

Ana Ribeiro

Universidade do Minho-Centro de Estudos Humanísticos

Resumo:

Desenvolvida com a imprensa, a perigrafia foi conhecendo diversas formas ao longo dos tempos. Uma das mais recentes foi a cinta colocada à volta do livro. Após a contextualização e a caracterização desta prática, analisam-se neste trabalho várias cintas de obras literárias, com o objetivo de identificar os argumentos a que elas mais recorrem para promover a venda de livros e relacionar estas indicações com o funcionamento do campo literário.

Palabras chave:

Cinta, capa, peritexto, campo literário, *marketing*.

Abstract:

Developed by printing, perigraphy went through different stages throughout times. One of the most recent was the band wrapped around the book. After the contextualization and characterization of this practice, this work analyses several book bands of literary books in order to identify the arguments most used to promote book-selling and in order to relate these indications with the functioning of the literary field.

Key words:

Book band, book cover, peritext, literary field, marketing.

“O meu romance estava em algumas montras: uma capa branca, as letras grandes do título e as letras pequenas do meu nome. Todos os livros eram brancos e tinham na capa apenas as letras do título e do nome do autor.”

José Luís Peixoto, *Uma casa na escuridão*

1. Margens que não são marginais

Contrariamente ao que se poderia imaginar, o aparecimento da imprensa não ditou uma imediata alteração na aparência do livro. Como assinalam Febvre e Martin, “os primeiros incunábulo apresentam o mesmo aspeto dos manuscritos” (2000: 101).

Porém, se “o livro impresso é herdeiro do manuscrito” (Furtado 1995: 47), este legado é o ponto de partida para posteriores inovações graças às quais o livro saído da tipografia irá adquirir uma fisionomia própria. Também aqui não podemos contar com mutações súbitas, pois trata-se de um processo ao longo do qual ao texto escrito, entendido no sentido restrito de “une suite plus au moins longue d’énoncés verbaux plus au moins pourvus de signification” (Genette 1987: 7), se vão acrescentando várias camadas que configuram o livro como objeto e que vão influir na sua imagem e no seu sucesso comercial. Tais acréscimos servem de suporte a informações de natureza diversa sobre o texto, às quais vai ser atribuída relevância suficiente para o acompanharem. A atividade do autor vê-se assim complementada pela atuação de agentes que, como o editor, a imprensa põe em cena. Estamos, pois, no domínio daquilo que Genette (1987: 10) designa como peritexto e Compagnon (1979: 328) perigrafia, termos que, na sua diversidade, designam aqueles elementos que, nas margens do volume, fornecem indicações várias sobre o texto que enquadram. Para “cette zone du péritexte qui se trouve sous la responsabilité directe et principale (mais non exclusive) de l’éditeur, ou peut-être, plus abstraitement mais plus exactement, de l’*édition*”, o autor de *Seuils* propõe a designação de peritexto editorial. Em termos espaciais, esta categoria peritextual corresponde ao “péritexte le plus extérieur: la couverture, la page de titre et leurs annexes” (1987: 20).

Da mesma forma que “o texto manuscrito se dava a ler diretamente, praticamente sem mediações” (Babo 1993: 124), pois “A existência do título, como a nomeação do autor eram arbitrárias” (Babo 1993: 124), os primeiros textos impressos começam “no rosto da primeira folha, logo a seguir a uma breve fórmula na qual se indica, normalmente, o assunto da obra e, às vezes, o nome do seu autor” (Febvre / Martin 2000: 112). É no *colofon*, também ele “herdeiro dos antigos manuscritos” (Febvre / Martin 2000: 112), que, no final do volume, são revelados “o lugar da impressão, o nome do tipógrafo e, muitas vezes também, o título exato da obra e o nome do seu autor” (Febvre / Martin 2000: 112). Segundo Compagnon, “Le frontispice (nom, titre, portrait, etc) remplace au XVI^e siècle le colophon (*excipit et suscriptio* portant le nom du copiste) en tant que fiche d’identité du livre” (1979: 336). Esta função será posteriormente transferida para a página de rosto. Surgida inicialmente para zelar pela boa apresentação do livro (Febvre / Martin 2000: 114), a página de rosto apresenta desde 1530 um aspeto semelhante ao atual (Febvre / Martin 2000: 114). Ela inaugura, pois, o peritexto tal como hoje o conhecemos, e os elementos essenciais que encerra para a identificação da obra justificam a sua longevidade, mesmo se, no século XIX, “La couverture imprimée est venue la redoubler, ou la décharger de certaines de ses fonctions” (Genette 1987: 33).

Se não há livro sem folha de rosto, o mesmo não se poderá dizer de outros elementos que envolvem o texto propriamente dito. A dedicatória, a epígrafe, o

prefácio, o posfácio, as notas, os anexos, entre outros, são possíveis ocupantes deste espaço. A época, o autor, o género textual, a política editorial e mesmo a moda são fatores a ter em conta na variabilidade do seu uso. Destes enunciados, alguns deles, à semelhança da folha de rosto, resultam de inovações introduzidas pela imprensa (a epígrafe, por exemplo); outros, como a dedicatória ou o prefácio, têm uma pré-história anterior ao livro impresso, mas adquirem com ele uma nova dimensão, já que deixam de integrar o texto em si para, como sucede atualmente, passarem a ocupar um lugar específico na sua moldura. Sejam quais forem os elementos escolhidos para a integrar, é graças a eles que “Le text fait corps, il se ramasse, il se referme sur lui-même [...]. C’est un volume cerné, circonscrit par des limites stables qui empêchent les débordements, c’est un espace en équilibre, clos sur des frontières rigides et des instances de énonciation bien découpées (Compagnon 1979: 328). A estes efeitos associa ainda Compagnon (1979: 328) a autonomia do texto, a sua localização no intertexto e a sua recetibilidade, pois, como complementa Maria Augusta Babo, “[...] este espaço físico de acolhimento da escrita que o livro assume, transporta para a escrita uma rede comunicacional, uma estratégia discursiva, enunciativa, contextual, dialógica” (1993: 51). É o tal espaço de transição e de transação de que fala Genette, espaço esse que está “au service, bien ou mal compris et accompli, d’un meilleur accueil du texte et d’une lecture plus pertinente” (1987: 8). Ele delimita não só o texto fisicamente, mas também a sua abordagem: “Toda esta panóplia de enunciados [...], ao servir de acesso ao texto resguardado no seu interior, orienta também os modos de ler, determinados “protocolos de leitura”” (Babo 1993: 126).

Compagnon vai mais longe ao sugerir que estas cercanias entram em ação antes da leitura propriamente dita: “Son apparence [do livro] est essentielle. Telles des vitrines d’exposition, des épreuves ou des échantillons, ses avancées le font valoir [...]. Ce sont les rubriques d’une *dispositio* nouvelle qui permetent de juger le volume sans avoir à le lire ni à y pénétrer” (1979: 328). O peritexto não é, por conseguinte, um simples adereço. Como, para além de anteceder o texto também o antecipa, ele funciona como uma janela que franqueia um relance para o interior do volume. Esta observação e avaliação preliminares auxiliam a decisão relativa ao consumo do livro. A comparação com outras formas de promoção de produtos sublinha precisamente a função publicitária que compete ao peritexto. Todo ele, à semelhança do que dizia Furetière sobre o título, “est le vrai proxénète d’un livre” (*apud* Genette 1987: 87), não estando desligado do sucesso ou insucesso económico da obra que acompanha. A este respeito, deve-se referir que a visão comercial do livro não é uma invenção recente, pois “Desde as suas origens, a imprensa apareceu como uma indústria regida pelas mesmas leis que as outras indústrias e o livro como uma mercadoria que os homens fabricavam antes de tudo para ganhar o pão”

(Febvre / Martin 2000: 153). Por isso, como assinala Furtado, “A imprensa teve consequências inovadoras e imprevistas: criou o *público*” (1995: 56), feito que a reprodução manuscrita, pelas suas características, não pôde realizar. Ora, num interessante paralelo estabelecido por Babo entre o quadro e o livro, esta autora considera que “A comercialização, objectualizando tanto um como outro, está por detrás da tendência crescente para o esmero dos enquadramentos” (1993: 34). Esta associação torna patente que a íntima ligação entre imprensa e peritexto não decorre apenas das possibilidades técnicas introduzidas pela primeira, mas também da criação do mercado livreiro que ela igualmente propicia, mercado esse que, ao interferir na criação dos bens que nele circulam, não pode deixar de integrar, na formulação de Itamar Even-Zohar (1990: 29-48), o “sistema literário”.

Alimentada pela invenção de Gutenberg, a prática peritextual demorará pouco mais de um século a instituir-se. Nas palavras de Compagnon, foi “l’âge classique qui codifia la périgraphie” (1979: 328). Também Febvre e Martin sublinham a estabilidade atingida neste setor: “o seu aspeto [do livro] variou durante quase um século antes de se ter chegado, em meados do século XVI¹, a dar-lhe, à exceção de alguns pormenores, a apresentação que ainda hoje é a sua” (2000: 103). Embora sem a vitalidade que caracterizou os seus primeiros tempos, o peritexto não deixará de refletir os desafios decorrentes de novos tempos e novas realidades. Os referidos “alguns pormenores” renovam e enriquecem uma área que, sem deixar de ser essencial na configuração do livro, escapa à petrificação numa fórmula única e definitiva. Apesar de não podermos falar de alterações profundas nos últimos três séculos, o peritexto não deixa de exibir a variabilidade que Genette atribui ao paratexto, ou não fosse aquele um subdomínio deste²: “Les voies et les moyens du paratexte se modifient sans cesse selon les époques, les cultures, les genres, les auteurs, les œuvres, les éditions d’une même œuvre” (1987: 9).

Deste modo, ele não poderia ficar indiferente às alterações surgidas no mundo do volume impresso nos finais do século XVIII, época em que se desencadeia/ pré-figura o processo que irá conduzir à situação atual do livro. Por esta altura, devido a melhoramentos técnicos, às “necessidades reais e simbólicas de uma burguesia definitivamente instalada” (Furtado 1995: 54), à alfabetização crescente, “mais material impresso fica acessível a um público cada vez maior” (Furtado 1995: 56),

1 Para Compagnon (1979: 349), a perigrafia torna-se de lei a partir do século XVII.

2 O autor francês define o paratexto como “ce par quoi un texte se fait livre et se propose comme tel à ses lecteurs, et plus généralement au public” (Genette 1987: 7). Corresponde a “un ensemble hétéroclite de pratiques et de discours de toutes sortes et de tous âges” (Genette 1987: 8) que atuam em nome “d’une communauté d’intérêt, ou convergence d’effets” (Genette 1987: 8).

confirmando o livro como “o primeiro média com carácter moderno” (Babo 1993: 128). Esta “segunda revolução do livro” (mais uma...), a da massificação e industrialização” (Furtado 1995: 56), veio intensificar o olhar económico sobre o livro, objeto que, no entanto, possui uma natureza peculiar. Por um lado, “sendo um suporte, é infinitamente reproduzível e, portanto, um bem económico; mas sendo suporte de um texto escrito por um autor, é uma criação cultural” (Furtado 1995: 64). Os direitos de autor, assim como o contexto oitocentista francês analisado por Bourdieu em *As regras da arte* (1996) para fundamentar a sua teoria da autonomia do campo literário, espelham precisamente o carácter dual deste produto. Por outro lado,

mesmo do ponto de vista económico, [o livro] apresenta algumas particularidades de monta. Com efeito, o número de produtos diferentes oferecidos ao consumidor é elevadíssimo, a sua produção é simultaneamente estável (há muitos livros explorados comercialmente anos e anos) e mutável (a sua velocidade de rotação tornou-se enorme), e o próprio produto é infinitamente diversificado do ponto de vista do preço, dos processos comerciais e dos conteúdos (Furtado 1995: 63).

Acresce ainda que também na utilidade o livro se distingue de outros objetos. A este propósito, Furtado cita Lallement, para quem “é “a fraca funcionalidade do livro que faz com que não se possa saber *a priori* se uma determinada obra corresponde ou não ao que o leitor espera” (1995: 66). Além disso, “A ausência de informação sobre a qualidade é uma característica essencial do livro” (Furtado 1995: 66), tanto mais que, neste domínio, nem sequer há “critérios de qualidade objetivamente identificáveis” (Furtado 1995: 66) que facilitem a escolha ao consumidor. São argumentos como estes que demonstram que “existem limites evidentes para a análise económica do livro. Esses limites devem-se à irredutibilidade do texto às categorias económicas habituais” (Furtado 1995: 67).

Estas restrições não estão desligadas de “fenómenos recentes, quer ao nível da produção, como as concentrações, quer ao nível da comercialização, como o papel das grandes superfícies” (Furtado 1995: 71). Por outro lado, tais particularidades não se têm traduzido numa diminuição da atividade editorial, bem pelo contrário. Na sua atuação, “os editores desmultiplicam-se em receitas para conseguir *best-sellers*, recorrem a estudos de mercado e, sobretudo, lançam cada vez mais títulos” (Furtado 1995: 79). Em Portugal, de acordo com Paulo Teixeira Pinto (s/d: 2), presidente da Associação Portuguesa de Editores e Livreiros, são publicados 15 000 títulos anualmente, correspondentes a uma média de 40 novidades diárias. Devido a esta avalanche, como reconhece Zeferino Coelho, responsável editorial da Caminho, “The book life cycle is

very short, no more than three months and of [*sic*] the book works, when it is a bestseller, otherwise, it is returned to publishers” (Rendeiro 2010: 343). Tendo o libro, enquanto objeto de transacción, uma esperanza de vida tão curta, o *marketing*, com campañas promocionais e, em alguns casos, ampla difusión mediática, torna-se cada vez mais un aliado imprescindível. Através destas estratégias, contornam-se as especificidades económicas do libro, equiparando-o a qualquer outro bem de consumo, ou seja, “el libro como bien cultural (o valor de uso) cede paso a otra concepción, que es la del libro como mercancía (o valor de cambio)” (Vinãs Piquer 2009: 83).

Se atendermos “al papel del consumo moderno en la interpretación de la realidad que tienen los miembros de la llamada sociedad de consumo” (Even-Zohar 1999: 181), percebemos a relevância do mercado no sucesso da execución da planificación cultural, a qual consiste num “modo de crear nuevas opciones en un repertorio” (Even-Zohar 1999: 166) por parte dos detentores do poder ou dos seus adversários. Tal actividade, destina-se, segundo o investigador israelita que vimos referindo, a asegurar “cohesión sociosemiótica a una entidad real o potencial mediante la creación de un espíritu de afiliación entre aquellos que se adhieren al repertorio introducido” (Even-Zohar 1999: 169). Indispensável às “entidades colectivas de cualquier dimensión” (Even-Zohar 1999: 161), a planificación cultural existe pelo menos desde a antiga Mesopotâmia, mas “fue adquiriendo mayor intensidad e ímpetu en las sociedades occidentales desde finales del siglo XVIII, sobre todo en las grandes entidades sociales” (Even-Zohar 1999: 161), facto que não por acaso coincide com o arranque da já mencionada industrialización do libro.

Num mercado económica e ideologicamente concorrencial, o uso de produtos culturais no proceso de (re)configuração dos repertórios “exige por tanto capacidad de venta, propaganda y publicidad” (Even-Zohar 1999: 180). Neste contexto, não podemos esquecer a función promocional que também compete ao peritexto, assinalada por Compagnon, como vimos acima, ao comparar o vestibulo de um libro às montras, como se “*Au lieu d’être vendu, le livre se vend lui-même*” (Baetens 1983: 69). Em tempos em que “los grupos de poder que producen mercancías construyen sus estrategias persuasivas con el objeto de organizar un consenso sobre sus productos, de imponer sus propias definiciones de la realidad y de interiorizar en los imaginarios sociales sus propios modelos culturales a través del discurso retórico de la publicidad” (Fouces González s/d: 2), a presentación do libro não deixará de apresentar novos recursos que contribúan para estimular o seu consumo e favorecer a inculcação de un determinado repertório.

2. A capa, a última fronteira?

Entre as diversas componentes do libro, a capa tem un lugar primordial. Por un lado, é ela o primeiro elemento do libro e, como tal, oferece-se directamente ao olhar do público. Por outro, independentemente da profusão de información que nela posamos encontrar, os datos esenciais para a identificación do exemplar têm nela presenza obrigatoria, como em tempos sucedeu com a páxina de rosto. Non quer isto dizer que, na época em que a identificación do libro competía á páxina de rosto, non houvesse capa, mas, como nota Genette, “A l’âge classique, les livres se présentaient sous reliure de cuir muette, à part l’indication sommaire du titre et parfois du nom d’auteur, qui figurait au dos” (1987: 26). Porém, “enquanto aumenta o número de libros impresos e estes se dirixen a un público cada vez máis vasto, as encadernacións simples perdem pouco a pouco a súa beleza e a súa solidez” (Febvre / Martin 2000: 151). Non sorprende por iso que a capa, tal como hoxe a coñecemos, seja unha creación do século XIX (Genette 1987: 26) e que, “Une fois découvertes les ressources de la couverture, il semble que l’on en ait très vite entrepris l’exploitation” (Genette 1987: 27). Nos nosos días, capas como a descrita na epígrafe son moito raras, pois, cumulativamente ou non, elas son preenchidas con “indications verbales, numériques ou iconographiques” (Genette 1987: 27). Alémsí, continuando a tendencia de acrescentar camadas ao libro, surgiu o que Genette considera ser os “annexes de la couverture” (1987: 30), isto é, a sobrecapa e a cinta ou banda. Ambas desempeñan unha función promocional, polo que, para alémsí de a coocorréncia das dúas normalmente non se verificar, o lector pode eliminá-las despois de adquirir o seu exemplar.

Mais unha vez, a evolución tanto da prensa como do *marketing* está na orixe de novas versións da sobrecapa, como os sacos de gaze estampados con pequenas estrelas douradas ou pontinhos prateados que envólven os libros de Danielle Steel ou de Lesley Pearson. Tamén eles non só protexen a capa e identifican o libro, como, tanto polo material usado, como polo xogo de revelación/ocultamento, chamam a atención para o volume que encerran. Mesmo que, tal como a sobrecapa, o saco possa ser separado do resto, ele sugere, contrariamente áquela, unha posibilidade de reutilización, o que pode tamén aliciar a compra.

Entre os elementos que se apóem á capa, Genette inclúe “certains coffrets parlants ou historiés, de préférence pour des livres reliés dont la couverture ne peut guère porter d’inscription” (1987: 32). Para alémsí de desempeñarem ou duplicarem as funcións da capa, estas embalagens presupóem o establecemento de afinidades entre os volumes que as integran e que justifican a proposta de compra e conservación

conjuntas. Os vários “packs” José Saramago³ ou Margarida Rebelo Pinto⁴ são disto um bom exemplo.

Seja qual for o seu formato, qualquer um destes apêndices coincide, em termos de dimensão, com a capa. No entanto, esta pode também ser o suporte de elementos de menor dimensão como a cinta ou banda, que Genette caracteriza precisamente como “une sorte de mini-jaquette réduite au tiers inférieur de la hauteur du livre” (1987: 31). Para Maria Augusta Babo (1993: 21), ela vem completar, no século XX, os elementos de “exteriorização do texto”, inaugurados pelo título cinco séculos antes. Talvez ainda mais recente, o autocolante fixado na frente de certos livros participa deste mesmo processo, bem como da miniaturização dos anexos da capa. Se, de facto, não há livro que a dispense, também não será menos verdade que estes acrescentos, apesar da sua volatilidade, de algum modo refletem as limitações deste elemento maior do peritexto.

3. A cinta que seduz

Segundo a definição de cinta fornecida pelo *Glossário da terminologia do livro* disponível *on-line*, ela consiste numa “tira de papel envolvendo a capa do livro, com informação (de promoção) adicional”. A sua existência é, pois, indissociável da já referida mercantilização crescente do livro. Como afirma Baetens, “Ici, l’accent ne tombe plus sur l’auteur, mais sur le lecteur. Puis qu’il ne suffit pas qu’un livre existe (il doit aussi, du moins aujourd’hui, se vendre), la nécessité s’impose de menager dans le livre un espace où proposer au client un contrat de lecture (d’achat)” (1983: 67). A expressão “bande-annonce” utilizada por este investigador reflete precisamente a função publicitária desta adenda. O seu uso iniciático, inscrito no

3 Não é certamente por acaso que Saramago se apresenta, a este respeito, como um caso ímpar. Existem vários agrupamentos da sua obra, todos posteriores à sua morte, resultantes de critérios diversos. É o princípio genológico que preside aos “packs” “Histórico”, “Crónicas”, “Poesia”, “Teatro” e “Opinião”. *Caim*, o último romance que Saramago publicou em vida, serve de base a cinco “cofrets” diferentes, estando associado ao *Ensaio sobre a lucidez*, *O ano da morte de Ricardo Reis*, *O homem duplicado*, *Pequenas memórias* ou *O Evangelho segundo Jesus Cristo*. Nesta combinação que reúne os polémicos romances de temática religiosa, uma caixa metálica substitui a embalagem de cartão dos outros casos. Este mesmo tipo de invólucro agrega o conjunto mais invulgar formado por *José Saramago nas suas palavras*, de Fernando Gómez Aguilera, e uma *t-shirt*. É curioso verificar que obras como *Memorial do convento*, *Levantado do chão*, *Jangada de pedra*, *Manual de pintura e caligrafia*, *Todos os nomes* ou *Viagem a Portugal* não foram, até ao momento, integradas em qualquer conjunto.

4 Enquanto aquele que é designado como o “Pack dourado” acolhe *O dia em que te esqueci*, o respetivo audiobook e *Diário da tua ausência*, o “Pack Margarida Rebelo Pinto” integra os mesmos dois volumes e uma *pen* com os correspondentes audiobooks. Há ainda o “Pack infantil Margarida Rebelo Pinto”, do qual fazem parte *Gugui*, *o dragão azul* e *A rapariga que perdeu o coração*.

termo original “«bande de lancement» ou «bande de nouveauté»” (Genette 1987: 30n), remete igualmente para esta missão.

O papel promocional da cinta reflete-se nos diversos traços que caracterizam esta prática. Desde logo, como salienta Baetens (1983: 68), na sua efemeridade. A designação inicial atrás apontada é bem esclarecedora a este respeito. Se nos colocarmos do lado do leitor/comprador, a presença e/ou efeito deste anexo geralmente não sobrevive à compra do volume.

Na evolução do emprego deste apêndice, a transitoriedade combinou-se com o seu carácter aleatório, pois ele pode ser acrescentado em qualquer momento da trajetória social do livro, de forma a assinalar marcos do seu percurso como a atribuição de um prémio ou um número de vendas considerado excecional. O já citado autocolante partilha também estas características. Outros elementos peritextuais, como os prefácios e os posfácios, encontram-se, em certa medida, na mesma situação, apesar de não desempenharem um papel essencialmente comercial. Embora, do ponto de vista material, não sejam tão descartáveis como o autocolante e a cinta, a sua presença não deixa também de revelar alguma irregularidade.

A combinação destas duas características, para além de imprimir uma certa peculiaridade à cinta, transmite-lhe também alguma complexidade ao tornar a sua existência e o seu lugar algo indeterminado, devido à oscilação entre a pertença e a ausência do espaço do livro. O seu carácter singular reflete-se talvez nas atitudes que diferentes vendedores têm em relação a este elemento peritextual. Assim, na recolha, ao longo de um ano, das cem cintas em que baseamos este trabalho⁵, verificamos que, enquanto algumas livrarias, pondo em causa a valia comercial deste apêndice ou, pelo menos, abdicando dela, não fazem questão da sua presença, removendo-a até antes de exporem o livro ou permitindo a sua recolha, outras parecem encará-lo como uma parte integrante do livro, devendo sempre acompanhá-lo até à sua venda⁶. Esta disparidade de comportamentos verifica-se também nos catálogos *on line*, onde não só nem sempre os livros que têm cinta na exposição ao vivo a mantêm na versão virtual da capa, como a cinta pode não constar da capa da mesma obra em *sites* diferentes. As particularidades da pesquisa *on line* não parecem, pois, determinar

5 No final, apresenta-se um anexo com a listagem das obras cujas cintas foram utilizadas na realização deste estudo.

6 Referimo-nos, respetivamente, às livrarias Centésima Página (Braga), Almedina (Universidade do Minho), e à FNAC (Braga), locais a que recorremos para obter o material necessário para a realização deste trabalho. Curiosamente, tanto na primeira como na segunda nos foi dito que a fácil deterioração da cinta pode contribuir para dar uma aparência de usado ao volume que a suporta e dificultar a sua venda. Em nosso entender, as diferenças de atitude entre as duas primeira livrarias e a última podem decorrer de distintas conceções do livro e diferentes filosofias de venda.

um uso específico deste complemento da capa. Da mesma forma, nos jornais e em revistas, as capas são sempre reproduzidas sem este elemento peritextual.

A função comercial da cinta é ainda indissociável da natureza argumentativa que subjaz aos seus diversos componentes. As características físicas deste acrescento desempenham, a tal respeito, um papel peculiar. Segundo Perelman / Olbrechts-Tyteca (2000: 20), “Para que uma argumentação se desenvolva, é preciso, de fato, que aqueles a quem ela se destina lhe prestem alguma atenção. A maior parte das formas de publicidade e de propaganda se preocupa, acima de tudo, em prender o interesse de um público indiferente, condição indispensável para o andamento de qualquer argumentação”. Assim, o emprego de cores fortes, ou pelo menos contrastantes com o fundo, é o recurso mais utilizado para captar a atenção de um possível comprador/leitor futuro. Por isso se assemelha por vezes a uma cinta o espaço onde se inscrevem, pelo menos, o nome do autor e o título na própria capa da obra.

A cor da cinta faz parte de um jogo cromático que afeta igualmente o texto que ela exhibe. Neste domínio, o tamanho e o estilo adotados para os caracteres contribuem igualmente para destacar a mensagem. A cor, a dimensão e a localização são também aspetos explorados pelo retrato que, por vezes, este elemento do peritexto inclui. Quando tal acontece, é a efigie do autor que surge mais frequentemente⁷. Neste caso, a sua pose é outro elemento a acrescentar aos diversos códigos explorados pela cinta.

Torna-se necessário neste ponto referir que a cinta, à semelhança da capa, é um tríptico cujas partes, de acordo com o fim que justifica a sua existência, possuem relevância distinta, conforme a maneira como se impõem ao campo de visão do potencial interessado. Assim, como diz Baetens, “Au reto, l’essentiel; au verso, l’adventice” (1983: 74). De acordo com os casos a que tivemos acesso, a coocorrência de texto e imagem, quando se verifica, é característica da frente, encontrando-se o verso frequentemente devoluto ou, quando muito, ocupado apenas por texto⁸.

Nesta mescla de elementos cromáticos, icónicos e linguísticos, estes últimos revelam-se, por conseguinte, indispensáveis e omnipresentes. Como qualquer texto argumentativo, eles visam “provocar uma ação ou preparar para ela, atuando por meios discursivos sobre os ouvintes” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 53).

7 Em alternativa à imagem do autor, pode ocorrer a reprodução da capa de uma obra da sua autoria, como sucede com a capa de 2666 na cinta de *O terceiro Reich*, de Roberto Bolaño.

8 Da centena de exemplares recolhidos, apenas a traseira da cinta de *Auto-retrato do escritor enquanto corredor de fundo*, de Haruki Murakami, exhibe imagens que reproduzem a capa de sete obras do autor japonês.

Baetens (1983: 69-70) evidenciou já as estratégias linguísticas típicas do texto das cintas: o apagamento das marcas da enunciação através do uso de citações e, na ausência destas, a preferência por vocabulário não avaliativo e frases nominais. Passando ao domínio do conteúdo, este mesmo investigador (1983: 70-71) salienta que, se por um lado a cinta se distingue de outros elementos peritextuais por não ter assunto específico, por outro, tal como eles, deverá ser “pertinente, c’est-à-dire *représentative*” (Baetens 1983: 70. Itálico no original) em relação ao livro que a comporta. Uma cinta pode, deste modo, conter múltiplas informações sobre uma obra, mas não uma informação qualquer. Esta, um tanto à semelhança do *slogan* publicitário, deverá remeter para algo característico daquele volume que permita destacá-lo do conjunto e transmitir-lhe, assim, valor acrescido. Por outras palavras, o texto da cinta, considerado no seu conjunto⁹, fornece o(s) argumento(s) que sugere(m) a excelência do produto que representa(m), incitando à sua aquisição. Isto é válido para todo o tipo de livros, pelo que a obra de carácter literário, em que este estudo se centra, não apresenta, neste aspeto, nenhuma peculiaridade. Afinal, independentemente da natureza do livro, o objetivo é sempre o mesmo: vender.

4. Cintas, cintas e mais cintas

“Inédito”, “5ª edição” ou “Uma obra-prima”, sozinhos ou combinados com outras indicações, são algumas das *catch-phrases* frequentemente exibidas pelas cintas. Conforme acima já ficou sugerido, é amplo e diversificado o elenco de informações que elas podem veicular, o que complexifica o estabelecimento de tipologias deste limiar do texto. O investigador belga que vimos seguindo, para quem “la variété cache ici une monotonie fondamentale” (Baetens 1983: 71), apresenta uma classificação baseada num critério que podemos designar como topográfico, já que cataloga as cintas de acordo com a sua relação com o espaço do livro. Assim, divide-as, *grosso modo*, em duas grandes categorias: as que remetem para outros elementos do peritexto e as que derivam do próprio texto. No primeiro caso, a cinta pode repetir, literalmente ou não, algo que outros anexos já contenham, como, por exemplo, o nome do autor, ou pode suprir a ausência de um elemento peritextual, como o subtítulo. Quanto à segunda possibilidade, a cinta põe em evidência o conteúdo do livro. Nesta altura, diz Baetens, a cinta pode fornecer um contratítulo ou uma “*prière d’inserer (fortement) abrégé*” (1983: 71). Perguntamo-nos, no entanto, se, quando tal acontece, a cinta não introduz também um elemento peritextual, mesmo que a sua especificidade seja derivar diretamente do texto que anuncia. Para além deste,

9 Pode-se dizer que, a este respeito, é nula a participação da parte central da cinta, correspondente à lombada, uma vez que, apesar do destaque que a arrumação do livro numa estante lhe confere, nela não se encontra, salvo raríssimas exceções, qualquer inscrição.

outros textos podem ser convocados pelas cintas, pelo que é possível classificá-las também a partir dos textos que servem de fonte às informações que elas geralmente veiculam. É verdade que nem sempre tais informações se baseiam num texto, como quando se indica o número de exemplares vendidos ou um prémio atribuído à obra ou ao autor, pelo que será necessária uma categoria que contemple dados de outra proveniência, decorrentes da vida que a escrita ganha após a sua transformação em livro.

A segmentação que propõe leva Baetens (1983: 72) a deter-se sobre a natureza redundante da cinta, característica que ele matiza ao sustentar que o aparecimento deste apêndice não se deve apenas a motivos comerciais, mas também a limitações da própria moldura do texto: “*Tout se passe en effet comme si la bande était appelée par la faiblesse, ou l'affaiblissement des marges du livre, comme si elle venait à leur rescousse pour les rehausser ou pour en rémunérer le défaut*” (1983: 72. Itálico no original). Mesmo que o fortalecimento do peritexto nos pareça indissociável da sua função promocional, a cinta não deixa de constituir um elemento de pleno direito do edifício peritextual, tanto mais que, como salienta ainda este mesmo autor, “Puisque le péri-écrit/texte se presente comme un faisceau d'indications, il s'établit un jeu de renforcement mutuel entre ses différents lieux: tout péri-écrit est aussi métapéri-écrit” (1983: 72). Por isso, as indicações da cinta de origem alheia ao volume, ainda que não sejam redundantes na letra, são-no no espírito.

Em nenhum destes casos as informações constantes da cinta são objeto de um investimento criativo que se traduz naquilo que Baetens (1983: 73-74) designa como a sua textualização e que abre novas possibilidades à relação da cinta quer com o entorno imediato, quer com o texto em si. Um dos exemplos apontados por Baetens (1983: 74) é a cinta de *La prise de Constantinople*, de Jean Ricardou, na qual, à diferença entre o título inscrito na frente da capa (*La prise de Constantinople*) e no verso (*La prose de Constantinople*), corresponde na cinta, respetivamente, “La machine à détraquer le temps” e “Le temps à détraquer la machine”. Os vários exemplos analisados por este investigador sugerem a recorrência desta técnica em França e na Bélgica, situação bem diferente da portuguesa, onde, tanto quanto foi possível apurar, as cintas seguem aquilo a que podemos chamar o modelo canónico, do qual nos temos vindo a ocupar.

Os traços típicos das cintas, acrescidos do seu uso frequente e das diversas informações que nelas se podem conjugar, impedem que se estabeleça uma hierarquia relativa à ocorrência de cintas que sublinham algum elemento peritextual ou o introduzem, servindo-se ou não do texto que enquadram como fonte. Pode-se, no entanto, atentar no uso que a cinta faz de factos ou de elementos provenientes de textos diversos. Assim, tendo em conta a natureza específica deste limiar do texto, pretende-se

inventariar os argumentos que nele podem ter lugar, identificando as traves-mestras da construção do sucesso, que pode não se limitar a ser apenas editorial. Trata-se ainda de averiguar a imagem do sistema literário que lhes subjaz, bem como as instâncias de legitimação colocadas ao serviço da promoção do texto literário.

5. Fórmulas mágicas

Pelos objetivos que persegue, a publicidade implica o uso de *topoi*, “arsenal indispensável, do qual, de um modo ou de outro, quem quer persuadir outrem deverá lançar mão” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 95). Por isso estas “premissas de ordem geral que permitem fundar valores e hierarquias” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 95) têm o seu lugar reconhecido desde as reflexões gregas sobre retórica. O *corpus* de cintas recolhido é bem ilustrativo do poder argumentativo que se reconhece a este tipo de premissas. De facto, um grande número de bandas recorre ao que Perelman / Olbrechts-Tyteca (2000: 95-105) designam como “lugares da quantidade” e “lugares da qualidade”. A natureza específica de cada um, que se traduz, como veremos, até num certo antagonismo entre eles, manifesta-se nos diferentes elementos do campo literário que convocam, dos quais se procura sempre extrair valor comercial.

5.1. “Falar de sabonetes”

Se “Para Isócrates, o mérito é proporcional à quantidade de pessoas às quais se prestam serviços” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 97), grande merecimento terão os livros cujas cintas informam sobre o número de exemplares vendidos, acionando assim os lugares da quantidade, isto é, “os lugares-comuns que afirmam que alguma coisa é melhor do que outra por razões quantitativas” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 97). É uma indicação deste género que encabeça a parte anterior da cinta aposta a *A conspiração do silêncio*, de David Baldacci, informando sobre os “100 milhões de exemplares vendidos” deste romance.

Este mesmo *topoi* pode ainda aparecer sob a forma de número de edições de uma obra, como acontece, por exemplo, com a indicação “3ª edição” inscrita na frente da cinta de *Caderno afegão*, de Alexandra Lucas Coelho. Esta forma de quantificação, menos sonante do que a dos exemplares vendidos, permite uma certa manipulação, já que se desconhece a tiragem de cada edição e o intervalo entre a edição original e as seguintes. Talvez por isso, para fornecer uma imagem mais clara e sólida do êxito de uma obra, em alguns casos se conjugue o número de exemplares vendidos com o número de edições. Assim, o sucesso comercial de *A sombra do vento*, de

Carlos Ruiz Zafón, torna-se bem evidente perante a indicação “Mais de 14 milhões de exemplares vendidos em todo o mundo / 19ª edição” exibida pela parte dianteira da cinta.

A classificação de uma obra como *best seller* é uma outra roupagem do *topoi* de que nos temos vindo a ocupar. Na fronteira de *Ernestina*, a cinta apresenta o romance de Rentes de Carvalho como “*Best-seller* internacional”, qualificação em que o adjetivo português vem reforçar o sucesso comercial, pois não há maior garantia de sucesso do que o amplo e indefinido mercado estrangeiro¹⁰. Da mesma forma que a indicação do número de edições, o uso desta designação também não está isento de uma certa opacidade, sobretudo quando desacompanhado de uma indicação numérica: se 200 mil exemplares (não se sabe se impressos ou vendidos) garantem a classificação de *Descobri que te amo*, de Ann E. Cannon, como *best seller*, esta mesma categorização será igualmente válida para livros como o de Zafón acima referido?

Para além de quantificar exemplares e edições, de forma mais ou menos clara, o lugar da quantidade pode também ser utilizado como imagem de marca de um autor. Assim, na frente da cinta de *Não há coincidências*, Margarida Rebelo Pinto é apresentada como “A escritora com mais de um milhão de livros vendidos”, texto repetido, oito anos mais tarde, na dianteira da cinta de *Onde reside o amor*. Em relação aos casos anteriormente apresentados, a novidade reside no facto de a quantificação deixar de se limitar a uma obra específica para passar a abranger toda a produção da romancista, totalizando um número que se considera bem sonoro em termos de mercado nacional, embora a não atualização do total possa sugerir uma certa estagnação. Um passo mais e dois anos depois, em 2010, *A minha casa é o teu coração* surge definido na parte anterior da cinta como “O novo livro da autora mais lida em Portugal”, fórmula seguida de perto pela cinta de *Minha querida Inês* (2011), “O primeiro romance histórico da autora mais lida em Portugal”. Como se o sucesso de vendas, comum a muitos outros escritores, não fosse suficientemente distintivo para destacar a autora e conquistar compradores, ela é transformada em campeã de leitores. Num passe de mágica, o aquisidor torna-se também leitor, assimilação problemática, pois a compra não conduz fatalmente à leitura, nem esta admite apenas uma modalidade de realização. Se mesmo a quantificação de compradores não é pacífica, muito menos o será a de leitores. Daí a substituição do número exato de leitores pelo vago relativo de superioridade, do qual se desprende uma imagem que se pretende mais distanciada da lógica comercial e mais consentânea com o

10 De facto, não se sabe se este “internacional” se refere apenas ao mercado holandês, já que o autor vive há várias décadas nos Países Baixos, ou se tem um alcance mais amplo, como poderá indicar a citação proveniente do *International Herald Tribune* que surge após a informação atrás indicada.

mundo literário.

Noutros casos de carácter mais pontual, a transfiguração do comprador em leitor ganha um novo alor quando surge associada ao número. Na já referida frente da cinta de *A sombra do vento* declara-se que “Mais de 14 000 000 de leitores não conseguiram guardar este segredo / Mais de 14 milhões de exemplares vendidos em todo o mundo”. A mesma quantificação indefinida surge no rosto da cinta da 7ª edição de *A viagem do elefante*, segundo a qual “Mais de 100 000 já leram” o penúltimo romance de Saramago. A quantificação do inquantificável faz do *best seller* um *best read*, sem deixar no entanto de tentar impressionar pela quantidade. Pelo que separa Margarida Rebelo Pinto do Nobel português, o aproveitamento do *topoi* da quantidade, apesar do seu uso ocasional no peritexto da obra saramaguiana, não é específico da edição de um determinado segmento literário.

Embora, como temos vindo a ver, não seja invulgar o uso do lugar da quantidade na cinta, parece-nos que ela tem vindo a livrar-se deste conteúdo, muitas vezes confiado a um autocolante contrastante com a capa onde se encontra fixado. É assim que ficamos a saber, por exemplo, que um determinado exemplar de *Equador*, de Miguel Sousa Tavares, integra a 24ª edição deste romance, do qual já foram vendidos 250 000 exemplares. Se bem que possa ocorrer sozinho, ele também pode combinar-se com a cinta. Por vezes, inclui-se até na frente desta uma imitação de autocolante ocupada precisamente com a indicação do número de edições. É o caso da 8ª edição de *2666*, de Roberto Bolaño. Consideramos ser esta uma situação intermédia num processo de transferência que põe em cena um novo elemento peritextual, no qual a brevidade dos dados combina com a exiguidade do seu espaço. Apesar de pequeno, o autocolante não deixa de aumentar a área do peritexto, ao mesmo tempo que, pelas suas características, permite realçar a informação quantitativa. A cinta, por seu turno, pode ganhar espaço para outros dados que aumentem a capacidade informativa do peritexto e, por conseguinte, a sua eficácia comercial. De facto, se bem que recorrente, o *topoi* da quantidade é um dos diversos argumentos de que a cinta pode lançar mão, o qual não é visto com bons olhos do ponto de vista da lógica interna do campo artístico, dominado, como diz Bourdieu (1996: 103-107), pela “economia às avessas”, segundo a qual tudo o que dá lucro é olhado com desconfiança. O trecho que se segue, da autoria de António Lobo Antunes, é bem eloquente a este respeito: “E depois a Arte não é um desporto de competição: o editor que ponha numa cinta, por exemplo, cem mil exemplares vendidos, ou julga falar de sabonetes ou não é um editor. Se o livro for bom há-de vender muito mais do que isso [...]” (2010: 12). É curioso que as cintas que encontramos em *Conhecimento do inferno* e *Boa tarde às coisas aqui em baixo*, únicas obras do autor com este anexo, não abdicam da quantificação, o que traduz o desencontro entre o ideário do autor e as concepções do editor. Praticamente iguais, a frente de ambas regista apenas o número de edições de cada um dos romances (14 e

6, respetivamente) e os “25 anos de vida literária” do autor. Se a primeira indicación, semellante a outras manifestacións do *topoi* da cantidade já assinaladas, non anda moito lonxe da famigerada contabilización de sabonetes, a segunda atenua, de certa maneira, o seu tom mercantil ao evocar un outro universo. De facto, a cantificación destina-se agora a sublinhar a longa carreira literaria do autor. Pelo número, configura-se un ciclo correspondente ás bodas de prata, apresentando o escritor non como un estreante, mas como alguén con un percurso consolidado e créditos firmados no mundo literario. Em ambos os casos, porén, as indicacións numéricas non deixam de sugerir que o que é abundante é bom.

5.2. “Poucos mas bons”

Contrariando os *topoi* da cantidade, os da calidade, “os menos apreensíveis, aparecen na argumentación quando se contesta a virtude do número” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 100). Por conseguinte, “no limite, o lugar da calidade redundante na valorización do único que, assim como o normal, é un dos pivôs da argumentación” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 101). É este *topoi*, na súa versión extrema, que subjaz á atrás referida “economía ás avessas” que caracteriza os protestos de autonomización do campo literario, pois “O que é único non tem prezo, e seu valor aumenta pelo próprio fato de non ser avaliável” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 102).

Precisamente por garantir a excelência de un determinado produto, ele é tamén bastante adecuado para promover a súa venda, como acontece no dominio de que nos ocupamos, acabando por desempeñar una función idéntica ao seu oposto. De facto, nas cintas a que tivemos acceso, non se faz economía do *topoi* da calidade. Mesmo que una obra ou un autor non sejam declaradamente “únicos”, non é difícil encontrar afirmacións, em geral de entidades reconhecidas, que sugeren a súa excepcionalidade, a súa originalidade, que, enfim, os destacan do comum. Para este mesmo fim, as cintas podem aínda recorrer a indicacións que põem em cena outros agentes do mundo literario.

A par da cantificación, nas súas diversas expresións, talvez non haja indicación tão frecuente como “O libro do ano”. Esta fórmula, utilizada, por exemplo, a propósito de *O terceiro Reich*, de Bolaño, tem, na cinta da 3ª edición de *O retorno*, de Dulce Maria Cardoso, un uso peculiar, pois, ocorre repetidas veces con ligeiras variantes. Assim, na frente, ele é “O romance-sensación do ano”. No verso, quase numa escalada de circunscrición, começa-se por o destacar como o “O libro do ano no *Público*”, para, por fim, Vicente Jorge Silva o definir como “O romance portugués do ano”. A redundância, neste caso, é interna á própria cinta. Através dela contrariam-se as

dúvidas quanto ao lugar cimeiro atingido pelo romance em causa. Curiosamente, esta multiplicação do mesmo não deixa de dar um suporte quantitativo à qualidade.

Considerar uma publicação como “Uma obra-prima absoluta. A obra de um génio”, como se diz, a partir do *ABC*, no rosto da cinta de 2666, é outra forma de distinguir um livro. Apresentá-lo como um marco ou mesmo como uma revelação vai no mesmo sentido, tornando bem patente a sua excecionalidade. É isto que justifica uma citação de Rogério Casanova na traseira da cinta de *O terceiro Reich*: “A partir de agora há um antes e depois de 2666”. A invulgaridade caracteriza igualmente *Caderno afegão*, apresentado na frente da cinta da sua 3ª edição como exemplo a seguir: “Precisamos de mais viagens assim, de mais livros assim, de mais jornalistas assim”. Da mesma forma, quando na dianteira de uma cinta se afirma “Ela dizia que nunca tinha lido um livro tão belo, *A sibila* de Agustina Bessa Luís”, a obra em causa surge envolvida num halo de perfeição que faz dela uma obra única e modelar.

Enquanto na citação anterior se faz uso em diferido da reação de uma leitora para sinalizar a excelência de uma obra, noutros casos a entidade recetora é diretamente alvo de promessas a que a singularidade atribuída ao livro não é estranha. Em “Nenhum outro romance terá um efeito tão poderoso nos seus leitores”, declaração inscrita na parte anterior da cinta de 2666, é a qualidade ímpar do texto que garante o tipo de efeito anunciado. Já em *A casa dos amores impossíveis*, de Cristina López Barrio, que a frente da cinta assegura ser “o melhor do realismo mágico num livro que não deixará ninguém indiferente”, a conquista dos diversos leitores decorre da alegada excelência do romance enquanto manifestação de um determinado estilo/género literário. Em contraste com esta propalada rendição geral do público, António Lobo Antunes, quando, na frente da cinta de *A máquina de fazer espanhóis*, declara que “A maior parte dos livros são escritos para o público, este é um livro escrito para os leitores”, procura diferenciar o livro pela audiência selecionada a que se dirige, associando qualidade a elite.

Para além de realização suprema de uma qualquer categoria literária, um texto pode também salientar-se pela renovação que supostamente introduz num determinado paradigma: “*O fio do tempo* é um novo estilo de escrever romance histórico”, afiança a frente da cinta desta obra de João Paulo Oliveira e Costa. A complementação do título pela promessa de novidade e a classificação genológica, elemento recorrente do peritexto por orientar o possível leitor e potenciar as suas expectativas, vem reforçar a função publicitária que, de forma dissimulada, compete aos títulos¹¹,

11 Segundo Hoek (1981: 277-278), este elemento peritextual “sert à solliciter le lecteur à lire le co-texte; cela veut dire qu’il sert à accrocher l’attention de lecteur, à l’appâter, à valoriser le texte et à en stimuler la vente”, mas “Il masque le caractère économique du livre et le presente comme objet esthétisant, culturel, non économique” (Hoek 1981: 304).

na qual, neste caso, parece não se depositar muita confiança. Esta parece ser uma constante do uso do título nas cintas, já que, para além de o encontrarmos apenas em três exemplares do conjunto recolhido (todas obras líricas, por sinal), ele vem sempre seguido de outras indicações, designadamente, prémios¹² ou, como em *Nambuanguongo, meu amor*, do nome do autor, subtítulo e indicação do número de edições. Por conseguinte, a função publicitária do título, talvez pela natureza secundária em relação à função maior de identificação da obra (Hoek 1981: 278), parece não lhe garantir, na cinta, o protagonismo que a capa e a folha de rosto lhe conferem. A natureza comercial do apêndice de que nos ocupamos justifica talvez que, à repetição de indicações já conhecidas, se prefira acrescentar informação nova, ausente de outros elementos peritextuais, de forma a aumentar o número de argumentos favoráveis à compra.

O elogio do autor inscrito na cinta de uma determinada obra é outra forma, embora indireta, de sugerir a sua qualidade. Curiosamente, através de afirmações como “O maior escritor de culto da atualidade”, que consta da frente da cinta de *Auto-retrato do escritor enquanto corredor de fundo*, de Murakami, ou “A maior revelação das letras portuguesas deste século”, reproduzida na parte anterior da banda da 2ª edição de *O bom inverno*, de João Tordo, visa-se multiplicar o sucesso de um escritor já de si apresentado como distinto, e, assim, reforçar esta imagem. Também a definição de *2666*, na traseira da cinta, como “O romance épico que Borges nunca escreveu” enaltece claramente Bolaño, cujo génio sobressai através da referência a um escritor bem posicionado no campo literário, mas ultrapassado pelo chileno¹³.

Mesmo quando não ocorre uma referência laudatória ao autor, há outras maneiras de a cinta de um livro destacar esta entidade. A inscrição do seu nome, geralmente na parte da frente¹⁴, é a mais comum. Outras vezes, o nome do escritor é substituído por uma perífrase que não só evita a repetição do nome apresentado na capa como também permite um acréscimo de informação. Assim, *Rakushisha* é “Da autora de *Sinfonia em branco*”, transformando a obra de Adriana Lisboa na sua assinatura.

12 É o que se verifica nas cintas de *O livro das aves*, de Tiago Patrício, e *Poesia reunida*, de Nuno Júdice. Em ambas as obras ao título sucede a referência a um prémio literário: o Prémio Daniel Faria e o Prémio da Crítica 2001, respetivamente.

13 Situação bem diversa é a de Gustavo Santos e Cristina López Barrio. Enquanto a frente da cinta de *Os laços que nos unem* caracteriza o primeiro como “Uma nova promessa ao estilo de Nicholas Sparks”, a segunda, na dianteira da banda de *A casa dos amores impossíveis*, é filiada “Na tradição de Isabel Allende e García Marquez”. Identificar a linhagem de um autor aproxima-o de nomes (re)conhecidos, integra-o numa família e, por isso, alimenta as expectativas do leitor. Porém, a sua originalidade fica menos visível.

14 Apenas na cinta de *Auto-retrato do escritor enquanto corredor de fundo* o nome do autor, Haruki Murakami, figura na parte de trás. A frente, para além de uma fotografia que pode servir para identificar o autor, exhibe um elogio e um resumo da obra, ambos de responsabilidade editorial.

Se aqui a autoria se disfarça atrás de um título que, como diz Hoek (1981: 289-290), “intitule le texte et attitre l’auteur”, em *Um amor em tempos de guerra*, apresentado na frente da cinta como “Novo romance de Júlio Magalhães”, ocorre o inverso. Porém, embora não identificada, a obra anterior do autor não se pode dizer ausente, pois foi ela que tornou o nome dele uma credencial. Quer a nomeação direta, quer a indireta refletem sempre a notoriedade atingida pelo autor em algum aspeto, notoriedade essa que é utilizada como uma garantia. Qualquer um destes escritores “fez um nome”, no sentido em que “Os termos, nomes de escolas ou de grupos, nomes próprios, só têm tanta importância pelo facto de serem eles a fazer as coisas: signos distintivos, produzem a existência num universo onde existir é diferir, «conseguir um nome», um nome próprio ou um nome comum (o de um grupo)” (Bourdieu 1996: 187). Por isso, não são só os nomes de escritores consagrados como José Saramago, Manuel Alegre, António Ramos Rosa ou Cesário Verde que as cintas destacam, mas também os de autores cujo prestígio advém da sua atuação noutros domínios, ou de autores mais recentes e de obra ainda em construção. O caso de Álvaro Cunhal é paradigmático da primeira possibilidade: se bem que a capa atribua *Cinco dias, cinco noites* a Manuel Tiago, é o nome do líder histórico do Partido Comunista Português que sobressai à cabeça da frente da cinta. Quanto à segunda situação, ao já citado caso de Adriana Lisboa, pode-se juntar o exemplo mais flagrante de Pedro Pinto, jornalista cujo nome, a vermelho, encima a dianteira da cinta do seu *O último bandeirante*, apresentado como “O primeiro romance/ 12 000 ex. vendidos”. À semelhança de Cunhal, também ele é oriundo de um campo que lhe garante visibilidade e a fotografia e o nome não serão alheios a tal facto. Mas, de acordo com a legenda acrescentada, é a quantidade de vendas de um estreante que fazem dele um autor especial.

A reprodução da classificação atribuída por um órgão de imprensa é outra estratégia utilizada para evidenciar a qualidade de uma obra literária. Como se compreende, apenas a nota máxima das cinco estrelas vale. As cintas de *Uma ideia da Índia*, de Moravia, e a de *O murmúrio do mundo*, de Almeida Faria, apresentam este sinal na sua frente. Tal como o número de exemplares e de edições, também o autocolante pode utilizar este código, como sucede em *Matteo perdeu o emprego*.

Por fim, não há como não associar os prémios literários ao *topoi* da qualidade. Nas palavras de João Pedro George, “Os prémios permitem às instituições exercer, exhibir e confirmar um poder, que é o de ditar a excepcionalidade de um escritor entre os demais” (2002: 16). Por conseguinte, não só “são instrumentos fundamentais para o reconhecimento social dos escritores” (George 2002: 15), como fornecem um argumento de peso na hora de pôr um livro à venda. Margarida Rendeiro assinala precisamente as estreitas ligações entre prémios e publicidade: “The expansion of marketing activities around literature in the 1980s, involving publicity and media

exposure, enhanced the impact of prizes, the prestige of prizewinners and also the prestige and authority of panel members” (2010: 153). Não é por acaso, portanto, que o peritexto de uma obra não dispensa esta indicação, normalmente isolada, sem referências a números, combinada, quando muito, com o número de edições. As alterações introduzidas na cinta da quarta edição de *O retorno* em relação à da edição anterior não deixam dúvidas quanto à relevância concedida a este dado. Os trechos que constavam da frente da primeira banda (“O romance-sensação do ano”, seguido de citações confirmativas deste juízo) foram deslocados para a traseira da sua sucessora, cedendo lugar precisamente à menção do “Prémio Especial da Crítica 2011 Ler/Booktailors”, secundada pela classificação de “Livro do ano” atribuída a órgãos de informação, entre os quais a mesma *Ler*. Esta alteração mostra bem a hierarquização dos argumentos atinentes à venda do produto livro.

A importância promocional dos prémios é tal que, mesmo sem a vitória final, se considera suficientemente distintivo o facto de se chegar à última fase da seleção. Por isso *Aprender a rezar na era da técnica*, de Gonçalo M. Tavares, não dispensa a indicação “Finalista do Prémio Femina 2010/ Finalista do Prémio Medicis 2010”, recortada do texto que, no interior do livro, se ocupa da enumeração dos prémios recebidos pelo autor e da difusão da sua obra. O destaque, no entanto, vai para “Prémio do melhor livro estrangeiro França 2010”, colocado no topo do autocolante¹⁵ exibido pela capa. No conjunto, esta vem a ser uma listagem que traça uma espécie de currículo do livro, como sucede ainda com mais expressividade numa outra obra deste mesmo autor, *Uma viagem à Índia*. À frente, no cimo da cinta, ela é apresentada como “O livro mais premiado do ano – 2011”, seguindo-se depois, numa imitação de um esquema, a enumeração dos prémios arrecadados: “Prémio Autores 2011 SPA/RTP na categoria Literatura - Melhor livro de ficção narrativa / Prémio de Edição Ler/Booktailors -2010 / Prémio Especial da Crítica / Grande Prémio do Romance APE 2011 /Prémio Literário Fernando Namora/Estoril Sol 2011”¹⁶. O mesmo se verifica, por exemplo, no romance *Os exércitos*, dado desde a cinta como vencedor do “Prémio Tusquets /Prémio Independent (melhor obra de ficção estrangeira) / Prémio Nacional de Literatura da Colômbia”. Na elencagem de prémios, sejam ou não efetivamente conquistados, a quantidade subordina-se à qualidade, reforçando-a.

15 Como se trata um autocolante retangular, quase da largura da capa, situado na metade inferior desta, não nos parece ser uma manifestação típica deste tipo de anexo, mas antes um híbrido a meio caminho da cinta.

16 Em janeiro deste ano, *Uma viagem à Índia* recebeu também o Prémio Inês de Castro, indicação que certamente a cinta de uma possível nova edição desta obra não esquecerá. Pelas suas características, este anexo possibilita a atualização da informação, como se verifica pelas mudanças de conteúdo que já referimos, por exemplo, a propósito das cintas de *O retorno*.

A referência aos prémios pode constar do autocolante ou mesmo estar impressa na capa, mas é sem dúvida na cinta que ela surge mais frequentemente, ou não funcionasse este complemento como um *flash*. Do Prémio Nobel ao Prémio Novo Talento FNAC Literatura, é amplo o inventário de galardões literários proporcionado pelo rosto das bandas¹⁷. Nos livros estrangeiros, aos três prémios citados na cinta de *Os exércitos*, 2666 acrescenta o National Book Critics Circle Award, o Prémio Fundación Lara, o Prémio Salambô e o Prémio Ciudad de Barcelona. A banda de *Como Deus manda* refere também o Prémio Strega e a de *La carte et le territoire*, o Prix Goncourt. Após a atribuição do Nobel de 2010, toda a obra de Vargas Llosa passou a ter apenas uma cinta com esta informação.

Alguns destes prémios distinguiram também obras escritas em português. Assim, o Nobel é referido na cinta de *Cadernos de Lanzarote. Diário III* e de *Caim*, ambos de Saramago. Atribuído em 1998, ele encontra-se assim associado a obras posteriores do autor, consagrando toda a sua produção, o que reflete o prestígio deste prémio de carreira e o lugar cimeiro que ele ocupa na hierarquia dos prémios literários. Esta posição justifica ainda que a referência a este prémio se sobreponha à de todos os outros arrecadados pelo autor. Por sua vez, o “Prémio Independent ficção estrangeira” surge citado na cinta de *O vendedor de passados*. Outros galardões literários estrangeiros são mencionados em cintas de livros de autores portugueses, designadamente o “Prémio da União Europeia para a Literatura 2009”, concedido a *Os meus sentimentos*, de Dulce Maria Cardoso, e todos os que já foram apontados a propósito de *Aprender a rezar na era da técnica*. Estas referências, apesar da sua exiguidade, apontam para uma crescente projeção internacional da literatura escrita em língua portuguesa.

Se atentarmos nos prémios em português, as cintas permitem traçar um panorama das categorias visadas e das entidades envolvidas nesta atividade. Dos prémios de carreira, estão representados o Camões (Ferreira Gullar) e o Pessoa (Manuel Alegre). As cintas das obras de ficção mencionam os seguintes prémios: José Saramago, Ler/Millennium BCP, Grande Prémio do Conto, Grande Prémio de Romance e Novela APE/DGLB, Prémio Nacional do Conto Eça de Queirós, Prémio Autores SPA/RTP, Prémio Literário Fernando Namora/Estoril Sol, Prémio PEN¹⁸, Prémio Máxima, Prémio Portugal Telecom, Prémio Jabuti, Prémio Edição Ler/Booktailors e Prémio Especial da Crítica¹⁹. No domínio da lírica, poetas como Manuel Alegre e Tiago Patrício viram

17 Apenas a cinta de 2666 utiliza a parte central para elencar os prémios que distinguiram este romance.

18 Sendo o PEN Club uma organização internacional, referimo-nos ao Centro Português deste prémio.

19 Apesar de o Prémio Especial da Crítica ter sido uma inovação introduzida na terceira edição do Prémio Ler/Booktailors, à citada obra de Gonçalo M. Tavares coube, nessa mesma edição, o Prémio Especial de Imprensa Melhor Livro 2010. *O retorno* vem a ser a primeira obra associada àquele prémio.

o seu trabalho reconhecido pelo Grande Prémio de Poesia da APE e pelo Prémio Daniel Faria, respetivamente. O primeiro poeta recebeu também o Prémio de Crítica da Associação Internacional de Críticos Literários. A cinta do volume *Poesia reunida 1967-2000*, de Nuno Júdice, assinala a atribuição do “Prémio da Crítica 2001”. No género dramático, há apenas a apontar o Grande Prémio de Teatro, evocado pela cinta de *Se perguntarem por mim digam que não estou/Haja harmonia*, de Mário de Carvalho. A estreante Rose Nery Sttau Monteiro foi agraciada com o Prémio FNAC Novo Talento e Manuel António Araújo com o Prémio Revelação APE. O Prémio Literário Infantil Maternidade Alfredo da Costa, atribuído a *História de uma garrafa*, foi a única referência encontrada na categoria da literatura infantil.

Na sua parcialidade, decorrente da natureza do material utilizado, este elenco de prémios não deixa, no entanto, de permitir algumas observações. Para começar, ele evidencia um setor bastante dinâmico, herdeiro do *boom* de prémios que, em Portugal e noutros países, segundo Margarida Rendeiro (2010: 152), teve nos anos 80 a sua época de ouro. Aos prémios criados nesta década (Prémio Ler/Millennium BCP, Prémio Camões, Prémio Pessoa, Grande Prémio de Romance e Novela, Prémio Fernando Namora/Estoril Sol, por exemplo), juntam-se outros nos anos 90, como o Prémio Saramago, o Prémio Máxima ou o Prémio Novo Talento FNAC/Teorema. Os prémios Daniel Faria, Portugal Telecom e Edição Ler/Booktailors são criações já do novo milénio. De todos, o Prémio Edição Ler/Booktailors é talvez o mais inovador, pois, destinado a “reconhecer, valorizar e comunicar as boas práticas, a qualidade e o profissionalismo existentes nos setores editorial e livreiro portugueses”, comporta “Prémios de *Design* e Prémios Especiais, para indivíduos, entidades ou livros”²⁰. Por conseguinte, não só destaca o trabalho de edição e, consequentemente, o livro enquanto objeto de investimento estético, como assinala as diversas atividades e agentes que lhe dão vida (editor, livreiro, livraria, tradutor, jornalista ou crítico literário, criador de “blog”, entre outros). Note-se que esta multiplicação de prémios põe em cena instâncias de consagração que estão longe de ser exclusivamente literárias²¹, causando simultaneamente a trivialização deste instrumento e a perda do seu valor simbólico, acabando por favorecer a mercantilização do livro literário.

Não fossem as limitações inerentes à amostra em estudo e poder-se-ia apontar a prosa de ficção como o domínio mais propenso quer à proliferação de prémios, quer à sua citação, tendência que, a confirmar-se, teria a sua justificação na posição de

20 Esta informação, disponível em <http://dl.dropbox.com/u/6466758/regulamento2011.pdf>, consta do regulamento do prémio.

21 Na sequência de João Pedro George (2002: 17-18), incluímos nesta categoria a Associação Portuguesa de Escritores, o núcleo português do PEN Club e da Associação Internacional de Críticos Literários, a Sociedade Portuguesa de Autores e o Círculo de Leitores (publica a revista *Ler* e participa no Prémio José Saramago).

domínio que consensualmente esta espécie ocupa no campo literário em português. Com a mesma ressalva anterior, no *corpus* recolhido, são sobretudo obras de Gonçalo M. Tavares (*Jerusalém; Água, cão, cavalo, cabeça; Aprender a rezar na era da técnica e Uma viagem à Índia*) que mais frequentemente exibem este argumento, refletindo a consagração rápida de um autor surgido já no século XXI e também o lugar que ocupa no campo literário português atual. Por fim, o Prémio José Saramago, o Prémio Portugal Telecom, o Grande Prémio de Romance APE e o Prémio Especial da Crítica, com duas referências cada um²², são os galardões em português mais mencionados nos exemplares coligidos, o que indicará o lugar capital que ocupam na hierarquia de prémios desta categoria. A ser assim, note-se o acréscimo de prestígio que daqui decorre para um romance como *Jerusalém*, distinguido com os dois primeiros. Curiosamente, todos eles distinguiram textos de ficção, o que, se não é de estranhar em relação ao Prémio Saramago e ao prémio da APE, é significativo nos dois outros casos, contribuindo para reafirmar a tal posição de destaque da prosa literária em português.

5.3. *Magister dixit*

No rosto da cinta de *A conspiração do silêncio*, David Baldacci é apresentado como “O maior autor do *thriller* internacional”. Aqui, como em muitos outros casos, é o editor o responsável direto por este elogio. Noutras alturas, porém, esta entidade disfarça-se atrás da voz de outrem: «“Uma criação portentosa da vida dos retornados. Uma obra-prima” Urbano Tavares Rodrigues”» (3^a e 4^a edição de *O retorno*). Através da citação devidamente assinada, o editor promove o seu produto recorrendo ao “argumento de autoridade, o qual utiliza atos ou juízos de uma pessoa ou de um grupo de pessoas como meio de prova a favor da tese” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 348). Para que o efeito seja o pretendido, essa “pessoa” ou “grupo de pessoas” deverão ser vozes qualificadas, cujo prestígio não deixe duvidar das suas palavras. Por conseguinte, “As autoridades invocadas são, o mais das vezes [...], autoridades específicas; a autoridade delas é reconhecida pelo auditório numa área específica, sendo unicamente nessa área que se pode valer-se delas” (Perelman / Olbrechts-Tyteca 2000: 351-352). Estas intervenções são as criadoras do criador, pois, segundo Bourdieu, “o artista que faz a obra é ele próprio feito, no interior do campo de produção, por todo o conjunto dos que contribuem para o «descobrir» e para o consagrar enquanto artista «conhecido» e reconhecido - críticos, prefaciadores, marchands, etc.” (1996: 199). Por outro lado, citar uma entidade reconhecida não deixa de ser também uma forma de reforçar o seu prestígio.

²² Embora impresso na capa, o prémio José Saramago também é mencionado no peritexto da 2^a edição de *O bom inverno*, de João Tordo.

Em relação ao sistema literário, são vários os agentes convocados neste âmbito. Em princípio, não haverá ninguém mais abalizado para se pronunciar sobre as atividades literárias do que os escritores, ou seja, os pares do autor. A este grupo pertencem aqueles que vivem do que escrevem e aqueles que, mesmo ganhando a vida de outra(s) maneira(s), é com a literatura que o seu nome se associa em primeiro lugar. É o caso de personalidades académicas, críticos literários, tradutores ou vultos relevantes do meio cultural, ou seja, pessoas que, em geral, desenvolvem atividades em áreas próximas da escrita literária. Assim, para além do autor de *Os insubmissos*, as cintas do *corpus* recolhido referem, quase sempre na parte anterior²³, os seguintes autores: Alçada-Batista, Luiz Pacheco, Vasco Graça Moura, Le Clézio, Roberto Bolaño, António Lobo Antunes, José Eduardo Agualusa, valter hugo mãe, Fernando Venâncio, Miguel Sousa Tavares, José Saramago e Sophia. Curiosamente, o testemunho dos dois primeiros, do Nobel francês e de Sophia estão apostos a edições recentes de obras destacadas no panorama literário português como são, pela ordem correspondente, *O que diz Molero*, *A sibila* e *Cinco dias, cinco noites*. Os restantes escritores têm o seu nome associado maioritariamente a autores portugueses surgidos após o ano 2000²⁴. José Saramago é a autoridade convocada na cinta do romance *Mãos de cavalo*, do brasileiro Daniel Galera. Editado em Portugal pela mesma editora do autor de *Levantado do chão*, o estatuto deste seria um aliado precioso na hora de conquistar um outro mercado²⁵. Neste capítulo das obras estrangeiras, o nome de Bolaño ocorre numa situação invulgar, pois ele é a única entidade evocada a respeito do seu *Os dissabores do verdadeiro polícia*, lendo-se no rosto da respetiva cinta a declaração “É o meu romance”. Esta autopromoção, que parece contrariar uma certa humildade que se espera dos escritores, transforma o autor na principal autoridade sobre a sua obra, ao mesmo tempo que considera a sua opinião suficientemente vinculativa, o que não se compreenderia sem um certo prestígio conquistado pelo autor.

Segundo a lógica de que só os mais destacados têm autoridade para participar neste jogo, é interessante notar que o prestígio de autores mais recentes, sugerido por merecerem a atenção de autores renomados, se vê confirmado quando passam

23 valter hugo mãe, citado na traseira da banda de *Depois de morrer aconteceram-me muitas coisas*, protagoniza uma exceção a este hábito. Contudo, o mesmo excerto transita para a parte anterior da cinta de *Mizé – antes galdèria do que normal e remediada*, publicado um ano depois pelo mesmo autor. É uma passagem da autoria do escritor Fernando Venâncio e outra do jornalista Luís Caetano que preenchem o verso desta cinta.

24 Embora tenha publicado poesia na última década do século XX, foi como romancista que valter hugo mãe se notabilizou, sobretudo depois de receber o Prémio Saramago em 2007 por *O remorso de Baltazar Serapião* (2006), publicado dois anos após o romance de estreia *o nosso reino*.

25 A título de curiosidade, refira-se que a estratégia não produziu o efeito desejado. Daqui decorre a relativização do papel do autor reconhecido na construção do sucesso de um livro, o qual depende, afinal, da atuação conjunta de várias entidades.

eles próprios a recomendar outros. Assim, Miguel de Sousa Tavares, cujo *Rio das flores* mereceu elogios de Vasco Graça Moura, é citado na cinta da 3ª edição de *Estranha forma de vida*. valter hugo mãe, que, para além do prémio Saramago, viu o seu romance *A máquina de fazer espanhóis* louvado por António Lobo Antunes, defende, a propósito de *Depois de morrer aconteceram-me muitas coisas*, que “A nova literatura portuguesa passa obrigatoriamente por aqui”.

A título meramente indicativo, até porque não há uma aposta expressiva em qualquer um dos autores referidos, é possível dizer-se que Graça Moura, Lobo Antunes e Urbano Tavares Rodrigues são as autoridades mais presentes²⁶, o que se pode tomar como um sinal do seu posicionamento no sistema literário.

Embora, no conjunto das cintas em estudo, sejam as citações de escritores as mais frequentes, elas não se distanciam muito, em termos quantitativos, das produzidas por pessoas que desempenham atividades ligadas aos meios de comunicação, mesmo que, também neste caso, não vivam exclusivamente desta atividade, como acontece, por exemplo, com Rogério Casanova (jornalista, tradutor e crítico) ou Vicente Jorge Silva (jornalista, político e cineasta). José Mário Silva, Bruno Vieira Amaral, Henrique Raposo, António Pedro Vasconcelos, Paulo Baldaia, Luís Caetano e João Bonifácio são os nomes que assinam excertos reproduzidos quase sempre na parte posterior da cinta²⁷, deixando a frente para o discurso editorial, acompanhado ou não de títulos da imprensa escrita, como sucede em *O terceiro Reich* e *Ernestina*, por exemplo. Já o rosto da cinta de *O retorno* está ocupado por uma citação atribuída a um escritor e outra a um órgão de comunicação, enquanto que o de *Mizé- antes galdéria do que normal e remediada*, está integralmente preenchido por citações de escritores. Destes casos se depreende que, embora o discurso promocional de uma obra recorra a várias autoridades, entre elas parece estabelecer-se uma hierarquia.

Enquanto desconhecemos sempre a proveniência das afirmações dos escritores (o que importa é quem diz e não onde), as dos jornalistas aparecem com muita regularidade associadas a um título da imprensa²⁸: *Ler* para Rogério Casanova e

26 Devido à repetição dos mesmos excertos da autoria de Agualusa e valter hugo mãe em duas obras de Ricardo Adolfo, consideramos que aqueles autores não estão em situação idêntica à dos anteriores. Tal duplicação aponta para a inexistência de uma relação específica entre o que se diz e a obra.

27 Deste grupo, apenas Paulo Baldaia e António Pedro Vasconcelos são citados na frente da cinta de *A balada do Ultramar* e *O bom inverno*, respetivamente.

28 Embora se omita geralmente este pormenor, há citações de escritores extraídas também deste meio de comunicação. Assim, a título de exemplo, foi num artigo do *Expresso* que Alçada Batista classificou *O que diz Moler* como “Uma obra-prima”, afirmação inscrita na cimo da frontaria da cinta desta obra. Na frente da cinta de *Adeus, princesa*, adapta-se um excerto da autoria de Urbano Tavares Rodrigues transcrito na contracapa, onde se encontra atribuído ao *Diário de Lisboa*.

José Mário Silva, que, tal com Henrique Raposo, também colabora com o *Expresso*; *i* para Bruno Vieira Amaral, *Sol* para António Pedro Vasconcelos e *Público* para João Bonifácio. Ao mesmo tempo que se mostra a ligação de um determinado órgão de informação ao universo das Letras, o nome do jornalista ganha peso pelo jornal ou revista onde desempenha a sua atividade. Note-se que, deste conjunto de jornalistas, apenas Rogério Casanova e José Mário Silva praticam sistematicamente crítica literária. Este último, que também já publicou dois livros de poesia e um de narrativas breves, foi mesmo distinguido em 2011 pelo Prémio Especial do Júri na categoria Jornalista/Crítico Literário dos Prémios Edição LER/Booktailors. Apesar de o seu nome ser citado duas vezes (a propósito de *O terceiro Reich* e *O retorno*), não podemos dizer que se destaque significativamente em relação aos outros. Por conseguinte, o que sobressai é o facto de a crítica literária jornalística não ter uma presença marcante nas cintas, dividindo o espaço com textos de diversa ordem.

Para além de jornalistas e críticos residentes, os jornais também podem contar com a colaboração de personalidades do mundo académico, da qual ambos sairão a ganhar em termos de reconhecimento. A cinta de *O murmúrio do mundo* testemunha precisamente um destes casos, ao exhibir uma citação da autoria de Gustavo Rubim, professor universitário com diversos estudos sobre literatura, retirada do *Público*.

Qualquer artigo publicado na imprensa sobre textos literários, seja o seu autor um escritor ou não, inclui-se no domínio do que Genette (1987: 316) designa como epitexto, mais propriamente, epitexto alógrafo oficioso (1987: 319-322). Uma parte dele, ao ser incorporada na cinta ou na capa através da cosmética das aspas e da referência autoral, passa a integrar o peritexto de uma obra. Esta operação tem várias implicações. Da mesma forma que prolonga os efeitos do texto jornalístico, contrariando de alguma maneira a efemeridade deste tipo de texto, aumenta o seu público, atingindo pessoas que, em princípio, não terão tido acesso ao artigo original. Além disso, se neste a vocação promocional não é prioritária, é ela que comanda a sua seccionação. Por isso Baetens defende que

En tant qu'adjuvant de l'appareil publicitaire qui accompagne le lancement d'un livre, la bande-annonce appartient, avec d'autres messages [...] à un secteur précis du para-écrit/texte: celui du bruit qu'ont fait autour de la chose littéraire. Bruit qu'il serait exagéré d'assimiler d'emblée à la catégorie des meta-écrits/textes. [...] Plutôt que de fournir, tel le meta-écrit/texte, un commentaire de son objet, ces bruits interchangeables incitent à sa consommation. (Baetens 1983: 68).

É precisamente o objetivo promocional desta margem do texto que permite a diversidade de agentes cujos testemunhos nela se podem convocar. De facto, na

recolha efetuada, embora predominem claramente citações de escritores, jornalistas e académicos, não estão excluídas personalidades provenientes de outros domínios, dos quais não se pode dizer manterem uma relação privilegiada com o mundo das Letras. Paula Teixeira da Cruz, jurista e política, é um destes casos. A ela se recorre na cinta de *A balada do Ultramar*. Tratando-se da segunda edição de um romance de estreia, tal opção reflete talvez a pouca atenção que a obra mereceu por parte da crítica especializada. Mais curiosa se afigura a inclusão, na frontaria da cinta de *Marés negras*, um livro de Filipe Farias editado pela Presença em 2003, de testemunhos de leitores identificados simplesmente como Daniela, Luísa e António, quando o autor recebeu em 2001 o Prémio Branquinho da Fonseca/Gulbenkian-Expresso de literatura juvenil. A linguagem descontraída dos excertos²⁹ está provavelmente mais próxima do público visado, para o qual esta proximidade talvez faça mais sentido do que um prémio. Porém, se é verdade que os leitores, tal como os autores, pertencem sem dúvida ao sistema literário e que todas as entidades que temos referido neste subcapítulo participam igualmente neste domínio, também é verdade que nem todos possuem capital que lhes garanta o prestígio que faz deles autoridades. Apesar da identificação, Daniela, Luísa e António, mesmo que tenham existência concreta, não deixam de ser anónimos ou, dito de outra forma, autoridades não autorizadas, as quais, na falta de melhor, um pouco à semelhança daqueles que não ganharam um prémio de que foram finalistas, se usam na promoção da obra, já porque se acredita que o leitor também valoriza as palavras de pessoas comuns, iguais a ele, já porque, na pior das hipóteses, “anything goes”. Em casos como este, talvez se deva antes falar do argumento da “desautoridade”, que não deixará certamente de ter os seus efeitos próprios.

As citações não envolvem apenas pessoas individuais, mais ou menos (re) conhecidas. No *corpus* em análise, são bastante frequentes as passagens atribuídas a entidades coletivas, mais especificamente, a órgãos de imprensa. Nas cintas de livros estrangeiros, aliás, não se encontra o nome de um único crítico, apontando-se antes um jornal ou uma revista como os responsáveis diretos pelo excerto transposto. O órgão de informação parece assim suplantar, em importância, o jornalista/crítico literário. Do conjunto dos títulos de imprensa, especializada ou não, citados nos livros estrangeiros³⁰ destaca-se o *The New York Times*. A posição de relevo que este jornal fundado em 1851 detém na imprensa americana não será alheia a esta tendência.

29 Daniela e Luísa assinam a seguinte passagem: “Não é apenas um livro, mas um universo de Fantasia... Faz-nos querer viajar para aquele mundo e nunca mais de lá sair...”. António, por seu turno, declara: “É o melhor livro que já li em toda a minha vida. Estou mortinho que chegue o próximo.”

30 *Le monde des livres*, *Publishers weekly*, *Books and reviews*, *People*, *Woman*, *Elle*, *The Times*, *Daily Express*, *ABC* e *Financial Times* são algumas das fontes indicadas nos livros de autores não-portugueses.

Embora em percentagem reduzida, nas obras de escritores portugueses, também há cintas que exibem títulos da imprensa estrangeira. *Ernestina* contém um excerto retirado do *International Herald Tribune*, jornal que pertence ao mesmo grupo que detém o famoso jornal americano acima mencionado. De resto, em *Como carne em pedra quente* cita-se o *Le monde diplomatique*, em *Uma viagem à Índia*, *O Globo* e, em *Vou contar-te um segredo*, o holandês *Starstyle Magazine*. Indiciar a repercussão além fronteiras de uma obra pode funcionar como uma estratégia de diferenciação e, conseqüentemente, de valorização. Tal não impede, porém, a convocação da imprensa nacional, como atestam *Ernestina* e a obra de Gonçalo M. Tavares. Afinal, a consonância de posições só pode reverter a favor da obra em causa.

Excetuando estes casos, são os títulos da imprensa portuguesa que claramente dominam nas cintas de livros de autores nacionais. Uma vez, à semelhança do que sucede nos volumes estrangeiros, é-lhes diretamente imputada uma afirmação: “Um diário secreto, chocante e real”, *Visão* (3ª edição de *O fim da inocência*). Noutras alturas, como já vimos, eles surgem a identificar um crítico de imprensa. Por fim, são jornais e revistas que apoiam a classificação editorial de “Livro do ano”. Excluindo a segunda possibilidade, é a frente da cinta que acolhe tais indicações. Quer isto dizer que nela se reflete o papel de destaque que a imprensa escrita desempenha na circulação social do livro, função que a banda, em certa medida, prolonga através do empréstimo.

Da mesma forma que nos livros estrangeiros, são os títulos da imprensa generalista que dominam as referências nas cintas coligidas. Entre eles, é o *Expresso* (8 ocorrências) que se destaca, seguido do *Público* (5 ocorrências) e do *Diário de Notícias*, com três menções. A *Ler*, que é o órgão de imprensa especializada mais referenciado, não passa também deste número, o que não deixa de lhe garantir uma posição central no seu meio. A alguma distância, surgem o *Jornal de Letras* e a *Os meus livros*, citados apenas uma vez cada. Estes resultados revelam uma preferência pelos jornais que, de acordo com a posição central que detêm no campo dos *media* escritos, atingem uma vasta audiência. O público visado não é, portanto, um público específico, com interesse particular na coisa literária, mas um público genérico, mais amplo e, portanto, mais rentável. Não é por isso estranho que, como nota Van Rees (1987: 280), das diversas obras avaliadas nos diários e semanários, apenas uma minoria seja retomada pelos órgãos da especialidade, o que também contribui para a menor convocação destes.

Sinal dos tempos é a utilização de um excerto proveniente de um *blog* na cinta da 3ª edição de *O fim da inocência*, a sugerir a competição entre as novas tecnologias e a imprensa tradicional na promoção literária. No entanto, a avaliar pela substituição desta citação na cinta da 5ª edição por uma passagem proveniente do *Jornal de*

Notícias e outra do *Diário Económico*, não será fácil destronar os jornais neste domínio.

Mas nem só de citações vivem as autoridades das cintas. Sabemos que os prefácios confiados a terceiros se destinam a incitar à leitura de uma obra. A eficiência de tal estratégia depende de quem assina o texto, pelo que “Cette caution est généralement, pour une préface originale, apportée par un écrivain plus consacré [...]” (Genette 1987: 247). Antecipar a autoria do prefácio na cinta realça a voz de autoridade que suporta este elemento peritextual, a qual, pelo seu prestígio, atua, em termos imediatos, como um forte argumento para a compra do exemplar. Mesmo não sendo um escritor *tout court*, é sem dúvida uma entidade renomada no universo cultural português que a frente da cinta original de *Uma viagem à Índia* convoca na indicação “Prefácio de Eduardo Lourenço”. Situação idêntica se verifica no rosto da cinta do romance *Correntes*, de Isabel Maia, onde se avança um excerto do prefácio da autoria de Daniel Serrão, uma personalidade das Ciências. Em ambos os casos, os prefaciadores, ao mesmo tempo que reforçam a sua posição através dos prefaciados, são uma via para a promoção destes, indiciando não só o seu lugar no sistema literário, mas contribuindo também para a sua afirmação.

Não se pense, porém que são apenas escritores jovens, em obras de estreia ou não, que empregam este dispositivo. De facto, também textos de escritores consagrados recorrem ao aval de nomes sonantes. Flagrante é, a este respeito, o caso de *Viagem a Portugal*, de José Saramago. Embora o autor, a abrir a “Apresentação” do livro, declare que “Mal vai à obra se lhe requerem prefácio que a explique, mal vai ao prefácio se presume de tanto” (Saramago 2011: 19), a cinta da 23ª edição anuncia precisamente um “Prefácio de Claudio Magris”, texto proveniente de uma edição espanhola da obra, com o adequado título “É proibido quebrar ninhos e escrever prefácios”. Se os múltiplos prémios arrecadados pelo *scholar*, escritor e tradutor italiano justificam a sua escolha para esta tarefa, o autor prefaciado não deixa de constituir, pela sua valia, um fator de consagração do prefaciador mais relevante do que nos exemplos anteriores.

Esta versão do argumento de autoridade, para além de pouco representada no conjunto recolhido de cintas, parece também ser a menos valorizada, como se depreende das mudanças ocorridas entre a cinta da primeira e da segunda edição de *Uma viagem à Índia*, já que, ao contrário do texto que acompanham, geralmente fixo, o conteúdo das cintas pode variar. De facto, as bandas apostas às diversas edições desta obra, ao mesmo tempo que refletem o seu processo de reconhecimento, fornecem indicações sobre a hierarquia interna do argumento de autoridade e sobre a sua posição no conjunto das estratégias de promoção e persuasão exibidas pelas bandas. Assim, embora o prefácio da autoria de Eduardo Lourenço acompanhe

sempre o livro de Gonçalo M. Tavares, na segunda edição, a indicação sobre a existência deste elemento peritextual é substituída pela já referida citação da autoria de Graça Moura e por títulos de jornais que legitimam a classificação de “Um dos livros do ano”. Todas estas vozes de autoridade dão lugar, a partir da terceira edição, ao elenco dos prémios atribuídos à obra. De acordo com esta sequência, reafirmada pela organização interna da cinta da 4ª edição de *O retorno*, o *topus* da qualidade sobrepõe-se ao argumento da autoridade, sendo os prémios a forma máxima de distinção.

6. Antes do fim

Prática desenvolvida com a mercantilização do livro, a cinta destina-se a fazer de uma obra um sucesso de vendas. Da inicial “banda de lançamento”, evoluiu para uma existência errática ao longo do percurso editorial de uma publicação. A sua natureza comercial reflete-se no tipo de discurso utilizado, no qual, apesar da diversidade de aspetos e vozes convocadas, não deixa de se manifestar uma certa monotonia e até previsibilidade, comprometedoras da sua eficácia. O seu afã publicitário não vive propriamente do texto que acompanha, mas da vida que ele ganha depois de lançado no mercado. É por isso que, embora insignificantes ou, pelo menos, dispensáveis do ponto de vista do consumidor, as cintas podem fornecer indicações úteis para a investigação sobre a literatura como atividade social. No espaço reduzido de que dispõem, elas procuram rentabilizar economicamente diversos aspetos ligados à trajetória social de um livro. Aí encontram lugar, por exemplo, a indicação do número de vendas, a convocação de um autor consagrado ou de uma apreciação positiva num jornal ou revista, bem como a referência a prémios recebidos. Estes, pelo valor simbólico que encerram, são importantes alvos de capitalização. O valor comercial de dados deste tipo determina a parte da cinta que ocupam, traduzindo e reforçando, afinal, uma escala interna ao próprio campo literário. Neste mundo profuso e imprevisível das cintas, ele é instrumentalizado a favor daquilo que, segundo os defensores da sua autonomia, mais atenta contra ela.

Referências bibliográficas

- Antunes, António Lobo: “De livros e editores”, *Visão* (19 de agosto de 2010), 12-13.
- Babo, Maria Augusta (1993): *A escrita do livro* (Lisboa: Vega).
- Baetens, Jan (1983) : “Bande à part? (sur la pratique de la bande-annonce)”, *Conséquences* 1, 66-79.

- Bourdieu, Pierre (1996): *As regras da arte* (Lisboa: Presença).
- Compagnon, Antoine (1979) : *La seconde main ou le travail de la citation* (Paris: Seuil).
- Even-Zohar, Itamar (1999): « Planificación de la cultura y mercado ». Disponível em http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/papers/trabajos/polisistemas_de_cultura2007.pdf [consult. 12.08.2012].
- Even-Zohar, Itamar (1990): « El “sistema literario” ». Disponível em http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/papers/trabajos/polisistemas_de_cultura2007.pdf [consult. 12.08.2012].
- Febvre, Lucien / Martin, Henri-Jean (2000): *O aparecimento do livro* (Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian).
- Fouces González, Covadonga Gema (s/d): “La comunicación persuasiva y el mercado del best seller de ficción narrativa en la sociedad digital”. Disponível em <http://www.monografias.com/trabajos901/comunicacion-persuasiva-best-seller-cibersociedad/comunicacion-persuasiva-best-seller-cibersociedad.shtml> [consult. 09.08.12].
- Furtado, José Afonso (1995): *O que é o livro* (Lisboa: Difusão Cultural).
- Genette, Gérard (1987): *Seuils* (Paris: Seuil).
- George, João Pedro (2002): *O meio literário português (1960/1998)* (Lisboa: Difel).
- Glossário de terminologia do livro*. Disponível em <http://tipografos.net/glossario/livro.html> [consult. 25.01.2012].
- Hoek, Leo H. (1981): *La marque du titre. Dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle* (La Haye / Paris / New York: Mouton Éditeur).
- Perelman, Chaïm / Olbrechts-Tyteca, Lucie (2000): *Tratado da argumentação. A Nova Retórica* (São Paulo: Martins Fontes).
- Pinto, Paulo Teixeira (s/d): “Valor económico da língua”. Disponível em http://www.apel.pt/gest_cnt_upload/editor/File/PTP-valoreconomicodalingua.pdf [consult. 26.04.2011].
- “Regulamento dos Prémios de Edição”. Disponível <http://dl.dropbox.com/u/6466758/regulamento2011.pdf> [consult. 23.03.2012].
- Rendeiro, Margarida (2010): *The Literary Institution in Portugal since the Thirties. Analysis under Special Consideration of the Publishing Market* (Bern / Berlin / Bruxelles: Peter Lang).

Saramago, José (2011): *Viagem a Portugal*, 23ª ed. (Lisboa: Caminho).

Van Rees, C. J. (1987): “How reviewers reach consensus on the value of literary works”, *Poetics* 16, 275-294.

Viñas Piquer, David (2009): *El enigma best-seller. Fenómenos extraños en el campo literario* (Barcelona: Ariel).

Texto escrito conforme o Acordo Ortográfico - convertido pelo Lince.

Anexo: Listagem das obras a que pertenciam as cintas utilizadas neste trabalho

Acácio, Manuel, *A balada do Ultramar*, 2ª edição

Ademar, Carlos, *Estranha forma de vida*, 3ª edição

Adolfo, Ricardo, *Depois de morrer aconteceram-me muitas coisas*

Adolfo, Ricardo, *Mizé – antes galdéria do que normal e remediada*

Aigualusa, José Eduardo, *O vendedor de passados* [Prémio Independent Ficção Estrangeira 2007]

Alegre, Manuel, *Obra poética*, 2ª edição [Prémio de Crítica da Associação Internacional de Críticos Literários 1998]

Alegre, Manuel, *Nambuanguo, meu amor*, 2ª edição

Almodóvar, Pedro, *Patty Difusa e outros textos*

Ammaniti, Niccoló, *Como Deus manda* [Prémio Strega 2007]

Antunes, António Lobo, *Boa tarde às coisas aqui em baixo*, 6ª edição

Antunes, António Lobo, *Conhecimento do inferno*, 14ª edição

Araújo, Manuel António, *A aldeia das mulheres* [Prémio Revelação APE 2001 e Prémio Nacional do Conto Eça de Queirós 1999]

Arouca, Manuel, *Deixei o meu coração em África*, 8ª edição

Baer, Robert, *Deserto do mal*

Baldacci, David, *A conspiração do silêncio*

Bessa-Luís, Agustina, *A Sibila* [reedição]

Bolaño, Roberto, *2666*, 8ª edición [National Book Critics Circle Award 2008/Prémio Fundación Lara 2004/ Prémio Salambó 2004/ Prémio Ciudad de Barcelona 2004]

Bolaño, Roberto, *Os dissabores do verdadeiro policía*

Bolaño, Roberto, *O terceiro Reich*

Buarque, Chico, *Leite derramado* [Prémio PT 2010/Prémio Jabuti 2010]

Cabral, Helena Sacadura, *Nós de amor*, 1ª edición

Cabral, Helena Sacadura, *Nós de amor*, 2ª edición

Cadilhe, Gonçalo, *O mundo é fácil*, 2ª edición

Carcasi, Giulia, *Quantas estrelas tem o céu?*

Cardoso, Dulce Maria, *Os meus sentimentos* [Prémio da União Europeia para a Literatura 2009]

Cardoso, Dulce Maria, *O retorno*, 3ª edición

Cardoso, Dulce Maria, *O retorno*, 4ª edición [Prémio Especial da Crítica 2011 Ler/Booktailors]

Carvalho, J. Rentes de, *Ernestina*, 3ª edición

Carvalho, Mário de, *Se perguntarem por mim digam que não estou / Haja harmonia*, 2ª edición [Grande Prémio de Teatro 1999]

Castel-Branco, Luísa, *Em nome do filho*

Coelho, Alexandra Lucas, *Caderno afegão*, 3ª edición

Correia, Clara Pinto, *Adeus, princesa* [reedición]

Costa, J. P. Oliveira e, *O fio do tempo*

Costa, Maria Velho da, *Myra*, [Prémio PEN de Ficção 2009]

Ellroy, James, *A dália negra*

Faria, Almeida, *O murmúrio do mundo*, 2ª edición

Faria, Rosa Lobato de, *Vento suão*

Farias, Filipe, *Marés negras*

Ferreira, Vergílio, *A curva de uma vida*

Ferreira, Vergílio, *A palavra mágica* [reedición de um dos *Contos*]

- Fonseca, Ana Sofia, *Como carne em pedra quente*
- Galera, David, *Mãos de cavalo*
- Godinho, Vitorino Magalhães, *A expansão quatrocentista portuguesa*
- Grass, Günter, *Descascando a cebola*, 3ª edição
- Grass, Günter, *O meu século*
- Gullar, Ferreira, *Em alguma parte alguma/Poema sujo* [Prémio Camões 2010]
- Honrado, Alexandre, *História de uma garrafa*, 11ª edição [Prémio Literário Infantil Maternidade Alfredo da Costa.]
- Horta, Maria Teresa, *Poesia reunida*
- Houellebecq, Michel, *La carte et le territoire* [Prix Goncourt 2010]
- Júdice, Nuno, *Poesia reunida. 1967-2000* [Prémio da Crítica 2001]
- Kobayashi, Takiji, *O navio dos homens*
- Laranjeira, Pires de, *Ensaio afro-literários*, 2ª edição
- Lisboa, Adriana, *Rakushisha* [Prémio Saramago 2003]
- López Barrío, Cristina, *A casa dos amores impossíveis*
- Loureiro, Maria Teresa, *Encontro no teu olhar* [Prémio Máxima 2001]
- Machado, Dinis, *O que diz Molero* [reedição]
- mãe, valter hugo, *A máquina de fazer espanhóis*, 5ª edição
- Magalhães, Júlio, *Um amor em tempos de guerra*
- Maia, Isabel, *Correntes*
- Martins, Rui Cardoso, *Deixem passar o homem invisível* [Prémio de romance e novela da APE/DGLB 2009]
- Martins, Rui Cardoso, *E se eu gostasse muito de morrer*
- Medeiros, Nuno, *Edição e editores* [Prémio Fundação Mário Soares de História de Portugal do século XX de 2009]
- Menéndez Salmon, Ricardo, *Derrocada*
- Monteiro, Rose Nery Sttau, *O holograma único* [Prémio Novo Talento FNAC Literatura 2009]

- Moravia, Alberto, *Uma ideia da Índia*, 5ª edição
- Murakami, Haruki, *Auto-retrato do escritor enquanto corredor de fundo*
- Murakami, Haruki, *Kafka à beira-mar*
- Nickson, Mary, *A ilha dos encantos*
- Noël, Bernard, *O castelo da ceia*
- Patrício, Tiago, *O livro das aves* [Prémio Daniel Faria 2009]
- Pedrosa, Inês (org.), *Poemas de amor. Antologia de poesia portuguesa*
- Pedrosa, Inês (org.), *Poemas de amor. Antologia de poesia portuguesa*, 10ª edição
- Pinto, Margarida Rebelo, *Minha querida Inês*
- Pinto, Margarida Rebelo, *A minha casa e o teu coração*
- Pinto Margarida Rebelo, *Onde reside o amor*
- Pinto, Margarida Rebelo, *Português suave*, 3ª edição
- Pinto, Margarida Rebelo, *Diário da tua ausência*
- Pinto Margarida Rebelo, *Vou contar-te um segredo*, 3ª edição
- Pinto, Margarida Rebelo, *Não há coincidências*
- Pinto, Pedro, *O último bandeirante*
- Rosa, António Ramos, *Antologia poética*
- Rosero, Evelio, *Os exércitos* [Prémio Tusquets/Prémio Independent (melhor obra de ficção estrangeira)/Prémio Nacional de Literatura da Colômbia]
- Ruiz Zafón, Carlos, *A sombra do vento*, 19ª edição
- Sacheri, Eduardo, *O segredo dos seus olhos*
- Safier, David, *Maldito karma*
- Sakala, Alcides, *Memórias de um guerrilheiro*, 3ª edição
- Salgueiro, Francisco, *O fim da inocência*, 3ª edição
- Salgueiro, Francisco, *O fim da inocência*, 5ª edição
- Santos, Gustavo, *Os laços que nos unem*
- Saramago, José, *Caim* [Prémio Nobel da Literatura 1998]

Saramago, José, *A viagem do elefante*

Saramago, José, *Cadernos de Lanzarote. Diário III* [Prémio Nobel da Literatura 1998]

Saramago, José, *Viagem a Portugal*, 23ª edição

Tavares, Gonçalo M., *Uma viagem à Índia*, 1ª edição

Tavares, Gonçalo M., *Uma viagem à Índia*, 2ª edição

Tavares, Gonçalo M., *Uma viagem à Índia*, 3ª edição [Prémio Autores 2011 SPA/RTP na categoria Literatura - Melhor livro de ficção narrativa / Prémio de Edição Ler/Booktailors -2010 / Prémio Especial da Critica / Grande Prémio do Romance APE 2011 /Prémio Literário Fernando Namora/Estoril Sol 2011]

Tavares, Gonçalo M., *Aprender a rezar na era da técnica*, 3ª edição [Prémio do melhor livro estrangeiro França 2010/Finalista do Prémio Femina 2010/Finalista do Prémio Médicis 2010]

Tavares, Gonçalo M., *Jerusalém*, 9ª edição [Prémio Ler/Millennium BCP 2004/ Prémio Literário José Saramago 2005/Prémio Portugal Telecom de Literatura 2007 (Brasil)]

Tavares, Gonçalo M., *água, cão, cavalo, cabeça*, 2ª edição [Grande Prémio do conto 2006]

Tavares, Miguel Sousa, *Rio das Flores*, 7ª edição

Tavares, Miguel Sousa, *O planeta branco*, 7ª edição

Tiago, Manuel, *Cinco dias, cinco noites* [reedição]

Tolstoi, Lev, *Confissão*

Tordo, João, *O bom inverno*, 2ª edição

Vargas Llosa, Mário, *Conversa na catedral*, 7ª edição

Verde, Cesário, *Poesia completa, 1855-1886*