. Assim como na Figura 5, o título é o maior indicador de que a narrativa trata do Natal. Nesse sentido, nota-se que a relação entre imagem e narrativa que conduz à construção de sentido, não

depende dos elementos da capa *in isolation*; a construção de sentido se dá pela integração do todo. A capa desta obra tende a impactar sobre um público desconhecedor do famoso clássico, instigando o potencial leitor a querer saber mais sobre esse tom misterioso que permeia o conto natalino.

A última imagem, Figura 7, representa uma edição da ImTheStory, publicada em outubro de 2015. Design objetivo e ilustração que dispensa o colorido e diversos recursos gráficos normalmente verificados nas publicações modernas, traça elementos simbólicos que remontam ao Natal e à noção do clássico em si. Esta capa parece atrair um leitor já maduro, despertando curiosidade em relação a sua parte interna. Mas será que essa curiosidade se dá no público infantojuvenil?

Nesse processo de leitura das capas e a partir de estudos prévios sobre a História dos Livros, observaram-se algumas características mais específicas e outras mais gerais. A descrição dessas características permite confrontá-las com os dados levantados e apresentados nos pressupostos teóricos. Essa discussão se estende às considerações finais.

5. Considerações finais

Defende-se que a capa é um elemento periférico do livro de grande valia. Como se pôde averiguar, a capa exerce diversas funções: aproximar texto e imagem, aproximar texto e leitor, construir sentido do texto, despertar conhecimentos prévios, proteger o miolo do livro, atrair o leitor, entre outras. Contudo, o impacto que cada capa causa sobre o potencial leitor, ou qualquer outro público destinatário, se dá de forma variada. Existe uma relação capa-leitor que se estabelece desde o primeiro contato visual e/ou toque, que parece ser provocada por uma estratégia utilizada pelo mercado editorial responsável.

Por trás de estratégias desse tipo, que almejam atrair o público leitor, há uma questão em especial que é normalmente lembrada: a capa de um livro é “uma espécie de janela para um mundo interior” (POWERS, 2011). Em outras palavras, o que se quer dizer é que a interação entre a narrativa e a capa do livro promove a interação entre a capa e o público; esse público é conduzido ao texto, interior do livro, levando consigo as expectativas causadas pela capa. Vale salientar que, quando se diz “capa”, refere-se a todos os elementos e aspectos que a constituem, como a sua estrutura, material, design gráfico, texto informativo, tipo de impressão, etc.

Considerando as capas analisadas, observo que toda a análise se trata de uma simulação, uma vez que se acredita que a interpretação ocorre a partir de um sistema inferencial – os sujeitos constroem hipóteses através da percepção, da decodificação linguística e não linguística, das deduções e do conhecimento enciclopédico. Portanto, na presente simulação de análise, percebe-se a forte preocupação editorial para com a interação texto-imagem e texto-leitor. Além desses dois aspectos relevantes, também se destaca o tipo de material utilizado para a produção do livro. Na era Vitoriana os recursos editoriais eram um tanto limitados, e, por essa razão, a maioria das capas dos livros seguiam um determinado padrão. Atualmente, o mercado editorial dá conta de fornecer suporte às mais incríveis criações, produzindo capas em vários estilos, formatos e qualidade, estendendo-se a toda massa leitora.

O que ocorre é que, de modo geral, são os elementos paratextuais do livro que atraem e determinam o seu público. Conforme aporte teórico, a capa tem caráter

mutável e se adequa ao contexto social, econômico, político e cultural em que se insere. Por esta razão, a maioria das obras publicadas no século anterior apresentam características distintas às mais modernas. No entanto, no caso da obra *A Christmas Carol*, sua narrativa vem sendo, muitas vezes, reimpressa sem que haja, necessariamente, adaptações. Porém, entre as tantas publicações atuais, o paratexto é explorado, resultando em produções distintas, mesmo que a narrativa se mantenha original. Ao que tudo indica, pensar nos elementos periféricos que constituem uma obra determina seu sucesso no mercado. Tal fato é evidenciado na revisão da literatura quando se defende que, entrelaçado ao sucesso do conto de Dickens, decorrem uma primeira publicação mais sofisticada e uma outra mais simples, que levaram ao alcance de diferentes classes sociais no período Vitoriano, promovendo sua leitura em massa.

No que diz respeito às atuais edições do conto natalino, a maioria delas remonta às características do clássico original. Das seis publicações de 2015 analisadas, cinco são edições em capa dura. Além disso, três delas fazem uso da simbologia natalina – azevinho, hera, guirlandas – representada ainda na capa da primeira publicação da obra.

As publicações atuais do famoso conto de Natal de Dickens, em termos de *design* gráfico, aproveitam os traços da estética clássica, pressupondo leitores maduros e de gosto sofisticado, indiferentemente da idade do público alvo, seja adulto ou infantojuvenil –, como é o caso das capas representadas pela Figura 2, 3 e 7.

Para o leitor adulto mais modesto, a capa ilustrada na Figura 4 parece ser a ideal – material de custo mais baixo. A capa da Figura 4 pode atrair tanto um leitor conhecedor do clássico quanto um desconhecedor, já que a integração entre texto escrito e pictorial, que constituem a capa, promove a interação entre imagem e texto. Essa interação, consequência de uma construção simultânea, reforça o caráter narrativo da obra.

Por fim, salienta-se que as estratégias utilizadas para o desenvolvimento das capas não dependem necessariamente da qualidade estética, mas sim da soma de vários fatores relacionados ao contexto geral em que se dá a produção e em que a obra é inserida. A capa, na complexidade de todos os seus elementos, faz com o leitor reviva tudo o que já sabe a respeito do texto. É por meio do contato com a capa que o conhecimento de mundo, conhecimento prévio, é ativado na memória do leitor. Esse é um dos motivos que motiva a afirmação de que a capa está estreitamente relacionada à construção de sentido do texto, tornando-se, por vezes, indispensável para que se faça uma leitura proveitosa.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, R. Image, music, text. In: HEATH, S. (Ed.). *The photography message*. New York: Hill, 1977.
- CHARTIER, Roger. Do livro à leitura. In: *Práticas da leitura*. Tradução de Cristiane Nascimento. 2. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2001 (1985), p. 77 – 105.
- _____. O leitor: entre limitações e liberdade. In: *A Aventura do livro: do leitor ao navegador*. Tradução de Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora UNESP, 1998 (1945).
- DARNTON, Robert. *A questão dos livros: presente, passado e futuro*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

_____. Primeiros passos para uma história da leitura. In: O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

DICKENS, Charles. Um conto de Natal. Tradução de Ademilson Franchini e Carmen Seganfredo. Ilustrações de Eduardo Oliveira. Porto Alegre: L&PM, 2011a. Não paginado.

_____. A Christmas Carol: The Graphic Novel. Adaptação de Sean Michael Wilson. Boston: Heinle, 2011b.

GENETTE, Gérard. Paratextos Editoriais. Tradução de Álvaro Faleiros. Cotia/SP: Ateliê, 2009.

_____; MACLEAN, Marie. Introduction to the Paratext. In.: New Literary History, Vol. 22, No. 2. The Johns Hopkins University Press, 1991, p. 261 – 272.

LOHSE, Josh. Great Expectations: The Contemporary Reception of Charles Dickens's A Christmas Carol. In: KINSER, Brent E. (Ed.). Essays on Charles Dickens's a Christmas Carol. Cullowhee: Coulter Press, 2010.

MANGUEL, Alberto. Uma história da leitura. Tradução de Pedro Maia Soares. Companhia das Letras, 2004. [PDF]

PHILLIPS, Angus. How books are positioned in the market: reading the cover. In: MATTEWS, Nicole; MOODY, Nickianne (Eds.). Judging a book by its cover: fans, publishers, designers and the market of fiction. London: Ashgate, 2007, p. 19 – 30.

POWERS, Alan. Era uma vez uma capa: história ilustrada da literatura infantil. Tradução de Otacílio Nunes. São Paulo: Cosac Naify, 2011 (2008).

SONZOGNI, Marco. Re-Covered Rose: A case study in book cover design as intersemiotic translation. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 2011.

VARESE, Jon Michael. Why A Christmas Carol was a flop for Dickens. [online]. Disponível em <<http://www.theguardian.com/books/booksblog/2009/dec/22/christmas-carol-flop-dickens>>. Acesso em 12 de janeiro de 2016.

WEEDON, Alexis. In real life: book covers in the Internet bookstore. In: MATTEWS, Nicole; MOODY, Nickianne (Eds.). Judging a book by its cover: fans, publishers, designers and the market of fiction. London: Ashgate, 2007, p. 117 – 128.

XILOGRAFIA. Disponível em: <<http://www.dicio.com.br/xilogravura/>>. Acesso em: 14 jan. 2016.

LITOGRAFICO. Disponível em: <<http://www.dicio.com.br/xilogravura/>>. Acesso em: 14 jan. 2016.

AUTOLITHOGRAPHY. Disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/autolithography>>. Acesso em: 15 jan. 2016.