

A imagem do feminino nas capas dos livros *O Duque e Eu* de Julia Quinn

La imagen de lo femenino en las portadas de los libros El Duque y Yo de Julia Quinn

The image of femininity in the covers of The Duke and I by Julia Quinn

Rosângela V. Souza, Meiriédna Q. Mota, Gabriela Araujo F. Oliveira

Linguagem gráfica, heroína, arquétipo, páthos, capas de livro

O objetivo deste artigo é analisar, por meio da metodologia proposta por Mota, Souza e Oliveira (2024), as capas do livro *O Duque e Eu*, de Julia Quinn, publicados no Brasil e no exterior entre os anos 2000 e 2021. A pesquisa investiga como a imagem do feminino é retratada nas capas de romance no qual a protagonista é feminina. Para isso, observa-se se há consonância com convenções gráficas que corroboram com o estereótipo de gênero partindo do arquétipo e da jornada da heroína, do páthos feminino e da linguagem gráfica visual verbal. Os resultados apresentados confirmam a hipótese ao entender que é possível criar inferências entre a teoria e o design das capas.

Lenguaje gráfico, heroína, arquetipo, pathos, portadas de libros

El objetivo de este artículo es analizar, mediante la metodología propuesta por Mota, Souza y Oliveira (2024), las portadas del libro El Duque y Yo, de Julia Quinn, publicadas en Brasil y en el extranjero entre los años 2000 y 2021. La investigación investiga cómo la imagen de lo femenino se retrata en las portadas de novelas en las que la protagonista es mujer. Para ello, se observa si existe consonancia con convenciones gráficas que corroboran el estereotipo de género basado en el arquetipo y el recorrido de la heroína, el patetismo femenino y el lenguaje gráfico visual verbal. Los resultados presentados confirman la hipótesis al entender que es posible crear inferencias entre la teoría y el diseño de las portadas.

Graphic language, heroine, archetype, pathos, book covers

The objective of this article is to analyze, using the methodology proposed by Mota, Souza, and Oliveira (2024), the covers of the book The Duke and I by Julia Quinn, published in Brazil and abroad between 2000 and 2021. The research investigates how the image of the feminine is portrayed on the covers of romance novels in which the protagonist is female. To achieve this, it examines whether there is alignment with graphic conventions that reinforce gender stereotypes, based on the archetype and journey of the heroine, feminine pathos, and the verbal graphic language. The results presented confirm the hypothesis by understanding that it is possible to make inferences between the theory and the design of the covers.

1 Introdução

A imagem da mulher vem sendo moldada pela sociedade ao longo do tempo de modo que essas mesmas mulheres já não sabem mais qual ou quais imagens a representam. Anchieta

(2022, p.189) comenta que a imagem de Maria, por exemplo, “imperou e, de seu trono, orquestrou simbolicamente quase todas as relações sociais por séculos”. E como parte de um jogo social, essas imagens atuaram – e atuam – com força capaz de alterar comportamentos e a maneira como devemos perceber a imagem do feminino.

Notamos que os romances produzidos para as mulheres carregam em seu conteúdo narrativo – e também através das imagens presentes na capa – uma ideia de Feminino que ao longo dos séculos foi sendo construído para uma criação narrativa do capital simbólico. E também, muitas vezes, para uma representação de consumo imediata. Observamos que essa grande narrativa comunica um Feminino descolado da representação da deusa e passa a retratá-lo apenas por seu corpo e sua função social de mãe, mulher, filha. E se há uma perda do controle dessa imagem, ela logo é remodelada para atender a um novo interesse social, carregada de estereótipos que perduram até nossos dias (Anchieta, 2022).

Ao observar as capas de romances voltadas para o público feminino, nota-se que nelas a imagem retrata essa narrativa distorcida, ou seja, a mulher ora se mostra frágil, dependente e casta, ora é romântica, sedutora e provocadora. Dificilmente percebe-se uma heroína que assume o protagonismo da sua própria história. Essas personagens se apresentam nas capas dos livros cercadas por elementos gráficos que reforçam esse lugar-comum do universo feminino a exemplo do uso da cor rosa, de flores e jardins. E quando próxima de um personagem masculino, na maioria das vezes, esse assume o papel de herói, sedutor ou príncipe encantado.

Diante dessa constatação, tem-se como problemática para este artigo: como a imagem do feminino é retratada em capas de livro de romance no qual a protagonista é feminina? A hipótese é que seja possível criar inferências com o arquétipo e a jornada da heroína, o páthos feminino e a linguagem gráfica do design dessas capas. Para isso, o objetivo traçado é explicar a imagem do feminino representada nas capas do livro *O Duque e Eu*, articuladas com a persona construída a partir da leitura do texto.

2 Fundamentação Teórica

Semântica tipográfica

Ao lermos um texto, estamos lendo para além dos seus significados linguísticos. Para Wyatt e DeVoss (2018), “lemos formas de letras, atribuindo significado às escolhas de design feitas por artistas de letras, tipógrafos e designers que empregam as formas” (p.xiii). Por isso, a escolha de uma tipografia “ou estilo de letras manuscritas é um ato retórico(...)” (p.xiii). Portanto, os seus desenhos, para além do significado dos caracteres, nos direcionam a interpretações de acordo com cada contexto e repertório.

Nesse sentido, Kinross (1989, p.3) argumenta que “o vácuo ideológico não existe” e, portanto, a tipografia sempre terá um significado de forma mais ou menos evidente, pois as “manifestações visuais emergem de uma circunstância histórica particular”. Em outras palavras,

ao escolher uma tipografia, estamos também escolhendo um conjunto de valores e vieses da época em que foi desenvolvida. Dessa maneira, “lembrar que o uso de tipos é sempre um ato retórico é lembrar a agência por trás dos atores que projetam, baixam e instalam as fontes” (Nichols, 2018, p.56).

Assim, os desenhos tipográficos também podem reforçar estereótipos de gênero. Como Garfield (2012) aponta, “o entendimento é que fontes grossas, pesadas e com arestas pontiagudas são principalmente masculinas, e fontes fantasiosas, mais leves e curvilíneas são principalmente femininas” (p.32). Por isso, é comum vermos campanhas publicitárias e peças gráficas no geral, quando direcionadas para o público feminino, utilizarem fontes caligráficas, leves e com *swashes* na composição. Para Davies (2002), “fomos, sem dúvida, condicionados na forma como categorizamos levianamente características masculinas e femininas, e a tipografia está apenas refletindo valores sociais mais amplos”.

Nas capas de livro, a tipografia, em sua maioria, tem um grande destaque e ela “costuma ser escolhida para representar temporariamente a história ou para associá-la a um tom emocional” (Llop, 2014, p.60). Além disso, Oliveira e Lima (2021) afirmam que “a capa é um espaço gráfico privilegiado para cristalizar valores do livro: editoriais, textuais, discursivos, mercadológicos, entre outros” (p.23). Nesse sentido, Lupton (2011) argumenta que a capa exerce uma função visual muito relevante, uma vez que é a primeira impressão que o leitor em potencial tem ao se deparar com um livro. Dessa maneira, a escolha tipográfica pode potencializar ou contradizer determinados vieses comunicacionais por meio do seu desenho juntamente aos outros elementos compositivos, como a diagramação, as cores, os elementos pictóricos.

A imagem do feminino

A imagem da mulher normalmente é definida pelo outro e não por ela própria. Vivemos num mundo onde o tempo todo é dito como ela deve se vestir ou se portar. Não há liberdade de escolha porque essas são julgadas por aqueles que querem decidir como a mulher deve ser.

Nesse sentido, a autora Isabelle Anchieta tenta “elucidar como se deu a gestação de formas estáveis amplamente reconhecíveis da mulher e sua mudança durante a modernidade, especialmente em direção ao retrato” (Anchieta, 2022, p.19). Ou seja, busca mostrar como se deu a criação de estereótipos reforçados ao longo de anos. Ou poderíamos chamar de imagem *páthos* (Warburg, 2013), pois elas também são imagens carregadas de memórias antigas.

Como exemplo dessa construção estereotipada, podemos citar a imagem de Maria. Anchieta (2022) comenta que desde as primeiras aparições públicas no ano 313, com a oficialização da Igreja Católica, é possível ver a imagem de Maria Entronada criada a partir da influência da deusa Cibele para servir como um exemplo de virtude e ir ao encontro de um anseio social por Salvação.

Quando se inicia as mudanças na representação da imagem de Maria, a partir do século XIV, de corpo institucional para a apropriação de rosto e gestos humanos, elas também possuem um objetivo: torná-la mais familiar, mais íntima e humana, ressaltando os laços

familiares entre mãe e filho. Gestos esses importantes porque iriam fundamentar os valores burgueses (Anchieta, 2022).

As mudanças na imagem de Maria continuaram ao longo dos anos sempre que era necessário restituir o controle sobre a imagem. Quando ela passa a amamentar seu filho, o seu leite se torna símbolo da humanidade dela e de Cristo (Anchieta, 2022). Mas, a representação do seio virginal de Maria passou a ser vista como ambígua e perigosa, ao oscilar entre o maternal e o erótico. Isso levou, no século XV, à proibição oficial de seu culto e representação, devido à perda de controle sobre a produção da imagem mariana.

Nos séculos XV e XVI Maria desce definitivamente do trono, toca o solo com os pés descalços, e não mais utiliza as vestes luxuosas. Ela reclinase em direção ao seu filho. É o momento em que a mulher triunfa como mãe. Como se a maternidade fosse o seu projeto final de vida.

Já a imagem de Maria Madalena foi construída como a de uma pecadora arrependida, associada à prostituição por decisão do papa Gregório Magno em 599, ao fundir três personagens bíblicas femininas (Anchieta, 2022). O feminino passou a ser visto como símbolo do pecado. Sua representação ficou marcada por elementos sensuais, como os cabelos dourados que cobriam seu corpo de forma erótica, reforçando a dualidade entre pecado e arrependimento.

Como diz Anchieta (2022, p.139), a “santa que revela os seios em um registro erótico seria uma imagem improvável nos séculos anteriores”, salvo a imagem de Maria e sua aparição amamentando Jesus, pois mostrar os seios de forma erótica era algo próprio das amantes, prostitutas e da Madalena arrependida.

Com a chegada da modernidade, a família passa a se organizar de maneira diferente e inaugura uma forma de isolamento social. Nesse cenário a imagem da mulher é repensada para assumir um novo papel. Anchieta (2022) ressalta que as obras da artista Mary Cassat, realizadas entre 1870-1900, mostram um reflexo dessa mulher moderna, circunscrita ao lar e a seus afazeres, à espera da volta do marido para casa, enquanto este estaria no trabalho buscando a ascensão social pela carreira. Esse seria o páthos moderno. Uma melancolia constante, uma tristeza, um vazio que não é preenchido nem pelos filhos.

Entender toda essa construção imagética possibilita olhar para as imagens das capas dos romances de maneira a perceber os estereótipos que elas também reforçam, sejam através de imagens, ou através de um simbolismo disfarçado que perpetua os mesmos objetivos controladores de permanência da imagem da mulher em seu *status quo*.

O arquétipo da heroína

A importância do arquétipo da heroína para nossa análise se dá no âmbito de entender as várias nuances da personagem com suas máscaras, movimentos e possibilidades. O arquétipo da heroína está ligado a sacrifícios e serviços prestados à comunidade ou a uma pessoa, gera identificação com o público que consome a obra porque uma das funções da heroína é o aprendizado do crescimento, do amadurecimento, do autoconhecimento, dos defeitos e da

morte. Arquétipo aqui é entendido com base em Carl Jung (2020) quando afirma que esse é uma expressão existente na Antiguidade que significa ideia no sentido platônico, sendo assim, a ideia sendo preexistente e supraordenada aos fenômenos em geral.

O arquétipo da heroína pode ser aliado a referências com o mundo selvagem como a autora Clarissa Estés (2018) explica, ou seja, uma mulher que corre com lobos é o arquétipo da mulher selvagem, instintiva, criativa, intuitiva, sensível, forte. O termo selvagem, Estés esclarece, “não é usado em seu atual sentido pejorativo de algo fora de controle, mas em seu sentido original, de viver uma vida natural, uma vida em que a criatura tenha uma integridade inata e limites saudáveis.” (2018, p.21)

A jornada da heroína é uma relação próxima com a jornada de cada mulher que encara sua vida como um processo de transformação e, no caso da nossa personagem, Daphne, ela vai se modificando ao longo da narrativa.

Para entender a construção da heroína, é importante notar que o arquétipo do herói surgiu primeiro. Inicialmente, a heroína era apenas um reflexo desse modelo, mas com o tempo, desenvolveu um arquétipo e uma jornada próprios. Segundo Joseph Campbell (1997) o herói é aquele que pode exercer as etapas de vida-morte-vida na narrativa. Para Mota, Souza e Oliveira (2024) “o herói seria o homem – ou a mulher – que consegue vencer as próprias limitações e se refazer preenchidos de humanidade, de vida e de eternidade. Não mais com valores históricos, contextuais que perdem força e vitalidade, mas com valores eternos, universais”. Christopher Vogler (2006) vai discorrer sobre essa diferença e pontuar a importância de uma jornada diferenciada:

Quando se trata de uma mulher isso impõe ciclos, ritmos, pressões e necessidades distintas. (...) A jornada dos homens pode ser, sob certos aspectos, mais linear, evoluindo de uma meta exterior para a seguinte, ao passo que a jornada das mulheres pode se desenvolver em espiral para o interior e o exterior. O espiral pode ser uma analogia mais exata para a jornada das mulheres do que a linha reta ou um simples círculo (Vogler, 2006, p.19-20).

Murdock (2022) elenca dez passos para a jornada da heroína, são eles:

1. Separação do feminino;
2. Identificação com o masculino;
3. O caminho de provas;
4. A dádiva ilusória do sucesso;
5. Mulheres fortes podem dizer não;
6. Iniciação e descida para a Deusa;
7. Anseio urgente de reconexão com o feminino;
8. Curando a ruptura mãe/filha;
9. Encontrar o homem interior com coração;
10. Além da dualidade.

Na jornada da heroína as etapas podem ser vivenciadas pela personagem de forma distinta, inclusive ao mesmo tempo. Segundo Mota, Souza e Oliveira (2024, p.1383) o importante “é o

desenvolvimento, crescimento e aprendizado. Sendo, a necessidade de redefinição do arquétipo da heroína, dentro de sua jornada, como prioridade dentro das construções midiáticas, míticas, artísticas, sociais e culturais”. Tais etapas servirão como base para a análise das capas do livro escolhido neste artigo.

3 Metodologia

A metodologia seguida nesta pesquisa tem como base o modelo proposto no artigo *A representação do feminino: uma análise das capas de Orgulho e Preconceito de Jane Austen*, proposto por Mota, Souza e Oliveira (2024), conforme Figura 1. Seguindo a mesma linha teórica, a pesquisa manteve a aplicação dos conhecimentos epistemológicos complementares e transdisciplinares das áreas de concentração do Design da Informação, da imagem do feminino, do páthos feminino e da construção arquetípica da heroína.

Figura 1: Esquema do método proposto por Mota, Souza e Oliveira (2024).



Também se manteve para os objetivos, o caráter explicativo a partir da exploração da temática, da descrição do personagem, da capa e da caracterização da análise gráfica. Além disso, as referências teóricas foram articuladas com a persona construída pelas pesquisadoras, com o arquétipo da heroína, com a imagem do feminino e com as escolhas tipográficas presentes nas capas. Por fim, o referencial teórico também possibilitou fazer inferências relacionadas aos resultados da construção do projeto de design das capas analisadas.

Os procedimentos utilizados foram: o bibliográfico com o foco na literatura dos autores de referência de cada temática, com o intuito de expandir os conceitos ou modelos apresentados por estes; documental por termos escolhido como objeto de estudo as capas de livros e seus projetos gráficos; e o corpus de análise de 10 capas do livro *O Duque e Eu* de Julia Quinn publicados no Brasil e no Exterior, entre os anos 2000 até 2021 – a ampliação do corpus para as capas em inglês se deu devido ao número reduzido de edições em português.

Os dados analisados foram de natureza qualitativa no tocante às capas dos livros serem em um número reduzido, e porque tem-se como objetivo a necessidade de entendimento do motivo de as imagens serem relacionadas, ou não, ao arquétipo da heroína e ao páthos do feminino, fazendo sentido, assim, a qualidade da articulação dos resultados da análise.

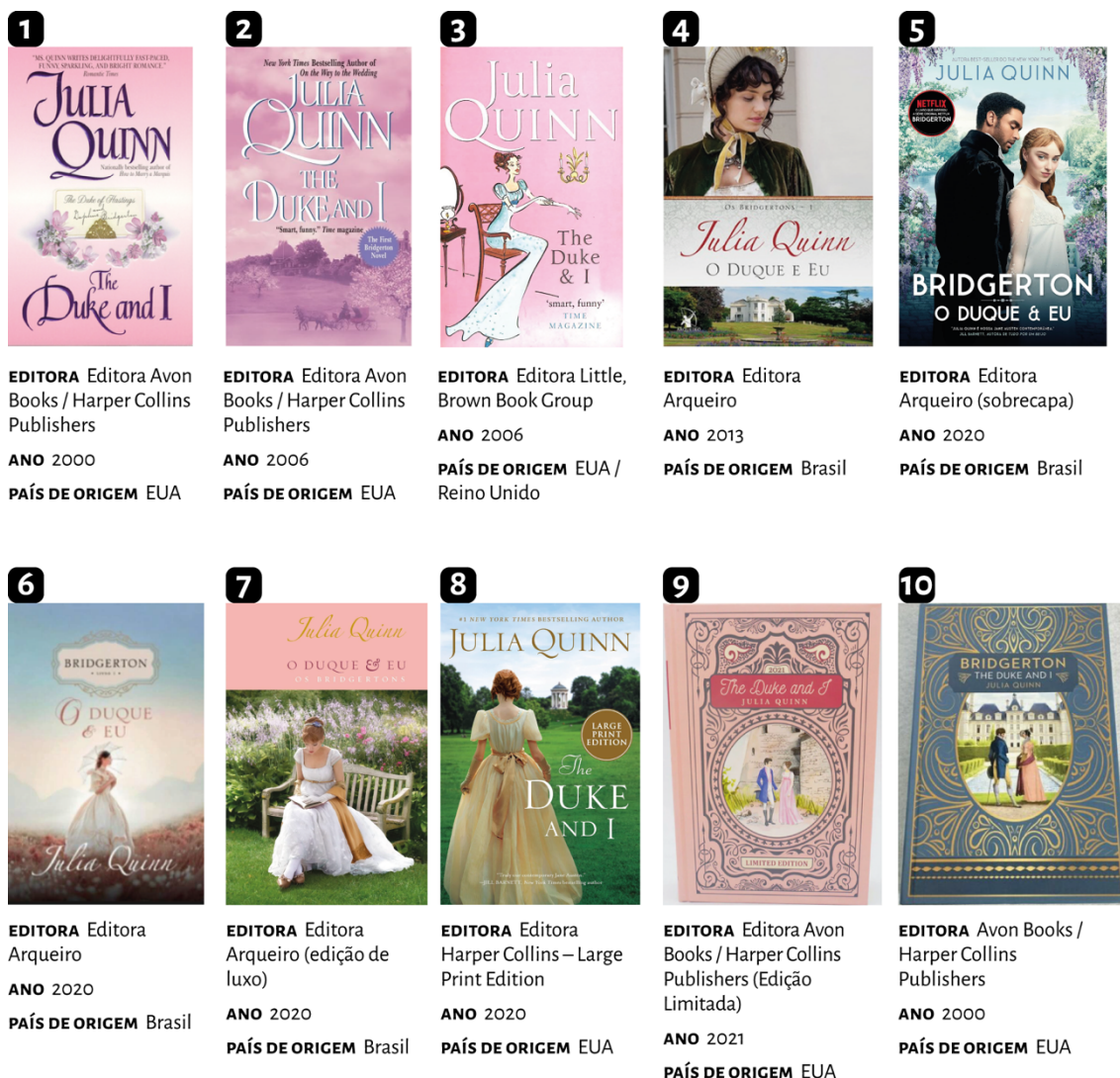
E por fim, o local de realização da pesquisa foi de campo pela condição de termos, em todas as fases citadas acima, ido em busca dos referenciais do objeto de pesquisa documental e dos referenciais bibliográficos que foram se expandindo na medida que foram sendo catalogados.

4 Coleta e Análise dos dados

Corpus analisado

O corpus da análise constitui-se de 10 capas do livro *O Duque e Eu* de Julia Quinn publicados no Brasil e no Exterior entre os anos 2000 até 2021 (Figura 2). A seleção do *corpus* considerou a disponibilidade de publicação dos livros e do acesso digital a imagem das capas.

Figura 2: Imagens das capas que compõem o corpus da análise.

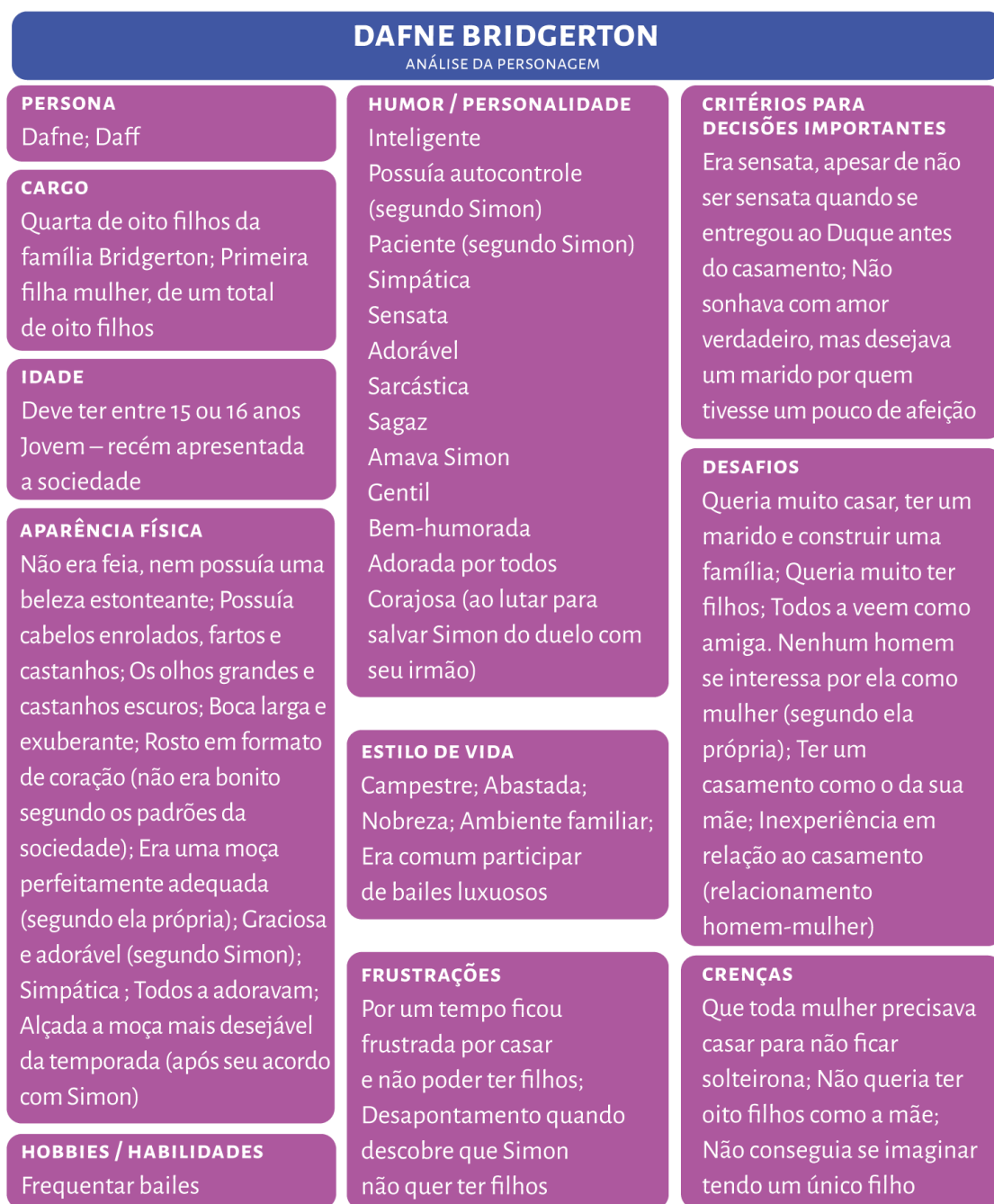


Construção da persona

A construção da persona (Figura 3) foi realizada a partir da leitura do livro *O Duque e Eu* e teve como objetivo identificar como a protagonista, Dafne Bridgerton, foi criada por Julia Quinn. O livro foi escrito pela autora nos anos 2000, e é ambientado na Inglaterra do início do século XIX, na Londres de 1813, no período da Regência, e foca no decoro aristocrático e nas

cotidianidades da nobreza, reforçando estereótipos, influências burguesas e transformações sociais da época.

Figura 3: Persona desenvolvida a partir da leitura das autoras.



Cruzamento entre persona e capa

Após a construção da persona, o passo seguinte foi fazer uma análise com base no cruzamento entre as capas selecionadas, a persona e os conceitos apontados na teoria proposta. Para isso, foi elaborada uma ficha de análise que agregasse os resultados observados (Figura 4).

Figura 4: Exemplo da ficha de análise preenchida.

IMAGEM DA CAPA / EDITORA / ANO	ANALOGIA QUE A CAPA SUGERE	CORRESPONDÊNCIA CAPA E PERSONA	ETAPA DA JORNADA DO HERÓI/HEROÍNA QUE A CAPA SE APROXIMA	LINGUAGEM VISUAL VERBAL	PÁTHOS / SIMBOLOGIA
 Editora Arqueiro / 2020 Edição de luxo	A analogia do vazio de uma vida e o consumo de uma vida imaginária, mas de forma autorizada pela sociedade. Uma aventura do imaginário pode mais que uma aventura real pelos "sete mares".	☒ Sim ☐ Não	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☒ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Anseio urgente de reconexão com o feminino	Tipografia que remete a uma escrita caligráfica para o nome da autora. Tipografia serifada, versalete e com baixo contraste no desenho para o título e subtítulo do livro, com espaçamento positivo entre os caracteres.	Anchieta (2022) comenta: "A sós, provavelmente durante o sono do filho, ela aguarda junto à janela com o cãozinho, bordando as horas em cada ponto. Ou vai ao jardim, sentar-se ao por sol, ansiosa para ler mais um capítulo da novela que chegou com o folhetim." Essa imagem reflete os sinais de uma vida vazia, muito mais do que uma felicidade. Páthos da Ninfa bela, pura, inocente e melancólica. A passividade é apresentada através do jardim florido.

5 Resultados

Em relação aos resultados das capas analisadas presentes na Figura 1, pode-se inferir que:

Há uma repetição das cores rosa e lilás, dos elementos florais, do cenário bucólico, da mulher sem olhar para frente, e, em poucas capas, da figura masculina. Esse conjunto de elementos visuais nos descreve uma narrativa pautada no amor romântico e que se enquadra no padrão vigente a qual a personagem pertence: reforçando o estereótipo de que o valor da mulher está na validação da família e do casamento e sua meta de vida é formar uma família dentro do conceito apropriado para sua classe social.

Com relação a analogia que a capa sugere, observamos que o casamento como resultado final da vida da mulher aparece nas capas 1, 4, 6, 9 e 10. Nelas, o casamento é reforçado como caminho "natural" da mulher atrelada à analogia da virgem, da pura e da tímida. Ao não olhar para o espectador a mulher recatada mantém seu decoro e sua honra para o marido que vai fazer dela a esposa. A mulher sozinha no meio do campo de flores é a imagem da dama solteira, melancólica, que ainda não é casada. Nas capas 9 e 10 há uma sugestão de relacionamento ilusório perfeito entre os personagens feminino e masculino, com castelos no fundo ratificando a segurança buscada da mulher a partir do casamento. Isso reforça o final da narrativa, quando a mulher casa e "finda" também sua vida, a qual tinha por objetivo casar (Figura 5).

Nas capas 3 e 5 vemos a mulher sedutora e fatal pronta para conquistar seu parceiro, no ritual da conquista. Na capa 5 a personagem está encarando o leitor e está em uma sedução com o masculino. Há um envolvimento de duas pessoas que estão testando suas abordagens. O masculino está de preto, clássico, sério, mais alto e impondo o espaço entre eles. Ela, de branco, virginal, seduzindo o duque e a nós, leitores. A capa 7 traz a analogia do vazio da mulher que espera. E a capa 8 mostra a personagem de costas porque ainda não é a mulher casada que se encontrou (Figura 5).

Figura 5: Analogia sugerida pela capa



Em relação a consonância das capas com a persona desenvolvida na pesquisa quase todas elas estão retratando bem a persona, mas na capa 9 (Figura 6) há uma discordância. A postura distante, fria e reta da personagem não retrata a persona. Ela é amiga de muitos homens amigos de seus irmãos e se apaixona pelo duque. Inclusive, faz sexo com ele antes do casamento.

Figura 6: Discordância capa persona.



Em relação às etapas da jornada da heroína percebemos algumas repetições. Nas capas 1, 2 e 4 observa-se a etapa 4 chamada 'Dádiva Ilusória do Sucesso', normalmente atrelada ao sonho da felicidade contínua advinda do casamento e da composição de família dentro dos modelos tradicionais da época. Nas capas 3, 4, 6 e 8 notou-se a etapa 3 chamada 'O Caminho de Provas' que sugere sacrifícios, dores, ação e atitudes. Nas capas restantes temos etapas isoladas. Na capa 5, a etapa 2 chamada 'Identificação com o Masculino', onde o feminino valoriza as atitudes masculinas e tenta, de certa forma, imitar para poder continuar

sobrevivendo. Na capa 7, a etapa 7 chamada ‘Anseio urgente de Reconexão com o Feminino’ onde a mulher se distanciou do feminino, adoeceu e precisa retornar para se tornar inteira. Na capa 10, a etapa 10 chamada ‘Além da Dualidade’, momento em que a mulher se percebe inteira com suas duas condições de feminino e masculino internamente e encontra a felicidade com ela própria e seu parceiro (Figura 7).

Figura 7: Relações da jornada da heroína



Em relação às escolhas da linguagem gráfica visual verbal, seis capas 1, 3, 6, 7, 8, e 9 utilizam uma tipografia que remeta à escrita caligráfica – seja no nome da autora, no título da obra ou em algum caractere ou palavra na capa. Nas capas 1, 2 e 6 também observamos a presença de *swashes*, um floreio tipográfico, em alguns caracteres. Além disso, nas capas 2, 3, 4, 6, 7, 8 e 9 percebemos a presença de tipografias serifadas, com baixo contraste e serifa triangular. Nesse sentido, conforme a pesquisa realizada por Oliveira & Lima (2021), em peças gráficas direcionadas ao “público feminino”, é comum que se observe essa escolha por tipografias mais fluidas, leves e com *swashes* em sua estrutura. Por outro lado, quando a intenção é direcionar para o “público masculino”, as tipografias escolhidas são sem serifa, com arestas pontiagudas e consideradas “neutras”. Portanto, “a repetição do uso tipográfico cria uma falsa sensação de estabilidade, de concretude” (Duprey, 2015, p.31), ou seja, cria-se uma convenção em que aquelas características visuais já enviesam para um léxico de interpretações. Em outras palavras, “o desenho da tipografia carrega valores semânticos” (Oliveira & Lima, 2021, p.24) e essas escolhas impactam a forma como as capas são lidas e percebidas, fortalecendo certos estereótipos de gênero (Figura 8).

Figura 8: Relações da linguagem gráfica visual verbal.



Com relação ao páthos feminino, observou-se que a personagem Dafne encarna várias energias do ‘páthos da ninfa’, se mostrando como: sedutora, sensual, erótica e provocadora nas capas 3 e 5; romântica, bela, inocente e melancólica nas capas 6, 7 e 10; independente, segura, confiante e altiva na capa 9; casta, graciosa, ingênua e pura na capa 4; ou infantil pequena, frágil e ingênua na capa 8. Ela opera as polaridades alternando entre a pecadora e a virginal. E nesse movimento fica oscilando entre se entregar ao sonho romântico de viver um grande amor ou se impor altiva e alheia a tudo; ou ainda, se torna frágil e infantil e se recolhe ao recato e a inocência. Essas variações da imagem de Dafne reforçam os estereótipos construídos ao longo de anos como forma de moldar (e manter) uma imagem do feminino (Figura 9).

Figura 9: Relações do páthos



Em relação a simbologia, observou-se na capa 3 que o espelho como “símbolo lunar e feminino” (Chevalier & Gheerbrant, 2021, p. 455) não é o interesse principal da personagem que se arruma de costas para ele. As flores e o reino vegetal aparecem como símbolos recorrentes nas capas 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8 e 9, contribuindo para reforçar o estereótipo da imagem do feminino. É interessante observar essa recorrência, pois o reino vegetal é próprio da simbologia da Nífea grega Dafne uma vez que ao ser perseguida por Apolo, implorou ajuda ao seu pai suplicando que mudasse sua forma. Bulfinch (2013, p.53) afirma que naquele momento Dafne começou a ficar rígida e a se transformar numa árvore, “nada mantendo de sua aparência anterior, a não ser a beleza”. Além disso, o reino vegetal possui o caráter cíclico de toda existência: nascimento, maturação, morte e transformação. A simbologia da nífea também “representa uma expressão dos aspectos femininos do inconsciente.” (Chevalier & Gheerbrant, 2021, p.709). E para Agambem (2012, p.53), elas estão “condenadas assim a uma incessante busca amorosa do homem, as ninfas têm uma existência paralela na terra.” (Figura 10).

Figura 10: Relações de simbologia.



Os resultados apresentados apontam que a hipótese sugerida no início desse texto se confirma, ao entender que é possível criar inferências com o arquétipo e a jornada da heroína, o páthos feminino e a linguagem gráfica presente no design das capas.

6 Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo analisar, por meio da metodologia proposta por Mota, Souza e Oliveira (2024), as capas do livro *O Duque e Eu*, de Julia Quinn, publicados no Brasil e no exterior entre os anos 2000 e 2021. Dessa maneira, articulamos a imagem do feminino presente nas capas com a persona desenvolvida a partir da leitura da obra.

A conclusão em relação a analogia, a persona e a jornada da heroína é que as capas analisadas tem elementos gráficos e imagéticos que se repetem confirmando uma narrativa de

enquadramento do padrão vigente entre a mulher consumidora e a mulher protagonista: a da validação das instituições família e casamento como meta de vida a ser alcançada.

Na linguagem gráfica visual verbal, observamos que diversas capas se utilizam de características tipográficas que reforçam o estereótipo de gênero feminino. Tipografias que remetem à escrita caligráfica, leves, suaves, com baixo contraste e com *swashes* evidenciam aspectos semânticos que são culturalmente difundidos sobre o feminino. Além disso, tonalidades da cor rosa claro estão presentes em seis capas, uma escolha que também evoca associações culturais com o estereótipo do feminino, remetendo à delicadeza e suavidade.

Os resultados também apontam uma recorrência na simbologia das flores e do reino vegetal, reforçando o estereótipo desse feminino. Já a simbologia/páthos da Ninfa ganhou expressão encarnando várias energias diferentes como: sedutora, sensual, romântica, inocente e melancólica. Mas também mostrou que poderia alternar sua polaridade, quanto se apresentou independente, confiante e ativa, ou ainda, infantil pequena e frágil.

Dessa maneira, compreendemos que a capa é um espaço privilegiado para, além de evidenciar aspectos da narrativa textual do livro, sugerir interpretações, criar expectativas e colaborar ou confrontar convenções gráficas de gênero. Essa importância do fazer, configurada nas mais diversas capas de livros, vai ressoar em toda a sociedade que consome esse conteúdo literário, artístico e de entretenimento. Compreender a construção da imagem do Feminino abre possibilidades de discussões mais amplas e profundas, que contribuam com os estudos dentro do campo do Design, gerando novas possibilidades para pensar o uso e a interpretação das imagens nos suportes de design.

Referências

- Agamben, G. (2012). *Ninfas*. São Paulo: Hedra.
- Anchieta, I. (2022). *Imagens da mulher no Ocidente moderno 2: Maria e Maria Madalena* (Vol. 2, 2a ed.). São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo.
- Bulfinch, T. (2013). *O livro da mitologia: a idade da fábula*. São Paulo, SP: Martin Claret.
- Chevalier, J. & Gheerbrant, A. (2021). *Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números* (35ª ed.). Rio de Janeiro, RJ: José Olympio.
- Davies, J. (2002). *Hot Type*. Design Week. <https://www.designweek.co.uk/issues/5-december-2002/hot-type/>.
- Duprey, A.L. (2015). *A feminist view on the power of typography: making the invisible visible*. 2015. Tese (Senior Honors Thesis) – Department of Communication Arts, Framingham State University, Framingham.
- Estés, C. P. (2018). *Mulheres que correm com lobos: mitos e histórias do arquétipo da mulher selvagem*. Rio de Janeiro, RJ: Rocco.
- Garfield, S. (2012). *Esse é meu tipo: um livro sobre fontes*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Jung, C. G. (2020). *Aspectos do Feminino*. Petrópolis: Editora Vozes.

- Kinross, R. (1989). The rhetoric of neutrality. In: Margolin, V. (org.). *Design discourse: history/theory/criticism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Llop, R. (2014). *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros: hacia un lenguaje de parámetros*. Barcelona: Editora Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2011). *A produção de um livro independente Indie Publishing: um guia para autores, artistas e designers*. São Paulo: Edições Rosari.
- Mota, M. Q., Souza, R. V. de, & Oliveira, G. A. F. (2024). A representação do feminino: uma análise das capas de *Orgulho e Preconceito* de Jane Austen. Anais do 11º Congresso Internacional de Design da Informação e 11º Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design, 11, 1377-1389. https://doi.org/10.5151/cidiconcic2023-91_651091
- Murdock, M. (2022). *A jornada da heroína: a busca da mulher para se reconectar com o feminino*. Rio de Janeiro, RJ: Sextante.
- Nichols, G. W. (2018). Type reveals culture: a defense of “bad” type. In: Wyatt, C. S.; DeVoss, D. N. *Type Matters: The rhetoricity of letterforms*. South Carolina: Parlor Press.
- Oliveira, G. A. F. & Lima, S. (2021). *Análise semântica de capas tipográficas de livros feministas: discussões sobre performatividade de gênero*. InfoDesign – Revista Brasileira de Design da Informação, 18(2). <https://doi.org/10.51358/id.v18i2.932>
- Vogler, C. (2006). *A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores* (2ª ed.). Rio de Janeiro, RJ: Nova Fronteira.
- Warburg, A. (2013). *A renovação da antiguidade pagã: contribuições científico-culturais para a história do Renascimento Europeu*. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto.
- Wyatt, C. S.; DeVoss, D. N. (2018). *Type Matters: The rhetoricity of letterforms*. South Carolina: Parlor Press.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Rosângela V. Souza, Dra., UFPE, Brasil <rosangela.vieira@ufpe.br>

Meiriédna Q. Mota, Dra., Uniaeso, Brasil <mqueirozmota@yahoo.com.br>

Gabriela Araujo F. Oliveira, Dra., UFRPE, Brasil <gabriela.araujoo@ufrpe.br>