



O GÊNERO QUARTA CAPA E O SEU PAPEL NA PROMOÇÃO DO LIVRO

Ana Claudia Passos da Silva (PIC/UEM), Wiliam César Ramos (Orientador),
e-mail: wiliamramos@yahoo.com.br.

Universidade Estadual de Maringá/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes/Maringá, PR.

Área: Linguística. Subárea: Teoria e Análise Linguística.

Palavras-chave: quarta capa; livro acadêmico, promoção da obra.

Resumo

Os gêneros textuais orais e escritos cumprem propósitos comunicativos em toda atividade humana que faz uso da linguagem. Nessa perspectiva, o gênero é tido como ação social fazendo a mediação entre a intenção particular e a exigência social, ligando o privado com o público, isto é, mediando a relação entre o singular e o recorrente (Miller, 2012). Dessa forma, o gênero opera como mecanismo para atingir objetivos comunicativos. O gênero quarta capa cumpre a função de informar o leitor sobre o conteúdo da obra à qual faz referência, apresentando uma avaliação positiva. O objetivo deste trabalho é verificar em que medida a quarta capa ajuda a promover a obra, no sentido de levar o leitor a adquiri-la e/ou lê-la. Os resultados demonstraram o papel promocional da quarta capa de fazer com que o leitor decida pela compra do livro.

Introdução

Dentre os diversos temas presentes em pesquisas na área da linguística, os gêneros textuais vêm se destacando e garantindo especial relevância, dentre eles o gênero quarta capa, ou contracapa, de livros (CASTRO, 2009; CRISTÓVÃO, 2002; MARCHEZAN; MOTTA-ROTH, 2009). É importante nos atentarmos para a singular relevância do gênero proposto como ação social (MILLER, 2012) que materializa o seu papel social nas situações comunicativas de uma determinada sociedade.





Propomos uma reflexão a respeito do papel do gênero quarta capa na promoção do livro ao qual faz referência, analisando ainda em que medida este gênero ajuda a promover a obra no sentido de levar o leitor a adquiri-la e/ou lê-la.

Materiais e métodos

Inicialmente, foi feito um estudo acerca do gênero a ser trabalhado, no qual tivemos como base norteadora as pesquisas de Cristóvão (2002), Castro (2009), pontuando os aspectos recorrentes e/ou divergentes, assim como o estudo de Almeida e Silva (2014). A partir do tema a ser trabalhado, estabelecemos o perfil dos informantes que poderiam compor o corpus da pesquisa, visto que o foco principal está na influência de quartas-capas na compra de livros. Desse modo, optou-se por aplicar tal questionário a alunos graduandos de Letras e posteriormente o levantamento e análise das respostas obtidas.

Resultados e Discussão

Pôde-se constatar, a partir das respostas apresentadas pelos participantes da pesquisa, o quanto a quarta capa influencia no momento da compra e/ou leitura de um livro. Com intuito de comprovar essa função, podemos pontuar alguns dados significativos que apareceram na análise dos dados. Inicialmente, 86,67% dos alunos participantes informaram que leem a quarta capa antes de comprar e/ou ler um livro, o que comprova o quanto o gênero trabalhado é importante em momentos de decisão de compra e/ou leitura de uma obra. Quando questionados em que baseiam a decisão de comprar o livro, 86,67% dos participantes apontaram que baseiam as escolhas na quarta capa. No que diz respeito ao fato de a quarta capa exercer ou não influência na compra do livro, 80% dos entrevistados afirmaram que sofrem influência, e destes, 53,33% afirma ser influência positiva. Além disso, 73% dos entrevistados informaram que a quarta capa do livro ajudou na decisão de comprar/ler ou rejeitar o livro, e quando da compra para presentear, 40% afirmaram ter lido a quarta capa do livro para auxiliar na decisão da escolha correta. Em situações de dúvida, 26,66% dos entrevistados assinalaram consultar a quarta capa. Podemos concluir, deste modo, que a quarta capa é de extrema importância na promoção do livro, visto que apresenta ao leitor o assunto que o livro irá tratar, qualificando o conteúdo e dando informações





relevantes para a decisão de leitura/compra do livro, influenciando, assim, de maneira significativa, a escolha do leitor.

Conclusões

Ao término deste estudo, concluímos que a quarta capa tem papel relevante na promoção do livro, apresentando a obra e informações importantes que influenciam na escolha do livro para leitura ou compra. As informações contidas no gênero quarta capa são de extrema importância para os leitores, visto que os situam no tema, contextualizando-o e seduzindo-o para a compra/leitura da obra. Os resultados confirmam que o propósito principal do gênero quarta capa é o de incitar à leitura, conforme estudos já realizados por Cristóvão (2002) e Almeida e Silva (2014) que indicam o seu caráter promocional.

Agradecimentos

Ao Prof. Dr. William César Ramos, pelas orientações, compreensão e dedicação. À Universidade Estadual de Maringá, que possibilita o desenvolvimento do Programa de Iniciação Científica.

Referências

ALMEIDA, M. G. de; SILVA, A. C. P. da. A estrutura retórica do gênero quarta capa de livro acadêmico. In: **5º SELLP – Seminário de Estudos Linguísticos e Literários de Paranavaí** – Universidade Estadual do Paraná, Paranavaí, PR, 2014. P. 21.

CASTRO, S. T. R. de. A linguagem das quartas capas de livros. **Revista de Línguas Modernas**, n. 10, 2009. p.123-145.

CRISTÓVÃO, V. L. L. O gênero quarta capa no ensino de inglês. In: DIONISIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Orgs.). **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p.95-106.





MARCHEZAN, M. R.; MOTTA-ROTH, D.. O gênero contracapa na perspectiva bakhtiniana. **Interletras**, Dourados, v.02, 2009. p.00-00.

MILLER, C. R. O gênero como ação social. In: DIONISIO, A. P.; HOFFNAGEL, J. (Orgs.). **Gênero textual, agência e tecnologia**. Tradução Judith Hoffnagel. São Paulo: Parábola Editorial, 2012. p. 21-41.



**FUNDAÇÃO
ARAUCÁRIA**



PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO
Secretaria da Ciência, Tecnologia
e Ensino Superior