

REPRESENTAÇÕES VISUAIS DA MORTE NA EDIÇÃO DE LIVROS EM PORTUGAL – ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE AS EMOÇÕES VEICULADAS

VISUAL REPRESENTATIONS OF DEATH IN PORTUGUESE BOOK PUBLISHING – AN EXPLORATORY STUDY OF THE CONVEYED EMOTIONS

Mafalda Frade*

mmfrade.ua@gmail.com; mmfrade@fcs.unl.pt

Maria Manuel Baptista*

mbaptista@ua.pt

A evolução imagética a que o mercado livreiro tem obrigado na última década, por força de uma competição cada vez mais intensa por leitores e por espaço/tempo nas livrarias, reflete-se de forma premente nas capas de livros, cujo *design* adquiriu uma enorme importância por apelar às emoções (motivando assim o consumo). As múltiplas obras sobre doença e morte editadas nos últimos anos em Portugal não escapam a esta tendência. Neste âmbito, o presente estudo procura analisar as diferenças e semelhanças na representação visual da morte nas capas destes livros, tendo em conta diversos parâmetros, como: sexo dos sujeitos, faixa etária, doenças específicas, autores e tipo de editoras. Através desta análise, identificaremos as regularidades e constantes presentes nas capas, procurando descobrir que mensagem veicula cada uma delas, de forma a compreendermos de que modo estes livros demonstram, nas suas capas, as conceções culturais e emoções que rodeiam estes assuntos.

Palavras-chave: morte, emoções, *design* editorial, representação cultural, capas de livros, Portugal.

* Centro de Linguística (CLUNL), FCSH/Universidade Nova de Lisboa; e Centro de Línguas, Literaturas e Culturas, Universidade de Aveiro, Portugal.

* Centro de Línguas, Literaturas e Culturas, Universidade de Aveiro, Portugal.

In the last decade, an increasingly intense competition for readers and space/time in bookstores has forced the book market to invest in appearance. This is strongly reflected in book covers whose design has gained great importance due to the fact that they aim to appeal to emotions (an important motivating tool for the purchaser). The multiple works on disease and death that have been published in recent years in Portugal do not escape this trend. In this context, an analysis is made of differences and similarities in the visual representation of death on the covers of these books, taking into account several parameters, such as: gender, age, specific diseases, authors and type of publishers. Through this analysis the characteristics of the covers will be identified and their intended message deciphered in order to understand how these book covers demonstrate the cultural conceptions and emotions that surround the subject of death.

Keywords: death, emotions, editorial design, cultural representation, book covers, Portugal.



0. Introdução

Pretende-se, com este estudo, investigar a forma como o tabu da morte é tratado a nível da cultura portuguesa, nomeadamente no que diz respeito às conceções culturais subjacentes às capas de livros cujo assunto principal se liga à narrativa de processos de doença e morte e que têm origem na forma como a nossa sociedade lida emocionalmente com este assunto.

Para atingirmos este nosso objetivo, faremos um breve excursão sobre o modo como a sociedade ocidental tem lidado com o fenómeno da morte ao longo dos séculos, de forma a compreender as emoções que subjazem às representações culturais da morte nos nossos dias. Depois, analisaremos um *corpus* de capas de livros relacionadas com esta temática, procedendo a divisões internas e análises parciais, de acordo com variantes definidas. Teremos em consideração, aqui, não apenas as conceções culturais da sociedade ocidental sobre a morte, mas também as escolhas operadas pelo mercado livreiro no âmbito do *design* das capas de livros (a nível, por exemplo, de cor, imagem ou léxico), tendo em atenção que, neste domínio, geralmente se procura impulsionar ao máximo a venda de obras.

Após esta análise, os dados obtidos serão objeto de discussão, de forma a poderem ser extraídas do estudo conclusões acerca da temática definida.

1. A morte: do visível ao invisível

A morte foi fonte de atração para o Homem, desde tempos remotos, embora nem sempre tenha sido olhada de modo positivo ou pacífico, dada a conjuntura de mistério e incerteza que a rodeia (Caputo, 2008, p. 73.l). Em termos civilizacionais, para muitos é um tabu, uma circunstância da vida, assunto, objeto ou comportamento que não é mencionado frontalmente (ou sequer assumido), impondo assim uma proibição relacionada com uma determinada realidade e os nomes pelos quais é conhecida (Ullmann, 1964, p. 425-426). De acordo com Ullmann^[1], a motivação psicológica por trás do tabu linguístico pode ser de três tipos: medo (como acontece com os tabus ligados ao sobrenatural, por exemplo), decência (caso dos tabus relacionados com funções fisiológicas, partes do corpo, sexo, etc.) ou delicadeza (destinada a evitar a menção direta a assuntos desagradáveis como doenças, crimes ou a morte). Esta última realidade é profícua em eufemismos destinados a evitar a menção direta à morte. Por exemplo, ‘morrer’ é um vocábulo frequentemente substituído por expressões como ‘deixar esta vida’, ‘partir para o outro mundo’, ‘ir para Deus’, etc. (Ullmann, 1964, p. 310).

Diversos estudos revelam que, ao longo dos tempos, a morte foi encarada de forma distinta pelas diferentes civilizações. Assim, em tempos remotos, os mortos ocupavam um lugar próprio e eram honrados na sua nova condição, o que também sucede no Mundo Antigo, época em que os defuntos tinham um espaço próprio, como a beira das estradas no perímetro exterior das cidades romanas. Os primeiros séculos d. C. trouxeram modificações, como o culto dos mártires, cuja proteção além da morte era invocada e marcada pelo enterramento perto dos seus túmulos. No século VI d. C., esta conduta transforma-se em sepultamento dentro das igrejas, num desejo de proteção divina (Ariès, 1975, p. 25-29).

Na segunda fase da Idade Média (séculos XI e XII), a ideia da morte conhece uma mudança. Até agora era encarada como algo natural e familiar e o seu instante chega a ser organizado e ritualizado em cerimónia a que assiste toda a família (crianças incluídas) e o próprio moribundo^[2], sendo considerado natural que o homem se apercebesse da própria condição ou fosse avisado de que o fim estava próximo, participando na sua preparação (Ariès, 1975, p. 145-147). Contudo, o desenvolvimento da noção de pecado original e da conceção cristã sobre o Juízo Final, com a

1 Ullmann (1964) distingue estes três grupos de tabus, embora não os delimite de forma rigorosa.

2 “A câmara do moribundo convertia-se então em lugar público. A entrada era livre. (...) Importava que os parentes, amigos e vizinhos estivessem presentes” (Ariès, 1975, p. 24).

concomitante individualização do Destino além-vida e a incerteza sobre a misericórdia divina (o Paraíso torna-se inacessível a todas as almas, sendo possível o sofrimento no Inferno), fomentou uma consciência pessoal do processo e a interiorização da morte como uma situação atemorizante. Antropomorficamente, e sobretudo a partir do século XII, a morte, até então representada como um homem, surge sob a forma de esqueletos e perante o seu poder a impotência humana é total (Ariès, 1975, p. 32-35; Guthke, 1999, p. 39-40).

A este temor alia-se, nos séculos XIV-XVI, o interesse pela corrupção física associada ao desaparecimento corporal, representada artisticamente por imagens de cadáveres e descrições literárias sobre o tema, num jogo erótico-macabro em que amor e morte se entrelaçam e em que esta última é olhada sem a familiaridade que até agora a caracterizava (Ariès, 1975, p. 43-44; Guthke, 1999, p. 92-104).

Séculos depois, na época romântica, a sociedade começa a reagir de forma dramática, num processo de afetividade em que a morte é admirada pela sua beleza e dramatismo, sendo olhada com complacência e emoção e assumindo-se como uma amiga, irmã do sono, que extingue a vida sem choque, ainda que continue a implicar sofrimento.^[3] No século XVIII, o dramatismo é reforçado pelo pensamento ideológico iluminista – que repensa os enterramentos nas igrejas, por questões de saúde e da indignidade relacionada com o tratamento dado aos corpos (Ariès, 1975, p. 49-50; Catroga, 1999, p. 42-45) – e pelas transformações que marcam as relações familiares, agora mais marcadas pelo afeto^[4] e, conseqüentemente, mais sensíveis à separação provocada pela morte: o desaparecimento dos entes queridos torna-se intolerável, revelando-se num luto visível, mais propenso ao choro e a lamentações emotivas (Ariès, 1975, p. 44-46).

3 “The Romantic Age visualized death as a friendly and conciliatory, even loving and beautiful persona that paradoxically enhances life as it fades away” (Guthke, 1999, p. 132. Veja-se também, *ibidem*, p. 128-158).

4 “Com o advento da industrialização, assiste-se a uma mudança por muitos considerada radical: a separação do local de trabalho do local de residência familiar. O trabalho passa a desenrolar-se exteriormente ao contexto familiar e isto influencia de diversas formas a organização e dinâmica familiar. A família torna-se pela primeira vez num espaço privado. Os interesses comunitários transferem-se para os interesses individuais e a família passa a centrar-se no pai, mãe e filhos. O contraste implícito entre a família tradicional baseada numa rede alargada e bem estruturada de relações familiares ligadas por deveres e obrigações e uma muito mais reduzida, individualista e frágil família dos tempos modernos, é cada vez mais notório e presente. A estrutura familiar passa a estar relacionada com a atracção sexual, com o amor e companheirismo. O casamento romântico passa a ditar as regras” (Cunha, 2005, p. 12).

Ainda no século XIX, começa a verificar-se artisticamente um com-prazimento com o fim da vida, através, por exemplo, de imagens de anjos que conduzem à morte de forma tranquila, numa pacificação melancólica e sedutora.

Já no século XX, a arte mantém vivo um discurso próprio sobre a morte – que vai da exploração do lado negro da morte à sátira ou à sua representação como uma sedutora excêntrica (Guthke, 1999, p. 228-251; Kohle, 2013, p. 56-57) –, mas, paradoxalmente, “o homem comum emudeceu, comporta-se como se a morte não existisse” (Ariès, 1975, p. 144). De facto, as diversas mudanças sociais operadas conduzem à consolidação do tabu da morte, agora olhada com distanciamento, verificando-se um processo de dissimulação da condição do moribundo e a negação do fim da vida.

Esta conduta relaciona-se, à época, com fatores que importa discriminar:

a) A crescente valorização do prazer e da felicidade e controlo do luto

A partir do século XX, notou-se uma crescente valorização do prazer e da felicidade, que não tolera um espaço de dor e sofrimento (Abud, 2008, p. 2; Ariès, 1975, p. 150). Para isto terá contribuído, segundo Kübler-Ross (1996, p. 26-27), o facto de o sofrimento ter perdido a sua razão de ser: se, antes, as crenças religiosas permitiam a convicção de que as dores terrenas seriam convertidas em recompensa no Paraíso, hoje em dia, a administração de sedativos permitiu fugir ao sofrimento, que deixou, assim, de ter uma finalidade evidente num mundo onde se deve aparentar sempre felicidade. De facto, a sociedade de hoje pugna pela fuga à tristeza, o que conduz a uma grande pressão para se evitar a expressão de emoções negativas, que se tornam interditas como se houvesse “o dever moral e a obrigação social de contribuir para a felicidade colectiva, evitando toda a causa de tristeza ou aflicção” (Ariès, 1975, p. 56, 59).

Isto conduz a dois tipos de conduta. Por um lado, o moribundo procura dissimular a sua condição, para poupar os seus à emoção de assistir à agonia final. E estes fazem o mesmo: assiste-se com frequência à ocultação, perante o doente, da sua real condição e da aproximação da morte, numa tentativa de escamotear os sentimentos de angústia e sofrimento que ele poderia expressar e que perturbariam não só o seu círculo de relações mais próximo, mas também a sociedade em geral (Ariès, 1975, p. 55-56, 148, 151; Kübler-Ross, 1996, p. 48). Por outro, evita-se a expressão visível do luto, exigindo-se que seja reservada para a intimidade, pelo facto

de a manifestação descontrolada de sentimentos perturbar e repugnar os que rodeiam o enlutado (Caputo, 2008, p. 78). Nota-se, assim, neste contexto, que o processo da morte é negado cultural e socialmente, devendo circunscrever-se ao foro privado. Contudo, mesmo aqui a exteriorização do luto deve ser reduzida ao mínimo e o morto, não sendo esquecido, deixa de existir no plano da palavra e dos atos se estes revelarem sofrimento. De facto, a expressão dos estados emocionais é cada vez mais interdita: em casa, a possibilidade de impressionar as crianças, por exemplo, obriga à expressão solitária e escondida da dor, o que pode conduzir, mais tarde, a problemas psicológicos (Ariès, 1975, p. 57-58, 160-163).

b) Os avanços no campo da medicina

Com o advento dos progressos médicos, que permitem o prolongamento da vida e o adiamento do processo da morte, criou-se a ilusão de que a morte é controlável, o que impede que seja aceite como natural e expectável (Abud, 2008, p. 3). Estes avanços dotaram também a profissão médica de uma aura de onipotência e invulnerabilidade perante a doença que interfere na conduta de doentes e profissionais de saúde. Assim, se muitos doentes acham que o médico tudo sabe, colocando-se nas suas mãos com a esperança de poder vencer qualquer enfermidade e exigindo uma resposta à altura das suas expectativas^[5], há médicos que, pelo seu lado, não conseguem gerir os sentimentos de impotência que a fase terminal de alguns pacientes acarreta, revelando dificuldade em saber quando parar de tentar salvar uma vida^[6], ou manifestando uma aparente frieza científica, na tentativa de evitar a ansiedade e culpa que o sentimento de fracasso proporciona. De facto^[7],

5 “As concepções positivistas da sociedade ocidental moderna deram origem à crença infundada de que tudo pode ser subjugado, moldado à nossa vontade. Quando se consideram, por exemplo, os avanços que diversos medicamentos e técnicas cirúrgicas trouxeram para a qualidade de vida do ser humano, inclusive com prolongamento de sua existência, pode-se entender a crença de que, se as doenças que levam à morte podem ser curadas, é só uma questão de tempo até que se consiga a cura para todas estas doenças e a morte deixe de existir. Assim, a morte passa a ser entendida como falha da medicina e não como parte integrante da vida. A visão da morte como um erro da medicina, um insucesso de um tratamento, gera ansiedade e cobrança por parte da população e dos próprios médicos” (Pazin-Filho, 2005, p. 20).

6 Amorim, 2013, p. 58; Vivone, 2004, p. 15; Rosário, 1991, p. 243, 245.

7 Ver também Kübler-Ross, 1996, p. 21; Pinto e Veiga, 2005, p. 41; Pazin-Filho, 2005, p. 21; Vivone, 2004, p. 15; Gama, 2013, p. 80.

a sociedade atribui ao médico a função de ser o responsável por debelar e vencer a morte; é o ser tanatolítico (grego: *tanatos* = morte, *litis* = destruição) que decide o instante da morte e o contexto do morrer. Torna-se, assim, onipotente e como primazia tem-se o salvar a qualquer custo, a fim de corresponder às expectativas projetadas de um preservador de vidas. Assim, pesa sobre os médicos uma alta expectativa social que se expressa de diversas formas. Dentro desse contexto e na vigência de doenças incuráveis, o médico se defronta com sua insignificância diante de quadros irreversíveis. Consciente ou inconscientemente, defronta-se consigo mesmo, com a própria finitude, frustrando-se. Consequentemente temeroso por esses sentimentos, ele passa a doutrinarse do distanciamento e da frialdade desumanizadora. A neutralidade, a alienação e a indiferença com o doente são tidas como condições *sine qua non* para o bom desempenho do trabalho, uma vez que afastam a angústia do profissional frente à morte do outro e de si mesmo. Dessa forma, os médicos tendem a não se defrontar com a realidade da morte, fato esse que passa a ser fonte de sofrimento, constituindo um tema tabu, que procuram evitar (Hanna *et al.*, 2011, p. 589).

Este processo é bem visível no caso das doenças oncológicas, segunda causa de morte nos países industrializados^[8], cujo espectro aterroriza a sociedade atual. Tal como sucedeu com a tuberculose no século XIX e inícios do século XX, hoje em dia o cancro surge como doença que suscita enorme temor e é equivalente a morte certa para muitos, chegando a ser evitada a sua menção direta (Sontag, 1998, p. 15; Kübler-Ross, 1996, p. 41-43; Ariès, 1975, p. 150). De facto, e ainda que, em muitos dos seus tipos, o cancro possa ser encarado como uma doença crónica^[9] e passível, portanto, de acompanhar um doente muitos anos antes da sua morte, em termos culturais não deixa de ser considerado uma doença mortal, suscitando, assim, muitos temores^[10]:

Não restam dúvidas que o traço mais evidente desta doença é a perenidade de um conceito de incurabilidade, acompanhado de uma fama igualmente sinistra e desmoralizante, repulsiva até, aspetos que mesmo na prática médica não deixaram de ser reproduzidos nem sequer desmentidos. Poderia supor-se o contrário, em face das campanhas anticancerosas do século XX e da introdução progressiva de métodos de tratamento cada vez mais eficazes, se bem que nem sempre curativos, mas a verdade é que mesmo nos dias de hoje em muitos casos se transforma o cancro não numa doença totalmente curada, mas sim

8 Pimentel, *ap. d* Canavarro *et al.*, 2010, p. 6.

9 Canavarro *et al.*, 2010, p. 6-7.

10 Ver também Almico e Faro, 2014, p. 2.

numa doença crónica, e é certo que ainda está por surgir a «bala mágica» que lhe dará, enfim, o derradeiro golpe de misericórdia (Costa, 2012, p. 88).

Esta inexistência da “bala mágica”, um tratamento que permita erradicar por completo a doença oncológica, torna esta particularmente difícil para os profissionais de saúde, dada a imprevisibilidade da cura que lhe está associada. Em muitos casos, os tratamentos apenas permitem “ganhos mínimos em termos de resposta ao tumor e sobrevivência” (Canavarro *et al.*, 2010, p. 6) e assim, os médicos oncológicos, ainda que consigam por vezes alcançar uma cura ou minimizar os efeitos da doença, ganhando tempo de vida para os doentes, permanecem muito vulneráveis às representações sociais de onnipotência e invulnerabilidade que, como vimos, interferem com o comportamento emocional que evidenciam junto dos pacientes.

c) O hospital como espaço de morte

A partir do fim do século XIX, o espaço preferencial para a morte passa a ser o hospital, o que tornou o óbito socialmente menos visível (Macedo, 2004, p. 10-12). Esta situação favoreceu a solidão do moribundo, que deixou de morrer em casa. Com isto, produziu-se um crescente afastamento da família à hora da morte, provocando uma crescente intolerância pela presença do corpo no espaço familiar (que hoje está consolidada). Neste âmbito, as pessoas, sobretudo as crianças, são subtraídas a tudo o que rodeia o desaparecimento de alguém, “como se a morte tivesse sido proscrita do palco da vida social” (Cunha, 1999, p. 118).^[11] Ao mesmo tempo, os rituais fúnebres mudam e passam a ser rápidos e discretos, evitando-se as emoções fortes e até o vestuário escuro.^[12] O tabu da morte torna-se, assim, bem patente na sociedade, decorrendo do medo da exposição à própria finitude e à corrupção corporal, o que nos permite concluir que “a sociedade contemporânea tem estabelecido, através de formas culturais, a redução da morte e tudo o que está relacionado a ela no intuito de negar a experiência da mesma” (Caputo, 2008, p. 78).

11 Ver também *ibidem*, p. 110-112; Caputo, 2008, p. 79; Ariès, 1975, p. 56, 165.

12 Caputo, 2008, p. 78; Cunha, 1999, p. 111-112; Abud, 2008, p. 2; Ariès, 1975, p. 57, 156.

2. O *design* das capas de livros e a temática da morte

Diversos estudos demonstram que o *design* dos objetos influencia o comportamento dos consumidores, impelindo-os, ou não, à compra de um determinado produto. De acordo com as investigações levadas a cabo por Norman (2004), isto relaciona-se diretamente com as emoções, razão pela qual este investigador refere a existência do ‘*Design* emocional’, considerando que é muito importante que o *designer* saiba interpelar emocionalmente o público-alvo, na medida em que as emoções desempenham um papel crucial nas decisões que este último toma.^[13] Assim sendo, o sucesso de um objeto de *design* depende, pelo menos em parte, da forma como atinge emocionalmente o potencial consumidor.

No que diz respeito às capas de livros, esta necessidade mantém-se. De facto, como defende Rollins (2014, p. 7)^[14],

a book cover can evoke a range of emotional responses, from horror to nostalgia to amusement, or even indifference. Each of these responses is valid, and understanding and predicting what those emotional responses will be is in the publisher’s interest. In order to appeal to the consumer, the book must create a feeling that inspires purchase; this feeling is often non-conscious.

De facto, uma das mais importantes características a ter em conta à hora de colocar o livro no mercado é a capa que tem: se não atrair o consumidor, é provável que este não se interesse pelo livro.^[15] Assim sendo, o principal objetivo de uma capa é vender, pelo que esta deve não apenas informar, mas também atrair, estando em consonância com as exigências do mercado, sobretudo no mundo dos livros de consumo rápido, devido à necessidade de aproveitar o impulso de compra que o público-leitor manifesta.^[16] Ora, sabemos que estamos, neste momento, num mundo dominado pelos

13 “Modern research shows that the affective system provides critical assistance to your decision making by helping you make rapid selections between good and bad, reducing the number of things to be considered” (Norman, 2004, p. 12). Veja-se também Rollins, 2014, p. 6-8.

14 Veja-se também Postma, 2015, p. 4.

15 “The cover may give the consumer no feelings one way or another if he or she is already committed to buying the book, but a cover he or she finds off-putting may convince an uncommitted consumer not to purchase the book. It is therefore imperative that the message consumers receive from the cover image be attractive to him or her in some way” (Rollins, 2014, p. 17). Veja-se também Suzanne, 2003, p. 150.

16 “The sales objective of the image is more significant in consumer book publishing (especially paperbacks) than other areas because of the importance of retail impulse purchase” (Clark, 2002, p. 106).

grandes grupos empresariais, em que a cultura livreira é olhada como uma indústria que deve dar lucro, sendo que a política mais comum é a de abandonar a publicação de obras que não atraíam o consumidor rapidamente.^[17] Neste âmbito, uma capa de livro pode fazer a diferença, como indica Phillips (2007, p. 29-30):

The cover plays a vital part in positioning a book or author in the market. The retail environment for books has become highly competitive and covers have to be correct for the chosen market (...). The cover can determine whether the book is displayed face out in the shop, and whether it is picked up by a browser looking for their next purchase.

Vemos, assim, que, neste âmbito, o *design* da capa é vital: “good design standards sell books”, diz-nos Clark (2002, p. 102), ressaltando, entre outros pontos, o modo como a capa pode atrair o potencial comprador.

No caso da edição de livros sobre a morte, esta atração é vital: só é possível vender um livro que aborde o tema da morte desde que, à primeira vista (ou seja, na capa), não se revelem ostensivamente sinais de sofrimento. De facto, não é possível neste tipo de livros seguir a tendência de utilizar a capa para dar pistas ao potencial consumidor sobre o conteúdo do livro, de forma a atraí-lo para a compra.^[18] Assim, ainda que a contenção que o luto socialmente exige nos dias de hoje não invalide que a morte possa ser objeto de exteriorização emocional, é necessário, num produto de consumo, fazê-lo da forma considerada correta para a cultura do nosso tempo: pugnando pela ausência de sofrimento, para que a situação não provoque repulsa e afastamento. Neste âmbito, note-se o que nos diz Ariès, a propósito dos rituais fúnebres norte-americanos, onde o embalsamento e a reunião familiar por ocasião do funeral se converteram num comércio lucrativo: “Não se vende bem o que não tem valor por demasiado familiar ou comum, nem o que provoca medo, horror ou pena. Para vender a morte, é preciso torná-la desejável” (Ariès, 1975, p. 62). Este princípio aplica-se também à cultura e, mais particularmente, ao comércio de livros relacionados com a morte, cujas capas têm características peculiares, como veremos.

17 Schiffrin, 2006, p. 126; Mollier, 2009, p. 33-34, 37, 39.

18 “Visual elements of a book cover provide the receiver with clues about book content: the receiver, I assume, uses the visual elements for inferences about the content” (Soderlund, 2007, p. 500).

3. Metodologia

Em termos metodológicos, realizámos inicialmente uma revisão da literatura existente sobre as representações da morte na sociedade ocidental ao longo dos séculos, com especial destaque para a contemporaneidade e a forma como, hoje em dia, a morte é (ou não) representada na nossa sociedade.

Escolhemos, neste âmbito, a análise de livros relacionados com investigação sobre o luto e com memórias eventualmente verídicas de indivíduos que enfrentaram situações de doença que, em alguns casos, redundaram em morte. Aqui interessou-nos especificamente o fenómeno da representação da morte em capas de livros que evocam doenças potencialmente mortais e que são fonte de angústia, como o cancro, no sentido de averiguar que pistas transmitiam no que diz respeito à forma como a morte é emocionalmente encarada.

Assim sendo, definimos como problemática central da nossa pesquisa a análise das conceções subjacentes às capas de livros relacionadas com o tema da morte, procurando detetar aí indícios relacionados com dimensões específicas da representação cultural da morte que é veiculada no *design* das capas dos livros analisados.

Neste âmbito, recorreremos a catálogos *online* de editoras e *sites* dedicados a temas relacionados com doença e morte para proceder ao levantamento de um *corpus* de capas constituído por cerca de 30 exemplares de livros de autores portugueses sobre esta temática. Este *corpus* foi depois dividido em 3 variantes, cada uma composta por uma temática diferente – cancro, perda gestacional e investigação sobre o luto – que são ainda passíveis de ser restringidas. Em seguida, operámos uma análise qualitativa das variantes definidas, no sentido de encontrar relações estáveis entre as mesmas e um conjunto de características presentes nas capas dos livros – como o tipo de imagem, a cor ou a linguagem utilizada – e capazes de transmitir indicações sobre as conceções de morte que estas procuram revelar. Após esta análise, procedemos à discussão das relações encontradas, procurando depois extrair conclusões e deixando sugestões de trabalho futuro nesta área.

4. Análise e discussão dos indícios de representação cultural da morte presentes em capas de livros

Como já foi referido, para se conseguir efetuar uma análise qualitativa, o *corpus* de capas de livros que coligimos foi dividido em 3 variantes – cancro, perda gestacional e investigação sobre o luto –, que depois foram

internamente divididas, de forma a conseguirmos obter uma análise mais apurada:

- cancro: variante dividida ainda em memórias biográficas (de adultos, jovens e crianças) e testemunhos coletivos e de profissionais de saúde;
- perda gestacional: variante dividida em testemunhos coletivos e pessoais;
- luto: variante em que se analisou a investigação de profissionais.

No sentido de encontrar relações estáveis capazes de veicular indícios sobre as conceções culturais de morte presentes nas capas deste *corpus*, estas variantes (veja-se anexo 1 para enumeração das capas analisadas e suas imagens) foram depois analisadas de acordo com características específicas:

- sexo do sujeito que é referência principal do livro;
- número de exemplares por sexo (do sujeito que é referência principal);
- tipo de relato (autobiográfico, biográfico, investigação);
- tipo de imagem (representação ou não do sujeito que é objeto de referência ou de outro tipo de imagem);
- cor predominante;
- linguagem utilizada em títulos e subtítulos;
- editora responsável pela publicação.

Desta análise, resultam as seguintes observações:

4.1 Temática do cancro

No âmbito das capas relacionadas com a temática do cancro, a grande maioria representa o protagonista da obra (doze exemplares), sendo que cinco são do sexo masculino (dois adultos, um jovem e dois meninos) e os restantes são do sexo feminino (quatro mulheres adultas – numa vislumbra-se apenas a cara –, uma jovem e duas meninas).

Neste domínio predominam os livros ligados a chancelas do grupo editorial Leya (1, 2, 4, 6, 12, 15) ou a grupos editoriais internacionais (3, 7, 8), estando os restantes livros associados a chancelas de grupos editoriais mais pequenos, como a Presença (13), ou a editoras independentes (5, 9, 10, 11, 14), mas que estão presentes no mercado das grandes livrarias (como a Fnac), para além de uma aposta na venda *online*.

No que diz respeito às obras relacionadas com testemunhos coletivos sobre o cancro, as capas apresentam uma maior heterogeneidade de

imagens, como veremos. Neste âmbito, dois livros foram editados por grupos editoriais (Leya e Plátano), ao passo que o terceiro, com aspas na capa, foi editado pela Liga Portuguesa contra o Cancro, que aqui consideramos editora independente.

Já relativamente às editoras relacionadas com os testemunhos médicos, estes foram todos publicados por editoras independentes, mas que procuram estar presentes nos grandes espaços livreiros (à exceção da Âmbar, já desaparecida).

Vejam os pormenores sobre as capas que dizem respeito a esta temática, observando as tabelas que resumem as características observadas:

Tabela 1. Exemplos do *corpus* relacionados com o cancro e memórias biográficas de indivíduos do sexo masculino

	Cancro	
	Memórias biográficas: Adultos (homens)	Memórias biográficas: Jovens (rapazes)
Sexo do sujeito	M	M
Número de obras	Duas (n.ºs 1,2)	Uma (n.º 9)
Tipo de relato	Autobiográfico	Escrito por progenitor
Tipo de imagem	Sujeitos/autores a sorrir (n.ºs 1,2)	Sujeito que é objeto de referência no livro
Cor predominante na capa	Predominância de preto e branco	Capa a preto e branco
Linguagem utilizada	Títulos e subtítulos relacionados com o campo semântico da vida ('vida')	Título que remete para o campo semântico do amor ('amor'), com a palavra 'cancro' presente uma vez
Editoras	Oficina do Livro, Livros d'Hoje (Grupo Leya)	Editores Ómega (Editora independente)

No caso dos protagonistas masculinos, como se observa na Tabela (ver também anexo 1), as imagens mostram apenas a parte de cima do corpo (ombros e cabeça) e veiculam contenção e sobriedade, relacionada com a predominância de preto e branco, e que são compatíveis com a exigência feita ao género masculino de mostrar mais contenção no luto ou no sofrimento, evitando uma expressão mais vívida das emoções. As capas espelham ainda serenidade/paz, através da presença de sorrisos e de títulos

cujas formas verbais exortam à vida (“Aproveitem a vida”, “Nunca te distraias da vida”).

Tabela 2. Exemplos do *corpus* relacionados com o cancro e memórias biográficas de indivíduos do sexo feminino

	Cancro	
	Memórias biográficas: Adultos (mulheres)	Memórias biográficas: Jovens (raparigas)
Sexo do sujeito	F	F
Número de obras	Seis (n.ºs 3-8)	Duas (n.ºs 10,11)
Tipo de relato	Autobiográfico (quatro) Relatos de filhas cuidadoras, autoras dos livros (dois)	Autobiográfico
Tipo de imagem	Sujeitos, na sua maioria (três) a sorrir (n.ºs 4,5,6) Vista parcial de cara (um - n.º 3) Representação de flores viçosas (dois - n.ºs 7,8)	Eventualmente sujeito que é objeto de referência no livro (um - n.º 10); ausência de representação humana, destacando-se o título ‘Cancro com humor’ (um - n.º 11)
Cor predominante na capa	Capas tendencialmente coloridas - rosa, azul, vermelho (um único caso a preto e branco, com predominância do branco - n.º 4)	Capas com cores claras (um - n.º 10), preto, branco e azul (um - n.º 11)
Linguagem utilizada	Títulos e subtítulos com presença da palavra ‘cancro’ e campos semânticos da guerra (‘batalha’, ‘lutadora’, ‘desafio’, ‘força’, ‘corajosa’), vida (‘viver’, ‘cura’, ‘sobreviver’, ‘finais felizes’), viagem (‘viagem’) e felicidade (‘alegria’, ‘amar’, ‘cuidar’)	Títulos que remetem para os campos semânticos da vida (‘vivemos’) e alegria (‘humor’), com a palavra ‘cancro’ presente uma vez
Editoras	Oficina do Livro, Dom Quixote (Grupo Leya); Chiado Editora (Grupo Break Media); Esfera dos Livros (Grupo Rizzoli)	Letras com assunto, Guerra e Paz (Editoras independentes)

No que diz respeito às protagonistas femininas, e como se observa na tabela 2 (ver também anexo 1), as imagens relacionadas com o sexo feminino veiculam tendencialmente alegria, felicidade e/ou paz (branco), tanto pelas imagens - em que prevalecem sorrisos, corpos saudáveis ou metaforizados como tal (sob a forma de flores viçosas, ainda que cortadas) e

cores alegres – como pela linguagem, ligada a sentimentos positivos (amor, alegria, esperança).

Tabela 3. Exemplos do *corpus* relacionados com o cancro e memórias biográficas de crianças

	Cancro	
	Memórias biográficas: Crianças	
Sexo do sujeito	M	F
Número de obras (por sexo)	Duas (n.ºs 12,13)	Duas (n.ºs 14,15)
Tipo de relato	Escrito por progenitor (um – n.º 12) e por avó (um – n.º 13)	Escrito por escritores (dois)
Tipo de imagem	Representação do sujeito com progenitor (um – n.º 12) ou sem progenitor (um – n.º 13) e presença de elementos naturais (flores – n.º 13)	Representação do sujeito com progenitor (um – n.º 14) e sem progenitor (um – n.º 15), presença de elementos festivos (balões – n.º 14)
Cor predominante na capa	Capas coloridas com predominância do azul (um – n.º 12) e do azul e amarelo (um – n.º 13)	Capas coloridas com predominância de rosa (um – n.º 15), a que se junta o vermelho, verde, azul, amarelo (um – n.º 14)
Linguagem utilizada	Títulos e subtítulos que remetem para os campos semânticos da guerra ('luta', 'desistir não'), esperança ('céu pode esperar', 'esperança', 'milagres')	Títulos e subtítulos que remetem para os campos semânticos do amor ('amor'), guerra ('vencerá', 'luta') e presença da palavra 'cancro'
Editoras	Marcador (Ed. Presença); Lua de Papel (Grupo Leya)	Ed. Asa (Grupo Leya); Chá das Cinco (Editora independente: Saída de emergência)

Relativamente às crianças, e como vemos na tabela 3 (ver também anexo 1), todos os sujeitos (tanto masculinos como femininos) são fotograficamente representados e há uma diferença marcada em relação às capas anteriormente observadas: as mais 'festivas' são as que se relacionam com o mundo infantil. De facto, estas capas transmitem alegria, presente através de imagens coloridas, elementos festivos (balões) ou da Natureza a florescer (campo de flores) e de uma linguagem que remete para os campos semânticos do amor ('amor'), guerra ('vencerá', 'luta', 'desistir não') e esperança ('céu pode esperar', 'esperança', 'milagres'). Neste âmbito, em todos os casos predominam os sentimentos de recusa da morte, tornada invisível, apesar de se verificar variadas vezes, em termos linguísticos, a palavra 'cancro'.

Tabela 4. Exemplos do *corpus* relacionados com o cancro e testemunhos coletivos e de profissionais de saúde

	Cancro	
	Testemunhos coletivos	Profissionais de saúde
Sexo do sujeito	Não aplicável	M
Número de obras	Três (n.ºs 16-18)	Três (n.ºs 19-21)
Tipo de relato	Autobiográficos, compilado por jornalistas (dois – n.ºs 16,17) ou por Liga Portuguesa contra o Cancro (um – n.º 18)	Autobiográficos, escritos por médicos
Tipo de imagem	Com imagem humana em atitude vencedora, de braços erguidos (um – n.º 16), imagem da jornalista autora do livro (um – n.º 17), imagem do sinal de pontuação ‘aspas’ (um – n.º 18)	Folha caída, a murchar (um – n.º 19); paisagem citadina invernal (neve) com imagens humanas indistintas (um – n.º 20); sem imagem (um – n.º 21)
Cor predominante na capa	Predominância de tons neutros, com preto, branco e azul (um – n.º 16); preto, cinzento e azul, com título a rosa (um – n.º 17); azul, cinzento e branco (um – n.º 18)	Amarelo e castanho (um – n.º 19), preto e branco (um – n.º 20), fundo vermelho com letras negras e brancas (um – n.º 21)
Linguagem utilizada	Títulos e subtítulos com presença da palavra ‘cancro’ (dois) e que remetem para os campos semânticos da guerra (‘luta’, ‘enfrentaram’, ‘encorajadores’, ‘vencer’, ‘quebrar’) e voz/ruído (‘silêncio’, ‘testemunhos’)	Títulos e subtítulos com presença da palavra cancro (um) e que remetem para os campos semânticos da vida/morte (vida, ‘tempo entre parêntesis’, viver, morrer), amor (‘amor)
Editoras	Oficina do Livro (Grupo Leya); Plátano Editora (Grupo Editorial); LPCC (Editora independente)	Ed. Afrontamento, Verso da Kapa; Âmbar (Editora independente)

No que diz respeito às obras relacionadas com testemunhos coletivos e de profissionais de saúde, e como podemos ver na tabela 4 (ver também anexo 1), observa-se uma maior heterogeneidade nas capas, ainda que não haja representação crua da morte, preferindo-se a fuga à mesma através de diversas estratégias.

Nos testemunhos coletivos, se por um lado assistimos, em termos de imagem, à representação humana em postura vencedora – metáfora da morte como inimigo vencido numa guerra, como descreve Susan Sontag

(1998, p. 72-75) – , por outro encontramos capas onde predomina a sobriedade e contenção, preferindo-se imagens relacionadas com a autora da compilação, num caso, ou a abstração da imagem do sinal de pontuação ‘aspas’, metáfora das vozes que protagonizam os testemunhos. Este tipo de imagens, em nosso entender, tanto veicula a ideia de coletivo (por serem vários os protagonistas, nenhum é representado), como se pode associar à existência de formas diferentes de sentir a morte, o que não permite, neste último caso, o estabelecimento de uma representação social única do fim da vida. Assim sendo, preferem-se representações quase ‘asséticas’, profissionais (em alguns casos, predominam até as cores ‘hospitalares’, como o branco e o azul), com afastamento da referência ao tema do livro, ainda que a linguagem veicule força e resistência.

Já no que toca aos livros escritos por profissionais de saúde, predomina igualmente a contenção: aqui também nos deparamos com capas sóbrias, mas onde a figura humana está praticamente ausente, dando lugar a capas sem imagem ou a imagens metafóricas (como folhas a murchar ou uma paisagem invernal — esta última a preto e branco, lembrando cores associadas ao luto). Não existe, assim, uma representação crua da morte (como eventualmente poderíamos esperar, dado tratar-se de obras escritas por médicos habituados a lidar com questões oncológicas), nem mesmo em termos de linguagem. De facto, e ainda que esta representação seja mais objetiva — fala-se diretamente em ‘cancro’, evoca-se a linguagem utilizada com pacientes e familiares (‘Sinto muito’), um título é completamente racional^[19] — , continuamos a deparar-nos com algum vocabulário relacionado com a vida e a esperança (vida, amor, o cancro ‘pode morrer’).

4.2 Testemunhos de profissionais e investigações sobre o luto

No caso dos livros relacionados com investigações sobre o luto, o *corpus* envolve cinco exemplares, sendo a maioria (três, todos do mesmo autor) editada pelo grupo Leya (sob a chancela da Casa das Letras). Um outro livro é editado pelo grupo editorial Paulus e um último exemplar é editado de forma independente, pela Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa.

19 “Vivências de um médico oncologista pediátrico”.

Tabela 5. Exemplos do *corpus* relacionados com investigações sobre o luto

Sexo do sujeito	Investigação sobre o luto	
	M	F
Número de obras	Quatro (n.ºs 22-24, 26)	Uma (n.º 25)
Tipo de relato	Escrito por investigadores	Escrito por investigadora
Tipo de imagem	Ausência de representação humana, mas com imagens: borboleta a voar, pomba a levantar voo, pétalas a voar (três); ausência de imagens, só cor de fundo (um)	Ausência de representação humana, mas com imagem: folha caída e acastanhada
Cor predominante na capa	Predominância do cinzento e branco (dois – n.ºs 22,23), azul e branco (um – n.º 24) ou roxo e amarelo (um – n.º 26)	Verde, preto, castanho
Linguagem utilizada	Títulos e subtítulos relacionados com os campos semânticos do luto ('luto', 'dor', 'perda'), amor ('amor'), solidão ('solidão')	Título relacionado com o campo semântico do luto ('luto')
Editoras	Casa das Letras (Grupo Leya); FMUL (Editora independente)	Paulus (Grupo Paulus)

Nos livros escritos por investigadores, encontramos capas sem presença humana clara e mais contidas, marcadas por cores sóbrias, algumas das quais podemos associar ao luto (como o preto ou o roxo) e imagens metafóricas que muitas vezes sugerem a morte (folhas a murchar, borboletas, pombas ou pétalas a voar), não havendo lugar para uma representação mais crua do processo de fim de vida. A linguagem, por seu turno, é tendencialmente objetiva, referindo especificamente o processo do luto. Não existe ainda a alegria que se encontrou nas capas anteriormente analisadas, mas dá-se primazia à moderação e ao controle.

4.3 Temática da perda gestacional

Por fim, vejamos o caso dos livros cuja temática se relaciona com a perda gestacional. Neste âmbito, os livros foram editados tanto por editoras independentes (dois casos), mas que estão presentes no mercado de grandes livrarias (Fnac ou Bertrand, por exemplo), como por grupos editoriais (Summus, Great Point), ainda que um deles mais pequeno (Great Point).

Tabela 6. Exemplos do *corpus* relacionados com a perda gestacional e testemunhos coletivos e individuais

	Perda gestacional	
	Testemunhos coletivos	Testemunhos individuais
Sexo do sujeito	F	F
Número de obras	Três (n.ºs 27-29)	Uma (n.º 30)
Tipo de relato	Autobiográficos, compilados por autora vítima de perda gestacional	Autobiográfico
Tipo de imagem	Capas sem seres humanos, mas com imagens: pétalas a voar (um – n.º 27), barriga de grávida (um – n.º 28), berço vazio (um – n.º 29)	Capa sem seres humanos, mas com imagens: folha com motivos infantis rasgada
Cor predominante na capa	Predominância das cores azul (um – n.º 27), branca com letras pretas e vermelhas (um – n.º 28), vermelho e preto com letras brancas (um – n.º 29)	Predominância do preto e azul claro, com letras vermelhas
Linguagem utilizada	Títulos e subtítulos que remetem para os campos semânticos da perda ('drama', 'perda', 'fugazes'), silêncio ('silêncio')	Título e subtítulo ligados aos campos semânticos da dor ('luto', 'dor') e da proibição ('proibido')
Editoras	Editora Ágora (Grupo Summus), Edições Papiro (Grupo Great Point); Edições Ecopy (Editora independente)	Edições Vieira da Silva (Editora independente)

No âmbito da perda gestacional, as capas não possuem representação humana, condizente com a situação de ausência do filho, e predomina a sobriedade a nível de imagens e cores (mesmo na capa vermelha, que poderia ser considerada mais chamativa, a cor chama a atenção para o vazio que a imagem – o berço – representa). Note-se a exposição constante de imagens metafóricas (barriga sem preenchimento, berço vazio, pétalas a voar, folha com motivos infantis rasgada) que evocam a lacuna originada pela morte do bebé e chamam a atenção, ainda que de modo contido, para o sofrimento gerado por esta perda. A linguagem, por seu turno, evoca o vazio provocado pela morte ou a contenção ('silêncio') que se exige socialmente ('pacto'). Nestas capas predomina assim o vazio (com consequente ausência de felicidade) e espelha-se sofrimento, embora de forma contida.

São, assim, as que mais se aproximam da realidade da morte, dado que fogem um pouco às representações sociais veiculadas nas outras capas, marcadas sobretudo pela recusa da morte e do sofrimento ou até mesmo pela sua ausência total.

5. Síntese dos resultados

A análise efetuada permitiu-nos chegar a algumas conclusões relativamente à presença de indícios sobre a representação da morte nas capas dos livros que compõem o nosso *corpus*, sendo possível identificar o tipo de emoções que se espera despoletar junto do público consumidor.

Em termos gerais, podemos concluir que em nenhuma capa a morte é retratada na sua forma mais pura de fim e deterioração física, o que é consentâneo com a cultura atual, em que se verifica a negação da finitude e da corrupção corporal, como vimos. Para além disto, há ainda variações interessantes a ter em conta e que permitem considerar que existe uma gradação a nível da representação da morte nas capas analisadas.

Num primeiro patamar encontramos as capas relacionadas com memórias biográficas de crianças, que são festivas, prevalecendo elementos que transmitem alegria — como cores alegres, imagens festivas —, em detrimento do sofrimento provocado pela situação potencialmente mortal (completamente ausente). De igual forma, a linguagem apela a emoções positivas, ligadas à esperança, amor e vitória. Isto leva-nos a concluir que a morte, neste âmbito, não é retratada. Na verdade, estamos perante uma circunstância editorial que demonstra a intolerância perante a dor e a valorização da felicidade atrás defendida por Abud (2008) e Ariès (1975). Note-se que, hoje em dia, e como vimos, as crianças são socialmente afastadas do processo da morte. Esta conduta espelha-se nas capas dos livros: excluídas geralmente do óbito alheio, no que diz respeito às capas relacionadas com o mundo infantil são afastadas da sua própria morte, não havendo qualquer associação a esta. Pelo contrário, em termos de representação social, e pela quase total recusa da morte manifestada nas capas, quer em termos linguísticos, quer em termos imagéticos, surgem como seres que se desejam quase incorruptíveis e eternos. Assim se evita, em termos de público consumidor, acionar emoções ligadas à angústia ou tristeza pelo desaparecimento de indivíduos extremamente novos, preferindo transmitir, nas capas, um cenário idílico que propicia sentimentos de bem-estar e felicidade, criando

no consumidor a ilusão de que a mensagem dos livros não implica tristeza ou sofrimento.^[20]

Nas restantes memórias biográficas, ainda que não haja um ambiente tão festivo como o registado nas capas de crianças, prevalece também a exortação à vida, à alegria e à esperança, com a conseqüente negação da morte. Neste âmbito, as capas que veiculam mais emoções positivas são as relacionadas com protagonistas femininas, em que também prevalecem cores alegres e uma linguagem associada à vida, amor e vitória. Note-se que, em variadas destas capas, a imagética associa os livros à saúde (e não à morte), pela apresentação de corpos aparentemente saudáveis (porque visualmente bem tratados) e de flores viçosas. Já no que diz respeito aos protagonistas masculinos, em termos imagéticos prevalece a contenção e sobriedade, sobretudo pelas cores utilizadas, apelando ao controle das emoções e à serenidade, também transmitida, em duas das três capas analisadas, pelo sorriso dos sujeitos.

No âmbito geral, assim, consideramos que neste segundo grupo de capas se apela, em termos emocionais, por um lado à alegria e esperança — mesmo que esta possa significar apenas um ‘viver na memória’ —, por outro lado à serenidade e contenção de emoções negativas, preferindo-se a confiança na vida em detrimento do sofrimento causado pela morte (que acarretaria comoção e repugnância, como vimos em Ariès, Kübler-Ross ou Caputo).

Já no caso dos livros relacionados com testemunhos oncológicos, tanto de pacientes como de profissionais de saúde, e tal como acontece com os textos de investigação, é de notar que são escritos por profissionais — os testemunhos de pacientes são coligidos por jornalistas ou pela Liga Portuguesa contra o Cancro; os testemunhos de profissionais resultam da partilha efetuada por médicos homens; os textos de investigação são elaborados por profissionais dedicados ao estudo da temática do luto.

Isto coloca-os num patamar similar, marcado por um ambiente que já não é festivo ou esperançoso (como os vislumbrados anteriormente), mas sim de maior contenção e sobriedade. No caso dos testemunhos coletivos, encontramos a exaltação de sentimentos bélicos de vitória, que não se repete nas restantes capas deste grupo. Em todas, contudo, dá-se primazia à ‘assepsia’, à referência a sentimentos de finitude e ao afastamento imagético e linguístico do tema tratado. Há, assim, ausência de sofrimento/dor ou de

20 “Some studies indicate that a salient attribute of a visual ad stimulus with which a product is coexposed makes the receiver believe that the product has this particular attribute” (Soderlund, 2007, p. 500).

qualquer outra emoção exacerbada, sendo que as capas veiculam metáforas pelas quais se foge à representação real da morte, predominando também aqui a contenção e sobriedade emocional que caracterizam, hoje em dia, o processo de negação da morte.

Note-se, ainda, que a linguagem, no caso dos testemunhos de médicos, veicula em parte a esperança, o que parece espelhar os sentimentos de frustração e de angústia que atingem o mundo da medicina, à hora de lidar com uma doença como o cancro, que facilmente se torna incontrollável, como vimos. Neste âmbito, o testemunho dos médicos é claramente pessoal e marcado pela existência de uma relação intensa com a doença que é fonte de desassossego (e não com a morte de si mesmo).

Esta relação pessoal não parece existir nas capas relacionadas com a investigação sobre o luto, mas mesmo aqui a imagética veicula uma clara fuga à representação real da morte, preferindo-se a utilização de metáforas visuais. Não há, assim, qualquer tendência, seja nas imagens, seja na linguagem, para um apelo a emoções exacerbadas. Pelo contrário, veicula-se a contenção e sobriedade que caracterizam a conduta cultural hoje preferida.

Por fim, num último patamar encontram-se as capas de livros relacionados com a perda gestacional e que são as que mais se aproximam da representação da morte 'nua e crua', em detrimento de outras representações sociais em que a morte é negada ou substituída pela exaltação da vida. De facto, nestas capas impera a ideia do vazio e da tristeza que se associa ao sofrimento provocado pela morte. Contudo, mesmo que estas sejam as ideias transmitidas, continua a ausência de emoções exacerbadas, tal como se exige hoje nos processos de luto, prevalecendo a moderação e o controle. É, no entanto, notória a ausência de felicidade e de qualquer exaltação do 'viver na memória' (porque não há memórias suficientes para preencher o vazio).

Tendo tudo isto em consideração, resta-nos refletir sobre a razão subjacente ao *design* das capas tal como foi feito.

No que diz respeito ao objetivo que determina a elaboração destas capas, vimos que, no tocante ao comércio livreiro, é comum que parte da estratégia das indústrias culturais seja a de abandonar segmentos de mercado do livro que não vendam um número mínimo de exemplares, como defende Schiffrin (2006), pelo que, se à partida existe a noção de que um livro pode provocar repulsa no consumidor, este não é considerado vendável. Assim, e porque vimos que o sofrimento provocado pela morte provoca comoção e repulsa, para que os livros relacionados com este tema possam gerar lucro torna-se importante que não evoquem qualquer tipo de sofrimento.

Neste âmbito, uma capa pode fazer toda a diferença, na medida em que tem um papel determinante à hora de atrair o consumidor. E, de facto, assim é: nos exemplares do *corpus* analisado, as capas dos livros não evocam a morte em si, no que tem de mais puro e verdadeiro, preferindo focar-se, na maioria dos casos, em aspetos que tornam a leitura desejável, como cores garridas, sorrisos e frases de estímulo e esperança. E, sem surpresas, é possível constatar que os livros que assim se mostram foram lançados por editoras pertencentes a grandes grupos editoriais, cujo primeiro objetivo é o lucro, ou por editoras que, autodenominando-se independentes, procuram também elas atingir um público mais alargado e, conseqüentemente, marcar presença nos espaços comerciais de maior projeção, razão pela qual necessitam de produzir livros com capas atrativas.^[21]

De fora ficam apenas dois livros que, por estarem mais vocacionados para a divulgação da doença oncológica (18) ou do conhecimento científico (26), não têm como principal finalidade o lucro comercial, razão pela qual não há um investimento profundo nas capas, que são extremamente sóbrias. E note-se que, em ambos os casos, não foram editados por qualquer editora comercial, mas sim pela Liga Portuguesa contra o Cancro (18) ou por um centro universitário – o Centro de Bioética da Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa (26).

6. Conclusão

Tendo tudo isto em consideração, nesta amostra existem algumas ideias relacionadas com a representação cultural da morte nos nossos dias que se destacam. Por um lado, a morte não é representada na maioria das capas de livros analisadas, preferindo-se a fuga ao sofrimento e a exaltação da vida, alegria e esperança, o que se coaduna com a negação da morte e a exaltação de emoções relacionadas com a procura do prazer e felicidade que hoje imperam. E, quando não há negação completa da morte, as capas veiculam contenção e sobriedade, numa fuga ao sofrimento que permite contornar a dor a ela associada.

Há ainda, contudo, variadas questões em aberto sobre este assunto e que podem servir de mote a trabalhos futuros, permitindo analisar mais a fundo como se comporta emocionalmente a sociedade perante o fenómeno

21 No *site* da Editora Saída de Emergência diz-se mesmo: “Conquistámos um lugar no mercado com capas fortes e apelativas” (in <http://www.saidadeemergencia.com/help/-o-201577/quem-somos-o-272147/>).

da morte: O que transmitem as capas de livros dedicados a outro tipo de situações potencialmente mortais, como doenças súbitas? Até que ponto as capas originais de livros de autores estrangeiros relacionados com esta temática são diferentes das produzidas para as edições portuguesas? Que indícios de conceções culturais revelam as capas de livros científicos, pouco lucrativos em termos comerciais, que se debruçam sobre aspetos específicos de doenças mortais ou do processo da morte?

Apesar destas questões, esta investigação permite desde já concluir que só é possível gerar lucro com a temática da morte no mundo do comércio livreiro se o *design* das capas não representar o fenómeno da morte de forma crua e verdadeira. De facto, numa sociedade dominada, na atualidade, pela fuga ao sofrimento e à exposição à realidade da morte, um livro sobre este tema só pode tornar-se lucrativo se de alguma forma for sentido como desejável e não apelar a emoções negativas e que possam conduzir à angústia ou ao sofrimento. A este nível, no *corpus* analisado, a capa desempenha um papel fulcral, na medida em que se coaduna com a representação social da morte como processo quase invisível e a evitar que grassa na sociedade de hoje.

Referências

- ABUD, C. (2008). *A cultura da morte e da mortalidade nas organizações hospitalares*. Consultado em março 2, 2017 em <http://www.pqv.unifesp.br/crisadub.pdf>.
- ALMICO, Thatianne & FARO, André (2014). Enfrentamento de cuidadores de crianças com câncer em processo de quimioterapia. *Psicologia, saúde & doenças*, 15.3, 724-738. Consultado em março 2, 2017 em <https://goo.gl/XDaJdQ>.
- AMORIM, Liliana de Jesus da Cruz (2013). *O sofrimento do enfermeiro que cuida da pessoa em fim de vida e família*. Dissertação. Viana do Castelo: Instituto Politécnico de Viana do Castelo.
- ARIÈS, Philippe (1975). *Sobre a História da Morte no Ocidente*. Lisboa: Teorema.
- CANAVARRO, M.C., PEREIRA, M., MOREIRA, H., PAREDES, T. (2010). Qualidade de vida e saúde: aplicações do WHOQOL. *Alicerces*, III.3, 243-68. Consultado em março 2, 2017 em <http://hdl.handle.net/10400.21/770>.
- CAPUTO, Rodrigo Feliciano (2008). O Homem e suas representações sobre a morte e o morrer: um percurso histórico. *Saber Acadêmico*, 6, 73-80.
- CATROGA, Fernando (1999). *O céu da memória*. Coimbra: Minerva.
- CLARK, Giles (2002) *Inside Book Publishing*. London/New York: Routledge.

- COSTA, Rui Manuel Pinto (2012). *Luta contra o cancro e oncologia em Portugal. Estruturação e normalização de uma área científica (1839-1974)*. Porto: Edições Afrontamento.
- CUNHA, Sandra (2005). *Todos Juntos para Sempre – Representações e Expectativas sobre a Família e a Adaptação em Crianças e Jovens Institucionalizados*. Dissertação. Lisboa: ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa.
- CUNHA, Vanessa (1999). A Morte do Outro – mudança e diversidade nas atitudes perante a morte. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 31, 103-128.
- GAMA, Maria Georgeana Marques (2013). *O luto profissional nos enfermeiros*. Dissertação. S/l: Universidade Católica Portuguesa - Instituto de Ciências da Saúde.
- GUTHKE, Karl S. (1999). *The gender of death*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HANNA, Samir Abdallah, MARTA, Gustavo Nader e SANTOS, Franklin Santana (2011). O médico frente a novidades no tratamento do câncer: quando parar? *Rev. Assoc. Med. Bras.*, 57.5, 588-593.
- KOHLER, Hubertus (2013). Cauchemar – Peur – Apocalypse. In FABRE, Côme & KRÄMER, Felix (dir.). *Catalogue de l'exposition 'L'Ange du Bizarre: le Romantisme noir de Goya à Max Ernst'* (pp. 51-59). Berlin/Stuttgart : Hatje Cantz.
- KÜBLER-ROSS, Elisabeth (1996). *Sobre a Morte e o Morrer*. São Paulo: Martins Fontes.
- MACEDO, João Carlos Gama Martins (2004). *Elisabeth Kübler-Ross: a necessidade de uma educação para a morte*. Diss. Braga: Instituto de Educação e Psicologia da Universidade do Minho.
- MOLLIER, Jean-Yves (2009). Les stratégies des groupes de communication à l'orée du XXIe siècle. In SAPIRO, Gisèle. *Les contradictions de la globalisation éditoriale* (pp. 27-43). Paris: Nouveau Monde Éditions.
- NORMAN, Donald A. (2004). *Emotional design: why we love (or hate) everyday things*. New York: Basic Books.
- PAZIN-FILHO, Antonio (2005). Morte: considerações para a prática médica. *Medicina (Ribeirão Preto)*, 38.1, 20-25.
- PHILLIPS, Angus (2007). How books are positioned in the market: reading the cover. In MATHEWS, Nicole e MOODY, Nickianne. *Judging a book by its cover* (pp. 19-30). Cornwall: Ashgate.
- PINTO, Cristina B. & VEIGA, Francisco Miranda (2005). A Morte no Início da Vida. *Nascer e Crescer*, 14.1, 38-44.
- POSTMA, Linda (2015) *Covering Science Fiction — A multimodal investigation into the development of book-cover design*. Dissertação. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- ROLLINS, Holly (2014). *A conjoint analysis of the value of book covers in e-book buying decisions*. Diss. Rochester: Rochester Institute of Technology.
- SCHIFFRIN, André (2006). *O negócio dos livros*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra.
- SODERLUND, Magnus (2007). Judging Fiction Books by the Cover: an Examination of the Effects of Sexually Charged Cover Images. In BORGHINI, Stefania, MCGRATH,

- Mary Ann e OTNES, Cele. *E - European Advances in Consumer Research* (pp. 500-504). Volume 8. Duluth, MN: Ass. for Consumer Research.
- SONTAG, Susan (1998). *A doença como metáfora e a Sida e as suas metáforas*. Lisboa: Quetzal Editores.
- SUZANNE, Claudia (2003). *This business of Books*. Tustin: WC Publishing.
- ULLMANN, S. (1964). *Semantics: An introduction to the science of meaning*. Oxford: Basil Blackwell.
- VIVONE, Caroline P. R. (2004). *A vivência do oncologista na informação do diagnóstico de câncer à paciente*. Dissertação. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo.

ANEXO 1 – EXEMPLARES QUE COMPÕEM O CORPUS

ADULTOS

Homens

1



Aproveitem a vida – António Feio. Livros d’Hoje (Grupo Leya), 2010.

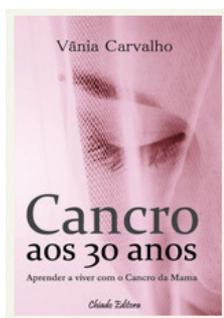
2



Nunca te distraias da vida – Manuel Forjaz. Oficina do Livro (Grupo Leya), 2014.

Mulheres

3



Cancro aos 30 anos – Vânia Carvalho. Chiado Editora (Grupo Break Media), 2012.

6



Também há finais felizes – Fernanda Serrano. Oficina do Livro (Grupo Leya), 2013.

4



Nunca ninguém sabe: A batalha contra o cancro – Simone de Oliveira. Dom Quixote (Grupo Leya), s/d.

7



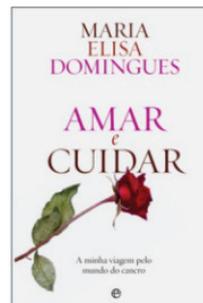
O cancro mostrou-me o que é sobreviver – Maria Félix. Chiado Editora (Grupo Break Media), 2013.

5



O cancro foi a minha cura – Vânia Castanheira. Matéria Prima (Editora Independente), 2014.

8



Amar e cuidar – Maria Elisa Domingues. A esfera dos livros (Grupo Rizzoli), 2012.

JOVENS

Rapazes

9



A geometria do amor – Luís Quintino Editora Ómega (Editora Independente), 2014.

Raparigas

10



Só vivemos duas vezes – Ana Martins Silva Editora Guerra & Paz (Editora Independente), 2011.

11



Cancro com humor – Marine Antunes Letras com assunto (Editora Independente), 2013.

CRIANÇAS

Meninos

12



Desistir não é opção – Paulo Sousa Costa. Lua de Papel (Grupo Leya), 2012.

13



O céu pode esperar – Adelaide Passos. Marcador (chancela do Grupo Editorial Presença), 2012.

Meninas

14



Aceita e Sorri – Isabel Branco, Inês de Santar, Chá das Cinco (chancela da Ed. Independente Saída de Emergência), 2014.

15



Safira e a luta contra o cancro – Patrícia Fonseca. Edições Asa (Grupo Leya), 2012.

TESTEMUNHOS - Doentes

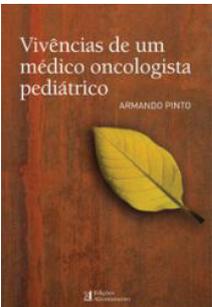
16



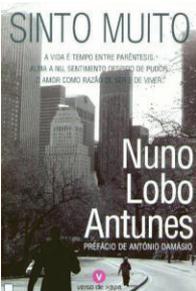
Dar luta ao cancro – Carla Jesus. Oficina do Livro (Grupo Leya), 2014.

-
- 17  Vencer o cancro – Lúcia Gonçalves e Júlio Montenegro. Plátano Editora (Grupo Editorial), 2010.
-

TESTEMUNHOS - Profissionais de Saúde

-
- 19  Vivências de um médico oncologista pediátrico – Armando Pinto. Ed. Afrontamento (Grup. Ed.), 2010.

-
- 21  O cancro também pode morrer – Luís Costa. Edições Ambar (Editora independente), 2004.
-

-
- 20  Sinto muito – Nuno Lobo Antunes. Verso da Kapa (Editora independente), 2008.
-

INVESTIGAÇÃO SOBRE O LUTO

-
- 22  Desatar o nó do luto – José Eduardo Rebelo. Casa das Letras (Grupo Leya), 2004.
-

-
- 25  Estou de luto – Isabel Antunes. Paulus Editora (Grupo editorial), 2009.
-

23  Amor, luto e solidão luto – José Eduardo Rebelo. Casa das Letras (Grupo Leya), 2009.

26  Olhares sobre o Luto – António Barbosa (coord.). FMUL (Editora independente), 2013.

24  Defilhar – Como viver a perda de um filho – José Eduardo Rebelo. Casa das Letras (Grupo Leya), 2013.

PERDA GESTACIONAL

27  Maternidade interrompida – Maria Manuela Pontes. Editora Ágora (Grupo editorial Summus), 2009.

29  Pacto de silêncio – Maria Manuela Pontes. Papiro Editora (Grupo Great Point), 2008.

28  Pacto de silêncio – Maria Manuela Pontes. Edições Ecopy (Editora independente), 2007.

30  Proibido Comparar: o luto e a dor de uma perda gestacional – Cristina Costa. Ed. Vieira da Silva (Ed. indep.), 2013.

[recebido em 28 de fevereiro de 2017 e aceite para publicação em 1 de agosto de 2017]