



**Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Literatura e
Crítica Literária da PUC-SP**

nº 24 - julho de 2020

<http://dx.doi.org/10.23925/1983-4373.2020i24p87-103>

A evolução do livro-objeto: técnica e estética

The evolution of the object-book: technique and aesthetics

*Diana Maria Martins**

*Sara Reis da Silva***

RESUMO

Vivemos numa época em que a cultura, em geral, e a criação literária para a infância, em particular, ostentam uma elevada oferta dominada por um imperativo de renovação e de criatividade constantes. Inscrito numa tendência crescente mais ou menos comercial, o livro, alvo de uma atenção cada vez maior por parte do design, tem vindo a materializar-se em artefatos híbridos provocadores, vocacionados para a exploração das expectativas de prazer, de experiência e de emoção ou afeto dos seus destinatários, desafiando a investigação dedicada à Literatura para a Infância. O presente estudo tem, assim, por propósito, apresentar, de forma sucinta, uma visão panorâmica, diacrônica e sincrônica do livro-objeto, articulada com conteúdo da História do brinquedo ótico, do álbum e do *design*. Tendo por base a teorização de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, plasmada no volume *O Capitalismo Estético na era da globalização* (2014), procuramos problematizar e situar o livro-objeto para a infância no processo de estetização do consumo.

PALAVRAS-CHAVE: Literatura para a infância; Livro-objeto; Capitalismo artístico; Leitor transestético

ABSTRACT

We live in a time when culture, in general, and literary creation for children, in particular, boast a high offer dominated by an imperative of constant renewal and creativity. As part of a more or less growing commercial trend, the book, which has received increasing attention from the field of design, has been materialized hybrid artifacts, aimed at exploring the expectations of pleasure, experience and emotion or affection of its recipients, defying research dedicated to children's literature. The

* Universidade do Minho, Centro de Investigação em Estudos da Criança, Campus de Gualtar – Braga, Portugal – dianamaria20008@gmail.com

** Universidade do Minho, Instituto de Educação, Centro de Investigação em Estudos da Criança, Campus de Gualtar – Braga, Portugal – sara_silva@ie.uminho.pt



**Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Literatura e
Crítica Literária da PUC-SP**

nº 24 - julho de 2020

purpose of this study, therefore, is to present a panoramic, diachronic and synchronic view of the object-book, articulated with contents from the history of the optical toy, the picturebook and the design. Based on theorizations proposed by Gilles Lipovetsky and Jean Serroy, molded in their book *The esthetic capitalism in the age of globalization* (2014), we aim at problematizing and situating the object-book for children in the process of aestheticizing consumption.

KEYWORDS: Children's literature; Object-book; Artistic capitalism; Transesthetic reader

Introdução

Embelezar, seduzir, inovar e distrair: são esses os conceitos basilares do capitalismo artístico, identificados por Lipovetsky e Serroy (2014), no sentido da caracterização da produção artística contemporânea. Durante longo período, a criação estética esteve refém de um desígnio, fundamentalmente, ritual, isto é, remetia-se a uma função social e cultural, composta por “regras extremamente precisas” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 20), em última análise, “sem intenção estética específica e autônoma.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 21).

Entre o final da Idade Média e durante o século XVIII, “a aventura da autonomização do domínio artístico” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 22) começa a dar os primeiros passos e emerge, então, a noção da separação do estatuto do artista do de artesão, reservando para o primeiro a função de refinamento de ambientes e do gosto. Trata-se de uma exaltação pela estetização da vida que “[...] tem subjacente lógicas sociais [...], o imperativo aristocrático de representação social e o primado das competições pelo estatuto.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 23). Inscrita na Idade Moderna ocidental (entre os séculos XVIII e XIX), a emancipação social dos artistas, progressivamente libertos dos poderes religiosos, aristocráticos e da encomenda burguesa, irá oferecer liberdade criativa, na verdade, discutível, dado que passam a estar dependentes das leis do mercado (LIPOVETSKY; SERROY, 2014).

A arte alcança estatuto de legitimidade e de sacralização, por via de movimentos modernistas, questionando códigos e hierarquias e avançando com “[...] uma dinâmica de estetização sem limites do mundo”. Assim, “[...] qualquer objeto podia ser tratado de um ponto de vista estético, ser anexado, absorvido na esfera da arte somente por decisão do artista.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 28). Se ao longo do século XIX (primeira fase do capitalismo artístico), por um lado, se observa uma preocupação com o depuramento, com a limpeza de ornamentos artificiais que possam ofuscar a sua função de uso, por outro lado, emerge uma vontade de “[...] introduzir a arte por toda a parte e em todas as coisas pela regenerescência e difusão das artes decorativas. De Ruskin à *Arte Nova*, de William Morris, ao movimento *Arts & Crafts* e, depois, à *Bauhaus*¹ [...]” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 29). Por conseguinte, “[...] fazer

¹ Fundada na Alemanha, em 1919, pelo arquiteto Walter Gropius (1883-1969), essa escola (1919-1933) voltada para o esbatimento de fronteiras entre arte e indústria até 1922, irá interessar-se depois por “[...] uma abordagem racionalista à criação com a preocupação em conciliar valor artístico, utilidade funcional e fabricação industrial.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 189).

entrar a arte na vida de todos, promover uma conjuntura quotidiana de qualidade em tudo e para todos [...]” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 187) tornou-se a bandeira da arte moderna, por meio da valorização da concepção estética de objetos cotidianos, ocorrência que, na verdade, ascende as artes menores ao mesmo nível da grande arte. O design começa a ser mobilizado “[...] como vetor de estilo para modernizar a aparência dos produtos, seduzir os consumidores, aumentar as vendas [...]” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 193), durante os anos 20 do século passado, nos EUA. Desta feita, após a crise de 1929, surge o *Streamline style*, investindo-se na visão espetacular dos objetos e criando-se, assim, “[...] uma imagem, um estilo que se torna moda: a da velocidade, da supermáquina, aplicada indiferentemente a todas as coisas e sem outro fim que o de seduzir os consumidores e de exprimir a elegância das linhas aerodinâmicas.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 195).

Iniciada no século XIX, mas hegemônica desde a segunda metade do século XX e determinada pelo cinema (desde o começo, considerada uma arte de massas), pela fotografia, publicidade, música gravada, pelos grandes armazéns, pela moda, pelo design, a sociedade de consumo de massas dita o nascimento de “[...] uma cultura estética de massas, tanto através dos novos valores² celebrados (hedonismo, ludismo, divertimento, moda...) como através da proliferação dos bens materiais e simbólicos carregados de valor formal e emocional.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 31). Nessa segunda era do design, iniciada na década de 1950 e até fins dos anos 1970, por via de novos circuitos de edição e de difusão e da generalização do modelo tayloriano-fordiano, a compra é cada vez mais motivada pela valorização do aspeto externo do produto, por uma premissa da obsolescência, do *gadget*, do “ludismo juvenil” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 206) e do desperdício imperturbável e venturoso, sustentada pelos valores da cultura *pop*. Desse modo, “[...] o design torna-se um objeto de consumo de massas ao mesmo tempo que da moda, constantemente renovado [...]” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 202), um fenômeno de democratização universal da estética que deve o seu desenvolvimento ao “[...] próprio capitalismo de consumo ao integrar a dimensão do design no sistema produtivo de massa.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 202).

² Com o desenvolvimento da cultura juvenil, agora vista como classe consumidora, e da contracultura, as campanhas publicitárias começam a apostar na dimensão artística e a seguir estratégias de argumentação, provocação, sugestão, humor, identificação, cumplicidade, personalização, tendo em vista a “[...] participação afetiva do consumidor.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 256).

Por força de circunstâncias tecnológicas³, políticas, econômicas e estéticas, assistimos, desde a década de 1980, a um “boom estético sustentado pelo capitalismo do hiperconsumo” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 44), relativo à terceira fase do capitalismo, ou à quarta idade da estetização do mundo, apelidada de “idade transestética” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 31). Como tal, a comercialização, a individualização, o excesso de estilos, de tendências, o “[...] universo de superabundância ou de inflação estética [...]” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 32), o hibridismo de gêneros, a assimilação dos ideais vanguardistas, a recuperação de certos códigos do passado⁴, a demanda pela vivência de experiências, de descobertas, de criação, de prazeres efêmeros, de divertimento caracterizam, de modo geral, a cultura contemporânea, conotada, em larga medida, com o pós-modernismo, largamente problematizado, por exemplo, por Linda Hutcheon (1988), estudiosa que singulariza a estética em questão a partir da explicitação de núcleos teóricos como intertextualidade e paródia, metaficção ou hibridismo. Vivemos numa época em que a arte funciona como ferramenta de marketing, uma adição distrativa e sedutora, incessantemente renovada “[...] para captar os desejos do novo consumidor hedonista e aumentar o volume de negócios das marcas. [...] depois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes, e da arte-pela-arte, estamos agora na arte-para-o-mercado que triunfa.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 32). Dessa forma, a sobrevalorização da componente estética e a generalização do design conquistaram “[...] uma importância estratégica primordial [hegemônica] na gestão das marcas e da competição econômica.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 55). A oscilante efemeridade dos produtos de hoje contrasta, claramente, com a velocidade da multiplicidade e inventividade visual que reveste os produtos que chegam ao consumidor, entendido, este último, cada vez mais na ótica de um apreciador. Envolvido por este paradigma pleomórfico de produtos sedutores, nasce um novo consumidor “[...] bulímico de novidades, de animação, de espetáculos, de evasões turísticas, de experiências emocionais, de prazeres sensíveis: por outras

³ Efetivamente, “[...] os *softwares* multiplicam-se [ao longo das décadas de 1980 e 1990], o que permite transpor para o ecrã a ideia de um objeto a três dimensões em modelo virtual, modificar facilmente as suas características, prever as suas reações antes mesmo do seu fabrico industrial.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 261).

⁴ Refira-se o interesse recente de editoras, como a Porto Editora, por exemplo, na recuperação de formatos menos comuns, pela tradução da coleção «Livro-carrossel com cenários 3D», editada em 2019, reescrita por Elizabeth Golding, com ilustrações de Helen Rowe e design da responsabilidade de Anton Poitier, ou os volumes *El Arbol* e *El Campo*, de Hervé Tullet, dois *flipbook* editados pela Coco Books, em 2012.

palavras, um consumidor estético ou, mais exatamente, transestético.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 69).

Todavia, ainda que hoje a estetização da cultura, e do objeto-livro em especial, seja prerrogativa entusiástica e globalizada, na realidade, inscreve-se num longo processo, mais lato, de “estetização do mundo” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014) e de rematerialização do livro, em particular. Trata-se de um processo de metamorfose do livro para a infância, encetado desde o século XVIII, no qual é possível se identificar três períodos marcantes que, na generalidade, coincidem com as três fases históricas do capitalismo de consumo, delineadas por Lipovetsky e Serroy (2014), como, em seguida, intentamos demonstrar.

1 Contributos para um estudo panorâmico do livro-objeto desde o século XVIII até à contemporaneidade

Em parte pela alteração do estatuto da criança, os primeiros livros interativos dirigidos à infância começam a surgir a partir do século XVIII⁵, período, aliás, conotado com o nascimento da literatura para a infância. Acresce o fato da persistência retiniana ter sido, na década de 1820, objeto de grande interesse por parte da comunidade científica europeia. A relevância e, até, curiosidade face a esse fenómeno desencadeou a invenção e a descoberta de dispositivos/brinquedos óticos que, se, inicialmente, foram destinados à investigação científica, acabaram por rapidamente se transformar num modo popular de entretenimento, objetos com os quais o mercado do livro teve, inevitavelmente, de concorrer. Dessa forma, o século XIX, mais particularmente, durante o período pré-cinematográfico, caracteriza-se pela proliferação de um rol de descobertas e invenções⁶, dedicadas à exploração da imagem em movimento (BENTO, 2009). A crescente abertura da ciência aos cidadãos e a “maior liberdade intelectual” (BENTO, 2009, p. 17), em conjunto com a “[...] crescente industrialização que possibilitava a massificação destes objetos, tornando-os mais baratos e acessíveis [...]” (BENTO, 2009, p. 17), foram elementos determinantes para o seu sucesso. A par desses, a mudança de paradigma, no que respeita ao estatuto da criança, “[...] quer através do acesso à educação, quer pela proibição do trabalho infantil [...]” (BENTO,

⁵ Em 1765, o inglês Robert Sayer (1725-1794) terá sido o responsável pelo primeiro livro-objeto de potencial recepção infantil, ocorrência materializada em livros de baixo custo, conhecidos, sobretudo, por *Harlequinades* (*metamorphoses books* ou *turn-up books*).

⁶ Muitas delas foram dadas a conhecer na Exposição Universal de Paris, em 1878.

2009, p. 17), contribuiu, igualmente, para que esses dispositivos alcançassem o estatuto de brinquedos na vida dos pequenos. O interesse pela animação da imagem, observado nas várias invenções óticas, irá marcar o universo editorial de então.

Além disso, no decurso da evolução da litografia, o livro ilustrado e, muito particularmente, o álbum, passam a ser alvo de um forte interesse pela sua dimensão artística durante o século XIX e as estratégias de animação da imagem são múltiplas em variadas obras. O primeiro período áureo do livro-objeto, protagonizado por editoras internacionais alemãs, inglesas⁷, mas também francesas⁸ e americanas⁹, que investiram em composições gráficas muito originais, tem início neste século. Surgem, assim, livros-teatro (*Le Petit Chaperon Rouge*, *Martin l'ours*, *Les Rois Mages* e *L'Arbre de Noël*, da coleção Théâtre-miniature, em 1880, das edições Guérin-Müller & Cie); livros-panorama (*Grosse Menagerie*, de 1882, editado por J. F. Schreiber); *peepshow books* ou livros-túnel (*Brief Account of the Thames Tunnel*, de 1851) ou, ainda, obras que resultam da exploração de efeitos de transparência, princípio usado na Lanterna Mágica, como *Contes Fantastiques à Gravures Transparentes* (1880), editado por Guérin-Müller & Cie ou, ainda, *Shadow and Substance* (1860), de Charles Henry Bennett (1829-1867). Começam a aparecer os primeiros livros perfurados (*La Tête à 8 Corps*, *Transformations Mirifiques du Déserteur Jean Dératé* (1899), de Étienne Ducret (1829-1909), com ilustrações de Lothar Meggendorfer (1847-1925), da editora L. Westhauser, por exemplo). Em 1831, surge o *Livre Joujou avec Figures Mobiles*, da autoria de Jean-Pierre Brès, considerado o primeiro exemplar próximo da tipologia dos livros *pull-the-tab* e, em 1897, é publicado, na França, o primeiro livro dotado de elementos sonoros, *Le Livre d'images Parlantes*¹⁰, de Kratz-Boussac (PELACHAUD, 2016). A partir de meados do século XIX, a editora Dean & Son, fundada em Londres, antes de 1800, por Thomas Dean, proclama ser a primeira editora responsável pela publicação de livros-móveis. Ainda que haja registos de obras dessa natureza

⁷ Devido à partida de alemães para o contexto inglês, motivados pelos meios de impressão disponíveis, esses primeiros volumes eram escritos em inglês ou em alemão, de acordo com a nacionalidade dos seus destinatários.

⁸ Contudo, durante a Guerra Franco-Germânica (1870-1871), a produção de livros dessa natureza no contexto francês é nula, enquanto, na Alemanha, se assiste à criação de obras inovadoras, sendo retomadas as relações comerciais entre ambos os países após o *terminus* do conflito (PELACHAUD, 2010).

⁹ Os primeiros livros-objeto americanos vindos a lume foram da responsabilidade dos irmãos McLoughlin (Nova Iorque, 1858-1920), apresentando várias semelhanças com as obras da editora Dean & Son. Veja-se, por exemplo, *The Lion's Den* (1880), publicado em Nova Iorque.

¹⁰ Trata-se da tradução em língua francesa de *The speaking Picture Book. A Special Book with Picture, Rhyme and Sound for Little People*, produzido manualmente na Alemanha (SÁNCHEZ, 2015).

desenvolvidas anteriormente, não se pode ignorar o contributo significativo desta casa editorial. Para a concretização de cerca de 70 livros, Dean criou um departamento próprio de artesãos responsáveis pela criação manual desses mecanismos (PHILLIPS; MONTANARO, 2011; CARPENTER; PRICHARD, 2005). Um dos seus maiores contributos passou pela apresentação dos primeiros livros com imagens tridimensionais, os *Scenic Books*, a partir de 1856. Essa editora foi, ainda, responsável por livros em cujo engenho de duas abas (inferior e superior) fazia surgir uma ilustração presente na camada inferior, livros de imagens transformáveis, nomeadamente os *Dean's New Book of Dissolving Views*, três volumes publicados entre 1860 e 1862. A supremacia da família Dean, “[...] assente numa produção contínua e ininterrupta de obras desta natureza entre as décadas de 40 e 60 [tradução nossa].¹¹” (SÁNCHEZ, 2015, p. 53), ver-se-á ameaçada por Ernest Nister (1841-1906) e Raphaël Tuck (1821-1890) (PHILLIPS; MONTANARO, 2011). Este último, em Londres, em 1870, funda uma editora especializada na concepção de livros dotados de mecanismos vários que são, em seguida, impressos e montados na Alemanha (PHILLIPS; MONTANARO, 2011). (PELACHAUD, 2010, p. 55). Entre as suas obras publicadas, a partir de 1890, encontram-se mais de 30 livros-panorama. Os *volvelles*, comuns em publicações para adultos da Idade Média, de cariz científico, começam, então, a ser usados no domínio da literatura para a infância. Refira-se à obra *BA.BE.BI.BO.BU* (1890) editada, em Paris, por A. Capendu. (PELACHAUD, 2016, p. 54). À semelhança de outros editores do seu tempo, A. Capendu, responsável pela Librairie Enfantine Illustrée, na França, opta pela produção de volumes que seguem os novos valores sobre a infância e, assim sendo, aposta em obras que primam pela ludicidade, elegendo artistas como Lothar Meggendorfer (1847-1925) (PELACHAUD, 2016). Criador de um sistema ousado, variado e de qualidade, hoje, mundialmente, notável, de livros-brinquedo, sobretudo a partir 1880, alguns dos quais vindos a lume pelas edições Schneider (em Munique) e por J.F. Schneiber (em Esslingen), Meggendorfer conseguiu, com apenas uma tira de papel, animar uma série de personagens, fazendo das suas publicações verdadeiros livros-vivos. Nesses, é inegável um olhar atento e crítico sobre a realidade vigente. Tirando partido da técnica de recorte, esse alemão dá a conhecer, por exemplo, em 1887, o volume *The City Park*¹², um livro-acordeão que, para além da leitura

¹¹ “[...] publicaciones continuas e mantenidas sin interrupción durante años, manteniendo el monopolio del género desde los años 40s hasta los 60s [...]”.

¹² *O Gato das Botas* (2014) e *O Capuchinho Vermelho* (2015), traduzidos pela Edicare com ilustrações de

tradicional, pode ser desdobrado de diferentes modos, funcionando como uma autêntica escultura de papel.

Ernest Nister (1841-1906), também alemão, mas com sede em Londres desde 1877, trouxe a lume diversas publicações, cuja componente imagética se caracteriza pelo uso de cores suaves e de “[...] cenas idílicas com crianças primorosas e encantadoras representadas em prados floridos do interior da Inglaterra.”¹³ [tradução nossa] (TREBBI, 2012, p. 23). Vindos a lume no final do século XIX e nos primeiros 10 anos do século XX, encontramos alguns livros com ilustrações mutáveis, como *Pleasant Pastime Picture* (1894), de Clifton Bingham (1859-1913), da editora E. P. Dutton & Co. Em alguns dos seus livros, as ilustrações socorrem-se de elementos tridimensionais que se elevam automaticamente ao virar da página e que “[...] não necessitavam de ser puxadas manualmente como as de Tuck ou com uma fita com os de Dean [...]”¹⁴ [tradução nossa] (PELACHAUD, 2016, p. 58), como *Model Menagerie* (1895), pertencente a um conjunto designado por *Panorama Picture Books*. Como consequência da I Guerra Mundial, a produção desses objetos torna-se episódica, fato decorrente das restrições, no que respeita ao acesso a papel, à mão-de-obra e a empresas gráficas na Alemanha, levando ao *terminus* da importação de obras alemãs. E chega, assim, ao fim a primeira idade de ouro do livro móvel (SÁNCHEZ, 2015).

O século XX será caracterizado pela criação de livros-objeto aptos ao manuseamento por parte da criança. Surge, em 1929, uma nova tipologia, os livros *pop-up* (compostos por formas auto eréteis como os da atualidade), objetos que, durante o período mediado pelas duas guerras mundiais, são produzidos, na Inglaterra, por S. Louis Giraud (1805-1883), nomeadamente com a série *Bookano Stories*¹⁵ e, nos Estados Unidos, pela sociedade Blue Ribbon¹⁶. O artista americano Julian Wehr¹⁷ (1898-1970)

Clémentine Sourdis, apresentam claras semelhanças com esse volume, ainda que nestes se opte por uma paleta de cores mais contida.

¹³ “[...] escenas idílicas con niños impecables un mundo ideal! Sus decorados favoritos representan prados floridos de la campiña inglesa”.

¹⁴ “[...] no necesitaban desplegarse de manera manual como los de Tuck o con una cinta como los de Dean [...]”.

¹⁵ Consideradas as primeiras animações automáticas, dado que, nesses seus volumes, em, pelo menos, cinco páginas, era possível as ilustrações adquirirem tridimensionalidade ao se erguerem automaticamente apenas com o abrir da página (PHILLIPS; MONTANARO, 2011; TREBBI, 2012).

¹⁶ Criada em 1930, essa “[...] copiou as técnicas de stand-up usadas nos livros britânicos e aplicou a técnica aos clássicos americanos. Eles encontraram uma combinação que provou ser bem-sucedida: livros animados de personagens de Walt Disney e contos de fadas clássicos com pop-ups.” [tradução nossa] (PHILLIPS; MONTANARO, 2011, p.18) “copied the stand-up techniques that had been used in the british books, and applied the technique to american classics. They found a combination that proved successful: animated books of Walt Disney characters and classic fairy tales with pop-ups” (PHILLIPS; MONTANARO, 2011, p.18). *Jack the Giant Killer* e *The “Pop-up” Pinocchio*, com ilustrações de

foi o autor de alguns livros *pull-the-tab*, de preço acessível, que gozaram de grande aceitação durante as décadas de 1940 e 1950, obras nas quais uma única aba permite dar vida a múltiplos elementos. Esse imigrante alemão, conhecedor da obra de Meggendorfer, publicou mais de nove milhões de livros em escala mundial, por meio da sua firma Wehr Animations, ainda hoje ativa e sob a responsabilidade do seu filho Paul Wehr. Entre 1939 e 1954, surge a coleção *Jolly Jump-ups*, composta por 10 livros da autoria de Geraldine Clyne (editados pelos irmãos McLoughlin), volumes cujas animações são realizadas pelo marido, engenheiro de papel.

Nos anos seguintes à Segunda Guerra Mundial, a edição para a infância atravessa um frutuoso período que, em termos práticos, se traduzirá numa amostra de acabamentos, formatos e de encadernações inovadores e diversificados e por uma cisão com normas e convenções tradicionais, sobretudo a partir de 1960, por influência do Pós-Modernismo. Contudo, o acesso a um maior número de álbuns, visível a partir dessa década, sobretudo em resultado de coedições internacionais (que se repercutem em preços mais acessíveis), implica menor qualidade no que diz respeito à reprodução das cores (anteriormente, de maneira artesanal), além do aumento da permeabilidade ao “[...] perigo de que cada vez mais ‘produtos imitativos’ e medíocres inundassem o mercado, e menos editores estivessem dispostos a assumir riscos e apoiar estilos ou ideias originais e incomuns.” (POWERS, 2008, p. 101). Obras vanguardistas no anúncio de valores da sociedade pós-moderna, que, ainda hoje, são consideradas clássicas¹⁸, emergem na década de 1950, conquanto se façam sentir limitações de natureza econômica e a necessidade de um trabalho mais célere da parte do ilustrador. O mercado livreiro inglês de livros-objeto se vê afetado pela morte de Louis Giraud, em 1951, “[...] criador que durante e após a guerra deteve o monopólio deste tipo de edição.”¹⁹ [tradução nossa] (SÁNCHEZ, 2015, p. 67).

Harold B. Lentz, correspondem aos dois primeiros *pop-up* editados pela Blue Ribbon, no ano de 1932.

¹⁷ Entre as suas obras, encontram-se títulos como *The Exciting Adventures of Finnie the Fiddler* (1942) e *The Gingerbread Boy* (1943).

¹⁸ Salientamos, por exemplo, *Les Larmes de Crocodile* (1956) [*As lágrimas de Crocodilo*, 2010], de André François; *Little Blue and Little Yellow* (1959) [*Pequeno Azul e Pequeno Amarelo*, 2010], de Leo Lionni; *Die drei Räuber* (1961) [*Os Três Bandidos*, 2007], de Tomi Ungerer; *Where the Wild Things Are* (1963) [*Onde vivem os Monstros*, 2009], de Maurice Sendak; *There's a Nightmare in My Closet* (1968) [*Um Pesadelo no meu Armário*, 2009], de Mercer Mayer, ou ainda, *The Very Hungry Caterpillar* (1969) [*A Lagartinha Muito Comilona*, 2007], de Eric Carle.

¹⁹ “[...] él había tenido el “monopólio” durante y después de la guerra, y muchos otros editores de libros infantiles se sintieron intimidados como para poder competir con él”.

Contudo, à ocasião, a Checoslováquia “[...] estava na vanguarda da inovação no campo dos livros animados [...]”²⁰ [tradução nossa] (TREBBI, 2012: p.25), graças à escola de ilustração e animação, fundada pelo realizador de filmes de animação Jiří Trnka (1912-1969). Consideramos esse o início da segunda idade de ouro do livro-objeto que irá até finais da década de 1970, ainda que autores como Marta Sánchez (2015) defendam que só terá início na década seguinte e que culmina com a entrada no século XXI. Vojtěch Kubašta²¹ é uma figura eminente desse momento, servindo-se de diversos mecanismos gráficos, destacando-se, sobretudo, o recurso a elementos tridimensionais de abertura a 90° articulados com elementos *pull-the-tab*, usados com mestria (muito provavelmente, dada a sua formação em arquitetura), aliados a uma visão humorística. Assim, publica, a partir dos anos 1950, diversas revisitações visuais de contos de fadas, obras que ainda hoje são referência. Entre os anos 1960 e 1970²², Waldo (Wally) Hunt (1902-2009), com a editora Graphics International, fundada em 1964, em Los Angeles, traz a lume uma série de obras que primam pela qualidade da componente imagética (dotadas de mecanismos múltiplos), por uma impressão cuidada e por um custo de produção reduzido, disponíveis no contexto americano, inglês, francês e japonês. A montagem é feita na Colômbia, em Singapura e no Japão²³ (PELACHAUD, 2016). Impedido, pelo Partido Comunista checoslovaco, de importar as obras de Kubašta, Hunt funda a sua própria editora, estreando-se, assim, o conceito de *packager*²⁴ ou *packaging company*. Ele dá início, em Los Angeles, em 1975, a uma nova editora, a Intervisual Communications, contando com a colaboração de respeitados

²⁰ “[...] estaba a la vanguardia de la innovación en el campo del libro animado [...]”.

²¹ Durante a nossa pesquisa, demos conta da existência de, pelo menos, duas traduções em língua portuguesa da série de oito livros que tinham por protagonistas dois rapazes *Tip e Top* e o seu cão da raça Dachshund, intitulados *Zé e Manel na Quinta* (s/d) e *Zé e Manel no Jardim Zoológico*, distribuídos pela Electroliber- Gonçalo W. de Vasconcelos.

²² A partir de finais da década de 1970, os livros *pop-up* aumentam em número e complexidade, um movimento crescente que fez ascender, igualmente, os preços dessas obras (SÁNCHEZ, 2015). Refira-se, também, que, no contexto português, começam a surgir os primeiros álbuns para a infância pelas mãos de Maria Keil (1914-2012) e Manuela Bacelar (1943-), esta última autora do livro *mix-and-match Tobias às Fatias*, publicado em 1990.

²³ Se, inicialmente, produzidos na Europa e nos Estados Unidos, entre os anos 40 e 50 do século XX, os livros animados passam a ser valorizados na Itália, Japão, América do Sul (Colômbia), a partir de 2001, esta centra-se na mão de obra barata do oriente asiático (China e Tailândia), mesmo que, na atualidade, a maioria dos livros-objeto sejam projetados/idealizados no contexto americano e na Inglaterra (SÁNCHEZ, 2015).

²⁴ O *packager* corresponde a “um elemento ou empresa de conexão entre ilustradores, autores, engenheiros de papel, impressoras e fabricantes, que vendem livros para várias editoras em todo o mundo” [tradução nossa] “un elemento o empresa de conexión entre los ilustradores, autores, ingenieros de papel, impresores y fabricantes, que venden los libros a múltiples editores de todo el mundo” (SÁNCHEZ, 2015, p. 69). Trata-se de uma intermediação justificável pela elevada complexidade e experiência necessárias à produção de livros tridimensionais, dado que nem todos os editores têm meios econômicos ou o conhecimento necessário para fazer face a todos os detalhes do processo de criação.

engenheiros de papel como, por exemplo, o polaco Jan Pieńkowski²⁵ (1936-), James Diaz, David Pelham, Ron Van der Meer (1945-), entre outros. A partir da década de 1960, começa a surgir a designação de engenheiro de papel, algo que vem creditar²⁶ o trabalho dos criadores de elementos tridimensionais e mecânicos em papel dos livros *pop-up* a partir de então (PHILLIPS; MONTANARO, 2011). Responsável por um legado artístico vasto e polifacetado, Bruno Munari (1907-1998) dá início, nessa década, a um projeto no qual “[...] o livro é percebido como um objeto tátil, fonte de descobertas e surpresas graças à ginástica da leitura.”²⁷ [tradução nossa] (TREBBI, 2012, p. 76). Servindo-se de estratégias simples (como a dobra, o papel recortado, as transparências, pedaços de papel que se podem levantar, por exemplo), mas usadas com perícia, “Munari explora todos os mecanismos sem tridimensionalidade nem articulação que permitem dar vida ao livro.”²⁸ [tradução nossa] (TREBBI, 2012, p. 78). Alvo de grande reconhecimento, especialmente nos contextos italiano, francês e japonês²⁹, a sua obra distingue-se pela força da exploração da forma e da materialidade dos seus livros³⁰, sendo o seu objetivo “[...] divertir as crianças ao mesmo tempo que educa a sua visão do mundo através das leitura da imagem.”³¹ [tradução nossa] (TREBBI, 2012, p. 78).

No universo geográfico da Checoslováquia, merece, também, destaque o trabalho de Květa Pacovská (1928-). Com uma clara influência da tradição estética de artistas como Klee, Kandinsky e Miró, Pacovská joga de forma exímia com a tridimensionalidade do objeto-livro e com a noção de uma quarta dimensão decorrente do gesto do leitor (Trebbsi, 2012). Na realidade, os livros³² dessa artista plástica, tal

²⁵ Considerado o ilustrador responsável pelo livro *pop-up* mais vendido até hoje em todo o mundo *Haunted House* (com mais de quatro milhões de exemplares), segundo Pelachaud (2010), publicado em 1979, com engenharia de papel de Tor Lokvig, traduzido no Brasil por *A Casa Mal-Assombrada*. Trata-se de uma das primeiras obras dotadas de elementos tridimensionais a ser reconhecida com uma Medalha Kate Greenaway, da British Library Association, em 1980, uma prerrogativa que desvincula o *livro pop-up* do universo cercado ao entretenimento (em particular, ao brinquedo) ou de uma visão subalterna dessas edições (SÁNCHEZ, 2015).

²⁶ Na verdade, esse reconhecimento deve-se ao trabalho inovador do dinamarquês Ib Penick (1930- 1998), residente nos Estados Unidos, responsável por diversos livros *pop-up* dedicados a séries como, por exemplo, *A Rua Sésamo*, *Star Wars* ou *Popeye*, entre outras. Recorde-se que, à ocasião, patenteou diferentes mecanismos de papel (SÁNCHEZ, 2015).

²⁷ “[...] el libro es percebido como un objeto tátil, fuente de descubrimientos y sorpresas gracias a la ‘gimnasia de la lectura’”.

²⁸ “Munari explora todos los mecanismos sin relieve ni articulación que permitan dar vida al libro”.

²⁹ Refira-se, por exemplo, ao artista japonês Katsumi Komagata (1953-). Em contraponto com a sofisticação e a exuberância da maioria dos livros-objeto atuais, as publicações assinadas por ele distinguem-se pela sensibilidade poética, pela simplicidade, pela pureza e/ou crueza dos materiais, normalmente circunscritos a folhas monocromáticas, recortadas e sobrepostas (SÁNCHEZ, 2015).

³⁰ A título exemplificativo, refira-se *Na Noite Escura*, uma tradução da editora Bruuá, de 2011.

³¹ “[...] divertir a los niños a la vez que educa su visión del mundo a través de la lectura de la imagen”.

³² Vide, por exemplo, a obra *Hasta el Infinito* (2008), editado pela Faktoría K.

como os de Bruno Munari, “[...] sugere que as crianças examinem a arte na forma do livro, dando liberdade à imaginação, às emoções e ao próprio caminho do leitor no livro.”³³ [tradução nossa] (TREBBI, 2012, p. 78).

A ilustração acaba, na realidade, por progressivamente alcançar estatuto de primazia (ou, mesmo, de exclusividade), face a um texto cada vez mais breve, em concreto, nos álbuns publicados a partir dos anos 1980³⁴. Ao mesmo tempo, assiste-se a um *boom* de livros *pop-up*, muitos dos quais dirigidos a um público adulto, pelo que consideramos esse momento o despontar da terceira idade de ouro do livro-objeto. Ainda que reconhecendo o pioneirismo no sentido da distribuição e globalização dos livros *pop-up* da parte de Waldo Hunt, Marta Sánchez (2015) destaca, também, o contributo de outras *packaging company*, tais como *Compass Productions* (Califórnia), *White Heat* (New Mexico), *Sadie Productions* (Inglaterra), entre outros, que deram a conhecer artistas como David Carter³⁵ (1957-), Robert Crowther (1948-), James Roger Diaz, Dick Dudley, David Hawcock, Keeps Moseley, Chuck Murphy, Ib Penick (1930-1998), Matthew Reinhart³⁶ (1971-), John Strejan (1933-) e Robert Sabuda³⁷ (1965-). Desde então, os livros-objeto distinguem-se pela complexidade subjacente às suas criações, com ilustrações erigíveis sofisticadas e mecanismos elaborados, características que fazem desses volumes, cada vez mais, objetos de entretenimento, capazes de surpreender leitores de distintas idades e que transformaram, significativamente, o objeto-livro que hoje conhecemos (Sánchez, 2015).

Em 1993, Ann Montanaro, autora do volume *Pop-up and Movable Books: A Bibliography* (1993), dá início a uma sociedade internacional dedicada aos livros

³³ “[...] propone a los niños que examinen el arte en la forma del libro, dando rienda suelta a la imaginación, a las emociones y al propio camino del lector en el libro”.

³⁴ Será, igualmente, a partir dessa data que a investigação académica começa a centrar a sua atenção na relação dialógica imagem/texto e passa a assumir a ilustração como um objeto de estudo particular (MOURÃO, 2010).

³⁵ Na sua obra de natureza informativa *Pop-up, Art et Technique* (2009), juntamente com James Diaz, elencam-se técnicas, vocabulário relativo a esse universo de criação, bem como explicações matemáticas e geométricas.

³⁶ Refira-se, por exemplo, *Star Wars-Pop-up Guide to the Galaxy* (2007), obra reconhecida pela *Movable Book Society* pela melhor engenharia de papel em 2008.

³⁷ Responsável pela engenharia de papel de livros *pop-up* mundialmente conhecidos alguns dos quais distinguidos com o prêmio Meggendorfer, para melhor engenharia de papel como *The Christmas Alphabet* (1994), *Cookie Count: A Tasty Pop-up* (1997), *The Wonderful Wizard of Oz: A Classic Collectible* (2000), mas também *The Wonderful Wizard of Oz* (2001), de L. Frank Baum ou *The Chronicles of Narnia* (2007), alguns traduzidos para língua portuguesa pela Gailivro como *Alice no País das Maravilhas* (2004), uma adaptação da versão original de Lewis Carroll, e *Peter Pan* (2009), de J. M. Barrie's e, ainda, *Enciclopédia Mitológica - Deuses & Heróis* (2010), editado pela Assírio & Alvim, realizado em conjunto com Matthew Reinhart.

móveis, *Movable Book Society*³⁸, uma organização que reúne artistas, editores, colecionadores, entre outros, em eventos realizados a cada dois anos, desde 1996. Nessas conferências bienais, é atribuído a um artista o Prêmio Megendorfer³⁹ pela melhor engenharia de papel.

Aos artistas elencados podemos somar, entretanto, criadores franceses como Marion Bataille (1963-), Gérard Lo Monaco (1948-), Philippe Ug (1958-), Jean-Marc Fiess, Hervé Tullet (1958-), Emma Giuliani, Clementine Sourdaïs, Bernard Duisit, entre outros, empenhados na oferta de obras instigantes que, à semelhança de conceituados artistas como Bruno Munari, Iela (1931-2014) e Enzo Mari (1932-), Warja Lavater (1913-2007) e Katsumi Komagata (1953-), têm ofertado produções experimentais, enigmáticas, de natureza interativa e próximas da acepção de obra de arte, pela aposta em formatos incomuns, valorização da materialidade e novos modos de leitura, de recepção claramente dual. Trata-se de um tipo de edição ainda pouco explorado por autores portugueses⁴⁰, predominando, na contemporaneidade, no panorama editorial português, edições importadas ou traduções de autores estrangeiros, algumas das quais reeditadas ou traduzidas por editoras reconhecidas, como a Edicare, a Caminho, a Editorial Presença, por exemplo. A estas devemos adicionar também casas editoriais dedicadas à *pequena edição* “[...] aplicadas na conquista de uma ‘liberdade artística’ e na divulgação de novos talentos [...]” (MOURÃO, 2010, p. 47), como a Bruáa⁴¹, a Orfeu Mini⁴² ou, ainda, a Pato Lógico ou a Planeta Tangerina, estas duas últimas responsáveis por certas obras de autoria portuguesa nas quais, muito embora a simplicidade dos recursos gráficos, se põe à prova a competência leitora dos seus receptores, exigindo-lhes, além do cruzamento de informação visual, material e textual (ou, mesmo, intertextual), envolvimento singular no processo de leitura,

³⁸ Em 2014, esta organização criou dois novos prêmios, o de melhor engenheiro de papel emergente e um outro na categoria de melhor livro de artista móvel ou *pop-up*.

³⁹ *The Christmas Alphabet* (1994), *Cookie Count: A Tasty Pop-up* (1997), e *Wonderful Wizard of Oz: A Classic Collectible* (2000), todos com engenharia de papel de Robert Sabuda; *Knick-Knack Paddywhack!* (2002), de Andrew (Andy) Baron; *One Red Dot: A Pop-up for Children of All Ages* (2005), de David A. Carter; *Star Wars-Pop-up Guide to the Galaxy* (2007), de Matthew Reinhart; *ABC3D* (2008), de Marion Bataille; *Paper Blossoms* (2010), de Ray Marshall; *Transformers: The Ultimate Pop-up Universe* (2013), de Matthew Reinhart e *Welcome to the Neighborwood* (2003), de Shawn Sheehy e, por fim, *Zahhak: Legend of the Serpent King* (2015), de Simon Arizpe, foram as obras distinguidas até então.

⁴⁰ Recorde-se, contudo, o papel pioneiro de algumas casas editoriais como a Editorial Infantil Majora ou a Agência Portuguesa de Revistas, iniciado em finais dos anos 1940, para as quais contribuíram alguns nomes como Gabriel Ferrão, Laura Costa (1910-1993) ou César Abbott (1910-1977).

⁴¹ Vide, por exemplo, *Popville* (2010), de Anouck Boisrobert e Louis Rigaud; *Isto ou Aquilo?* (2011), de Dobroslav Foll ou, ainda, *E tu, vês o que eu vejo?* (2015), de Ed Emberley.

⁴² Vide, por exemplo, *Tirar & Por* (2015), de Lucie Félix, ou *O meu irmão invisível* (2015), de Ana Pez.

designadamente pela interpelação direta do destinatário extratextual que é motivado a agir fisicamente sobre o livro e sobre o próprio texto.

Considerações finais

Se, durante um longo período, a História do livro assentava, essencialmente, na sua dimensão textual (no seu conteúdo), nos últimos tempos, têm sido especialmente valorizadas a sua condição material, a sua forma, a sua anatomia (PELACHAUD, 2010, p. 430), idealmente ao serviço do conteúdo. Na perspectiva de Barbara Kiefer (2008), essa metamorfose que se observou no livro, em geral, e no álbum, em particular, resulta de fatores de índole social, cultural e tecnológica, não sendo, portanto, de estranhar o aparecimento de novos formatos e a alteração contínua da sua configuração, dado que “[...] a ludicidade, a ironia, a subversão de convenções e outros aspetos do livro-álbum pós-moderno manifestam-se em muitas épocas.”⁴³ [tradução nossa] (KIEFER, 2008, p. 20) A adição de “qualquer coisa mais” aos produtos culturais e, ao livro, em especial, na atualidade, radica num processo evolutivo do livro-objeto, composto por três momentos nodais e em sincronia com o movimento de generalização do design, isto é, do século XIX até à Primeira Guerra Mundial, da década de 1950 até fins dos anos 1970 e vigente desde a década de 1980 até os dias de hoje. Sustentado por um design emocional e consumista, bem como por uma publicidade dirigida à emoção e aos afetos, ao *Less is More* sucedeu o *Less is Bore* (LIPOVETSKY; SERROY, 2014). Assim, é imperativo “[...] tocar a sensibilidade estética dos consumidores; [os mercados] já não propõem apenas produtos de que temos necessidade, mas produtos diferenciados que desejamos, que nos agradam e que fazem sonhar [...]” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 54), emergindo, assim, “[...] um consumidor sedento de novidades permanentes [...]. [...] o consumidor minimalista foi substituído por um consumidor transtético ilimitado.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 54). Os livros-objeto assimilam traços e/ou semelhanças de/com outras áreas como o cinema, a arquitetura, a publicidade, a embalagem e/ou com os objetos do dia a dia (como brinquedos), por exemplo, que, inevitavelmente, solicitam uma leitura distinta da tradicional e um novo perfil de leitor. Esse leitor apreciador, coautor, estético ou transtético, movido pelo apetite fervoroso por experiências sensíveis, hedonistas e surpreendentes nasce desse capitalismo

⁴³ “play, a sense of irony, subversion of convention and other aspects of the postmodern picturebook can be found in many eras”.

artístico, que “[...] moldou um *homo aestheticus* de um novo gênero, consumista e individualista, lúdico e insaciável, sempre à espreita de novas sensações, mas também da encenação de si, de design do corpo, de qualidade e de estilo de vida.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 388). A aparência sedutora desses livros, prolíficos e heterogêneos, divide-se entre os livros *crossovers* que comungam de características pós-modernas (como a fragmentação, a subversão, a descontinuidade ou a intertextualidade, a hibridez, por exemplo), e onde o designer (que, antes, solitário, acaba por trabalhar agora em equipe) coopera para reforçar a dimensão semântica, e os objetos lúdicos híbridos que incontestavelmente refletem a submissão do livro aos interesses mercantis. Seguindo de perto uma das tendências contestantes dos efeitos do capitalismo, os primeiros, tal como outros produtos culturais, denotam uma preocupação face à tirania da aceleração (sensível aos leitores mais exigentes), refletindo sobre “[...] a concentração no tempo interior e a emoção do momento, a disponibilidade para o inesperado e para o instante vivido, o prazer de coisas belas de fácil acesso, o luxo da lentidão e da contemplação.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 41). Fazendo uso da sobrevalorização da componente lúdica e interativa, a segunda vertente ostenta um pendor, essencialmente, utilitário. O crescente reconhecimento político, comercial, escolar e cultural atribuído ao livro, desde idades muito precoces, anima um novo mercado, sendo, portanto, a dimensão estética encarada como “um setor criador de valor econômico” (LIPOVETSKY; SERROY, 2014, p. 45), face à concorrência com outros suportes visuais (tão ou mais caros e frágeis do que os livros), mas, igualmente, sedutores do ponto de vista sensorial e imagético. Em suma, na nossa perspectiva e por tudo o que procuramos explicitar, impõe-se, mais do que nunca, uma mediação atenta e crítica, pois se hoje o livro é um produto cultural de acesso mais ou menos democratizado, e inevitavelmente dependente da necessidade de venda, torna-se fundamental fazer com que a sociedade transtética e a Literatura para a Infância, em particular, evoluam no sentido da procura da excelência e da elevação do espírito, pois, como concluem Lipovetsky e Serroy, se “[...] a modernidade ganhou o desafio da quantidade, a hipermodernidade deve relançar o da qualidade na relação com as coisas, com a cultura, com o tempo vivido. A tarefa é enorme. Mas não é impossível.” (2014, p. 486).

REFERÊNCIAS

BENTO, N. **Livro de brinquedos ópticos**: transposição do universo dos brinquedos ópticos para o formato de livro. 2009. 58 f. Dissertação. (Mestrado em Design da Imagem), Faculdade de Belas Artes Universidade do Porto, Porto.

CARPENTER, H.; PRICHARD, M. **The Oxford Companion to Children's Literature**. Oxford: Oxford University Press, 2005.

HUTCHEON, L. **A poetics of postmodernism**. History, Theory, Fiction. New York/London: Routledge, 1988.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **O capitalismo estético na era da globalização**. Lisboa: Edições 70, 2014.

MOURÃO, S. Apontamentos sobre a flexibilidade da relação imagem-palavra no livro-álbum. Exemplos ao alcance de todos. **Malasartes** [Cadernos de Literatura para a Infância e Juventude]. Porto, Campo das Letras, n. 21/22, p. 54-63, 2010.

PELACHAUD, G. **Livres Animés du Papier au Numérique**. Paris: L'Harmattan, 2010.

PELACHAUD, G. **Livres Animés**. Entre Papier et Écran – Histoire/Techniques/Créations/Perspectives. [S.l.]: Pyramyd, 2016.

PHILLIPS, T.; MONTANARO, A. **The practical step-by-step guide to making pop-ups & novelty cards**. Wigston: Lorenz Books, 2011.

POWERS, A. **Era uma vez uma capa**. História ilustrada da Literatura Infantil. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

REID-WALSH, J. **Interactive books** – Playful media before pop-ups. New York: Routledge, 2018.

SÁNCHEZ, M. **¡Pop-up!** La arquitetura del libro móvil ilustrado infantil. 2015. 420 f. Dissertação. (Doutoramento em Arte). Universidad de Granada, Espanha.

TREBBI, J. **El arte del pop-up**. El universo mágico de los libros tridimensionales. Barcelona: Promopress, 2012.

Data de submissão: 25/02/2020

Data de aprovação: 30/03/2020