

Ensaio

## As formas e estratégias da mediação editorial nas capas de “Memórias Póstumas de Brás Cubas”

The forms and strategies of editorial mediation on the covers of “Epitaph of a small winner”

Las formas y estrategias de mediación editorial en las portadas de “Memórias Póstumas de Brás Cubas”

**Pedro Ivo Silveira Andretta**

<sup>1</sup> Universidade Federal de Rondônia,  
Porto Velho, Rondônia, Brasil.

### RESUMO

Neste ensaio compreendemos o livro como uma produção, em maior ou menor escala, coletiva, mediada, re-mediada e midiaticizada, composta pelo sincretismo de textualidades escritas e imagéticas. Nesse contexto, as capas de livros são um espaço de anúncio, de provocação ou ainda negociação da obra com o público que se depara com o livro em uma livraria ou biblioteca, e, portanto, constituem-se como um dispositivo de mediação. O objetivo deste ensaio é analisar as formas e estratégias da mediação editorial, descrevendo os jogos inter-semióticos e comunicacionais presentes em edições recentes de “Memórias póstumas de Brás Cubas”. Para tanto, selecionamos as capas das edições Ática (2017), BestBolso (2015), Ciranda Cultural (2018), Martin Claret (2016), Panda Book (2018) e Penguin & Companhia das Letras (2018). Em nossas análises apresentamos como as capas dos livros mobilizam ao mesmo tempo as diferentes funções comunicacionais, e que, no jogo da mediação editorial, as formas da mediação podem somar aspectos do conteúdo material e simbólico daquilo que é mediado a aspectos materiais e simbólicos relacionados a uma demanda ou exigência exterior. Em nossas considerações finais, resumimos nosso percurso, pontuamos algumas categorizações de mediações para melhor entender nosso objeto empírico e lançamos possibilidades e expectativas de estudos futuros.

**Palavras-chave:** Mediação editorial; Capas de Livros; Memórias Póstumas de Brás Cubas

### ABSTRACT

In this essay we understand “book” to a greater or lesser extent as a collective, mediated, remediated, and mediatized production, consisting of a syncretism of written and imagetic textualities. From this perspective, book covers are a space for advertising, provocation or even negotiation between the work and the public as it comes across the book at bookstores or libraries. Therefore, a book cover constitutes a mediation device. In this essay we reflect on the forms and strategies of editorial mediation and describe the intersemiotic and communicational games found in recent editions of “Epitaph of a small winner”. Our selection comprises the covers to the editions Ática (2017), BestBolso (2015), Ciranda Cultural (2018), Martin Claret (2016), Panda Book (2018) and Penguin & Companhia das Letras (2018). In our analyses we show how book covers mobilize different communication functions simultaneously. We also show how in the interplay of editorial mediation the forms of mediation may add material and symbolic content from external asks and demands to facets of the material and symbolic content of what is being mediated. In final considerations, we summarize our work

so far, highlight some categorizations for mediation to better understand our empirical object, and lay down possibilities and expectations for future studies.

**Keywords:** Editorial mediation; Book covers; Epitaph of a small winner

## RESUMEN

En este ensayo entendemos el libro como una producción, en mayor o menor medida, colectiva, mediatizada y mediada, compuesta por el sincretismo de textualidades escritas e imaginarias. En este contexto, las portadas de los libros son un espacio de anuncio, provocación o negociación de la obra con el público que se encuentra con el libro en una librería o biblioteca, y por tanto constituyen un dispositivo de mediación. El objetivo de este ensayo es reflexionar sobre las formas y estrategias de mediación editorial, describiendo los juegos intersemióticos y comunicacionales presentes en las últimas ediciones de las "Memórias póstumas de Brás Cubas". Para ello, seleccionamos las portadas de las ediciones de Ática (2017), BestBolso (2015), Ciranda Cultural (2018), Martin Claret (2016), Panda Book (2018) y Penguin & Companhia das Letras (2018). En nuestros análisis presentamos cómo las portadas de los libros movilizan simultáneamente diferentes funciones comunicativas y que, en el juego de la mediación editorial, las formas de mediación pueden sumar aspectos del contenido material y simbólico de lo mediado a aspectos materiales y simbólicos relacionados con una demanda o exigencia externa. En nuestras consideraciones finales, resumimos nuestra trayectoria, señalamos algunas categorizaciones de las mediaciones para comprender mejor nuestro objeto empírico y lanzamos las posibilidades y nuestras expectativas de futuros estudios.

**Palabras clave:** Mediación editorial; Portadas de libros; Memórias Póstumas de Brás Cubas

## 1 INTRODUÇÃO

De início, consideramos que o livro, ou ainda qualquer produção editorial, impressa ou digital, não se trata apenas de um suporte ou uma propriedade intelectual de um autor. Configura-se, entre outras coisas, uma produção, em maior ou menor escala, coletiva, mediada, remediada<sup>1</sup> e mediatizada<sup>2</sup>; composta pelo sincretismo de textualidades escritas e imagéticas; produto e insumo de infindáveis fluxos informacionais; e, não menos, patrimônio simbólico e herança cultural. As produções editoriais não são, portanto, um simples canal no qual se grava e, posteriormente, do qual se utiliza para transmitir uma mensagem, mas uma mídia, um dispositivo de informação complexo. Seu exame pode possibilitar a compreensão das formas e do lugar da mediação em determinada cultura, em determinada época.

As capas dos livros podem ser compreendidas como um paratexto, isto é, "[...] aquilo que por meio de um texto se torna livro e se propõe como tal a seus leitores, e de maneira mais geral ao público" (GENNETTE, 2009, p. 09). Este pode ser entendido, grosso modo, como os arredores do texto do autor que compõem o livro. O uso dos paratextos, conforme Salla (2016), compõe uma importante estratégia para a construção dos sentidos dos textos na mediação editorial. Podemos notar que um item informacional, um objeto bibliográfico, um texto,

[...] raramente se apresenta nu, sem o reforço e o acompanhamento de certo número de produções, verbais ou não, como um nome de autor, um título,

1 A remediação, expressa a forma como um meio antigo ou novo é reformado ou "melhorado" em relação ao outro e, nesse sentido, ela é reverência e rivalidade entre os meios, não se limitando às tecnologias da escrita (BOLTER; GRUZIN; 1999).

2 A mediatização, para Hjavard (2014), é uma teoria para apreender o entrelaçamento e a influência das mídias nos diferentes campos e instituições.

um prefácio, ilustrações, que nunca sabemos se devemos ou não considerar parte dele, mas que em todo caso o cercam e o prolongam, exatamente para apresentá-lo, no sentido habitual do verbo, mas também em seu sentido mais forte: para torná-lo presente, para garantir sua presença no mundo, sua “recepção” e consumo, sob a forma, pelo menos hoje, de um livro. (GENETTE, 2009, p. 09).

Genette (2009) indica que a capa – frequentemente, a primeira manifestação do livro oferecida ao leitor – perde, atualmente, algum espaço para a cinta. Sobre isso, vemos que “[...] a capa do livro, hoje, além de ‘embalar’ e proteger o conteúdo da obra, cumpre a função de revelar aspectos do seu conteúdo que compõem as formas, visando com isso, também, à venda” (GASPAR; ANDRETTA, 2011, p. 518).

Essa forma de paratexto é um espaço de anúncio, de provocação ou ainda negociação da obra com o público que se depara com o livro em uma livraria ou biblioteca, e, portanto, constitui-se como um dispositivo de mediação (ANDRETTA; PERROTTI, 2018; ANDRETTA, 2022). As funções das capas dos livros podem ser compreendidas em termos pragmáticos ou comunicacionais. Sobre os primeiros:

As funções da capa então são: (1) fornecer informações visuais que permitirão ao leitor em potencial escolher entre ler o livro ou descartá-lo (normalmente, o tempo envolvido será de alguns segundos); (2) informar o leitor do texto (a) mostrando o título e o autor; (b) resumindo em imagens e palavras o texto; (3) lembrar o leitor do que ele já sabe sobre o texto. (SONZOGNI, 2011, p. 16, tradução nossa).<sup>3</sup>

As funções comunicacionais das capas dos livros foram abordadas por Straccia (2007, p. 77) que assinala seus usos em:

- a) referencial, à medida que procura informar o público sobre quem é seu autor e de que a obra trata;
- b) fática, pois procura atrair a atenção do leitor;
- c) poética, pois arranja ou sistematiza os elementos com determinado objetivo;
- d) expressiva, pois lança informações sobre a qualidade do autor e do próprio texto;
- e) conotativa, pois busca persuadir o público a comprar ou simplesmente escolher um livro entre tantos semelhantes.

Dito isso, considerando os usos e funções da capa dos livros, objetivamos neste ensaio analisar as formas e estratégias da mediação editorial, descrevendo os jogos intersemióticos e comunicacionais presentes em edições recentes de “Memórias póstumas de Brás Cubas”. Para tanto, selecionamos as capas das edições Ática (2017), BestBolso (2015), Ciranda Cultural (2018), Martin Claret (2016), Panda Book (2018) e Penguin & Companhia das Letras (2018), que ponderamos representativas e suficientes para apresentar as estratégias e formas de mediação, e como elas constroem e desconstroem sentidos.

Em nosso percurso, dividimos esse ensaio em três seções: “As formas de mediação e a mediação editorial”, na qual apresentamos um entendimento de mediação, com múltiplas abordagens e formas de categorizá-la, para então nos atermos à compreensão de “media-

3 The functions of the cover then are to (1) provide visual information that will enable the potential reader to choose to read the book or discard it (typically, the time involved will be a few seconds); (2) inform the reader of the text by (a) displaying the title and the author; (b) summarising in images and words the text; (3) remind the reader of what he already knows of the text.

ção editorial". Em "Estratégias comunicacionais e formas de mediação editorial nas capas de 'Memórias Póstuma de Brás Cubas'", apresentamos nossa análise a partir dos elementos intersemióticos e comunicacionais. Em nossas "Considerações finais", resumimos nosso percurso teórico-analítico, pontuando também algumas categorizações de mediações para melhor entender nosso objeto empírico.

## 2 AS FORMAS DE MEDIAÇÃO E A MEDIAÇÃO EDITORIAL

Na busca de uma definição para a mediação, encontramos em Deschamps (2019) uma compreensão pragmática que concebe a mediação como:

uma prática que envolve duas partes, que às vezes são muito diferentes, e uma terceira parte que as ajuda a chegar a um acordo. A relação entre elas pode ser conflituosa ou não, e o poder do terceiro depende apenas da autoridade concedida por essas duas partes. (DESCHAMPS, 2019, p. xiii, tradução nossa).<sup>4</sup>

Esse terceiro que se coloca entre as partes pode ser ou não reconhecido à primeira vista, mas está sempre presente. Nosso corpo, nossa linguagem e nossos costumes são mediadores de nossa relação com o mundo. Assim, a mediação pode tomar diferentes formas e objetos a depender de seu tipo.

Em nossa sociedade, as mediações estão presentes, por exemplo, na interpretação do artista que lê uma partitura; do professor e do bibliotecário que sintetizam, a seus modos, uma obra para a apropriação do público; ou em políticos que procuram promover os ideais e o bem-estar de seus eleitores ou apaziguar conflitos entre interesses concorrentes – sempre que houver um processo que coloca em relação ternária o ser humano ou uma organização, e o mundo ou um indivíduo, por meio de um mediador. Essas mediações podem ocorrer no domínio jurídico, administrativo, social, escolar, familiar, cultural, científico e em outros tantos espaços, tomando diferentes formas, inclusive simbólicas. As mediações simbólicas seriam a própria linguagem e os produtos culturais, produtos de linguagem que possibilitam organizar as relações humanas, bem como representar, comunicar e intervir na realidade.

Se são várias as formas de conceber a mediação, são diversas também as abordagens que irão teorizá-la, ou ainda, classificá-la. Para Six (1990), há quatro tipos de mediação: i) a "mediação criativa" (*médiation créatrice*) que visa criar conexões entre indivíduos e grupos; ii) a "mediação renovadora" (*médiation rénovatrice*) que procura reativar conexões tensionadas; iii) a "mediação preventiva" (*médiation préventive*) que atua para evitar conflitos; e por fim, iv) a "mediação corretiva" (*médiation curative*) que ajuda partes em conflito a chegarem a uma solução. Nesta perspectiva, as duas primeiras abordagens atuam na criação e no restabelecimento de ligações, já as outras duas agem no sentido de evitar ou solucionar embates.

<sup>4</sup> Mediation is a practice that involves two parties, who are sometimes very different, and a third party who helps them come to an agreement. The relation between them may be conflictual or not, and the third party's power depends only on the authority granted by these two parties

Outra abordagem é a de Guillaume-Hofnung (2012), que distingue a mediação entre aquelas situações fora de qualquer conflito e as conflituosas. Assim, nos apresenta a “mediação de diferenças” (*médiation de différences*): planejada, constante, cotidiana e discreta, por ação de um objeto, indivíduo ou linguagem, sendo percebida muito mais quando falha do que quando funciona corretamente; e a “mediação de desacordos ou disputas” (*médiation de différends*) que atua diretamente na gestão de conflitos.

Para Guillaume-Hofnung (2012), a mediação é uma forma de construir e gerir a vida social, estabelecendo ou restabelecendo a comunicação por meio de uma terceira parte que não possui autoridade senão aquela concedida pelos indivíduos mediados que o escolhem e o reconhecem livremente. Nesse sentido, o conceito de mediação não está atrelado ao conflito e não se configura como negociação e conciliação.

A constituição da mediação exige sempre que um “terceiro” intervenha numa ordem social, com imparcialidade e independência para assim, efetivamente, desencadear um processo tripartido, com o objetivo de aproximar pontos de vista, apaziguar conflitos ou ainda redefinir certezas.

A mediação editorial enquanto uma forma especial de mediação em que o aparato editorial atua como um mediador cultural privilegiado, trabalha na cocriação de um produto cultural. Neste movimento, a mediação funciona em uma trama social, na qual o editor, junto a toda uma série de profissionais do texto e dos paratextos, produz sentidos e significados que se agregam à obra de um autor que será posta para a interação com o público. Sousa (2018, p. 13) considera ainda a mediação editorial como “[...] as diferentes etapas do processo de criação de textos — constitutivas do processo de gestão de autoria, que, por meio de técnicas e normas específicas para cada material, fazem de um escritor, autor.”

Para Chartier (2002), qualquer processo de publicação exige múltiplas colaborações, pois o significado de uma obra depende de sua forma e de seu contexto, bem como de sua apropriação que é, ao mesmo tempo, inventiva e coercitiva. Nessa direção, Souchier (1998) pontua que toda publicação é transformação, elaboração, mediação e mudança, sendo o editor o herdeiro das práticas dos *diorthôtès*, os bibliotecários-editores de Alexandria, que já na época atuavam como os terceiros, mediadores, entre autor, texto e leitores. Este agente, ao lado do autor, revisor, designer, ilustrador, tipógrafo, impressor, fornecedores de papel, livreiro ou distribuidor, deixa marcas de suas intervenções na obra, dando forma ao livro e construindo sua identidade.

O editor, para Pizarro (2012, 2020), participa de maneira dinâmica na produção coletiva do texto literário, procurando conciliar a materialidades, sentidos e relações temporais, de modo a tornar os textos “únicos e significativos”. A ação do editor, para Pizarro (2012), não é uma ação “extraliterária”. Cabe ao editor

então uma tarefa delicada: decidir como publicar o que resta da produção de outra pessoa. Na ausência do autor – uma constante quase sempre partilhada pela crítica textual tradicional e moderna – cabe ao editor, com maior ou menor consciência do seu ofício, mediar entre o passado e o presente, entre a materialidade e o sentido dos textos. (PIZARRO, 2012, p. 49%, tradução nossa).<sup>5</sup>

5 A un editor le corresponde entonces una tarea delicada: decidir cómo publicar lo que quedó de la producción de otra persona. En

O editor atua diretamente na recepção e na interpretação da obra e faz isso a partir de uma série de escolhas, tal como nos aponta Pizarro (2012).

Ao considerarmos o editor como leitor e crítico, ao reavaliarmos os paratextos, ao refletirmos sobre a iteração – com Iser, Genette e Derrida, respectivamente – o que procuramos não é separar a produção da recepção, nem a produção da interpretação, uma vez que a recepção e a interpretação começam muitas vezes com a edição. Um editor produz um segundo trabalho após ler o primeiro e tomar decisões críticas em relação a uma série de opções. (PIZARRO, 2012, p. 5%, tradução nossa).<sup>6</sup>

Parece-nos, assim, que toda a ecologia da mediação editorial, seus fluxos de trabalho e comunicação assumem o lugar de “terceiro” da relação triádica com o “texto do autor” e o “leitor”. Se o escritor cria o texto, o editor e sua equipe criam o livro; entrega-se-o ao leitor para ser recriado, num movimento recorrente e complexo de interferências mútuas. Sobre o estudo da mediação editorial, Pizarro (2012) pondera:

O estudo da mediação editorial não pode ser reduzido a um juízo dos êxitos e fracassos, das consistências e incoerências. É necessário analisar as diferenças entre duas ou mais edições, tendo em conta que estas podem ser pensadas para além da discussão de um fato (se uma decifração está correta ou não, por exemplo), uma vez que cada mudança tem geralmente um efeito sobre o significado de um texto. (PIZARRO, 2012, p. 6%, tradução nossa).<sup>7</sup>

Nesses termos, apresentamos a seguir um exame das formas e estratégias da mediação editorial a partir da análise das capas de diversas edições recentes de “Memórias Póstumas de Brás Cubas”, de Machado de Assis. Para tanto, vamos nos ater à descrição intersemiótica e comunicacional das edições: Ática (2017), BestBolso (2015), Ciranda Cultural (2018), Martin Claret (2016), Panda Book (2018) e Penguin & Companhia das Letras (2018).<sup>8</sup>

### **3 ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS E FORMAS DE MEDIAÇÃO EDITORIAL NAS CAPAS DE “MEMÓRIAS PÓSTUMA DE BRÁS CUBAS**

Podemos observar que as capas dos livros mobilizam ao mesmo tempo as diferentes funções comunicacionais, conforme propostas por Straccia (2007), como podemos ver nas edições Martin Claret (2016) e BestBolso (2015), na figura a seguir.

---

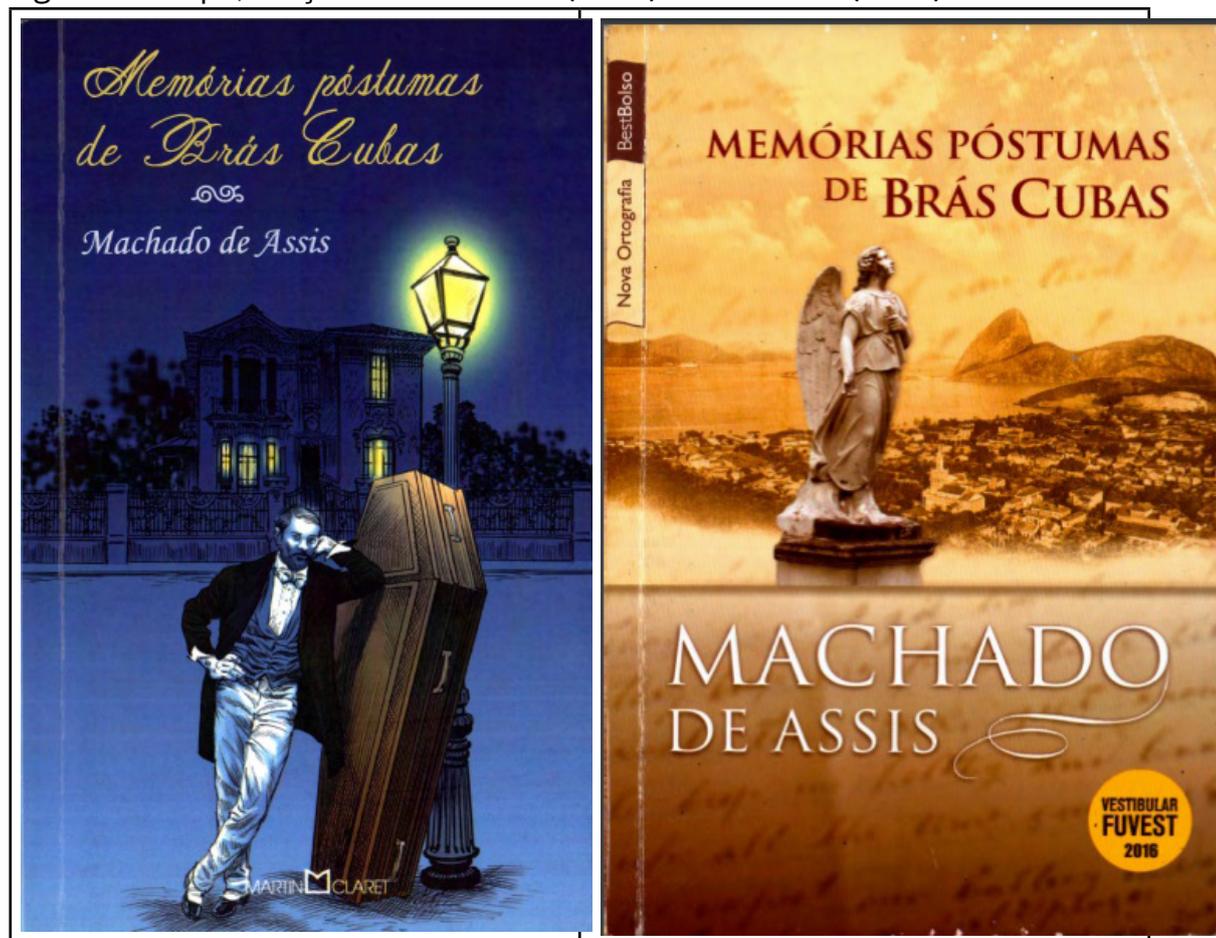
ausencia del autor – constante que comparten casi siempre la crítica textual tradicional y la moderna – le corresponde al editor, con mayor o menor conciencia de su oficio, mediar entre el pasado y el presente, entre la materialidad y el sentido de los textos.

6 Al considerar al editor como un lector y un crítico, al revalorar los paratextos, al reflexionar sobre la iteración - con Iser, Genette y Derrida, respectivamente - lo que buscamos es no separar la producción de la recepción, ni la producción de la interpretación, pues la recepción y la interpretación comienzan muchas veces por la edición. Un editor produce una segunda obra después de leer la primera y tomar decisiones críticas respecto de un cierto número de opciones

7 “El estudio de la mediación editorial no se puede reducir a un juicio de logros y fracasos, de consistencias e inconsistencias. Es necesario analizar las diferencias entre dos o más ediciones, teniendo en cuenta que éstas pueden ser pensadas más allá de la discusión de un hecho (si un desciframiento es correcto o no, por ejemplo), pues todo cambio suele tener un efecto sobre el sentido de un texto. Por lo demás, no hay que olvidar que mediar a veces pasa por “entrar” en el taller del escritor, es decir, por remontarse a las fuentes y acceder al escenario “primigenio”, para volver a dar “vida” a papeles archivados” (PIZARRO, 2012, 6%).

8 Para facilitar a leitura utilizaremos as designações: BestBolso (2015), para Assis, 2015; Martin Claret (2016) para Assis, 2016; Ática (2017) para Assis, 2017; Ciranda Cultural (2018) para Assis, 2018; Panda Book (2018) para Assis, 2018a; e Penguin & Companhia das Letras (2018) para Assis, 2018b.

Figura 1 – Capa, edição Martin Claret (2016) e BestBolso (2015)



Fonte: Acervo particular dos autores (julho de 2022).

Sem exaurir as possibilidades de leitura dessas capas, temos a função referencial nas indicações de título e autor; a fática ao apresentarem imagens, cada uma a seus modos, chamativas, desenhadas ou montadas de fotografias; a função poética, ao comporem os elementos que, a seus modos, buscam dizer sobre aspectos da narrativa; as expressiva e conotativa, à medida que vemos em BestBolso (2015) indicações sobre a ortografia e presença no vestibular. Adicionalmente, podemos ver as ponderações de Sonzogni (2011) sobre a função da capa de resumir ou fazer o leitor lembrar de algo já conhecido, tanto em Martin Claret (2016) como em BestBolso (2015), quando são retomados elementos da ordem do “póstumo” – o caixão, e a estátua tumular.

Ainda sobre a capa da edição Martin Claret (2016), temos uma cena na qual vemos abaixo do título e autoria, em primeiro plano: um homem, com roupas próprias do século XIX, um tanto amarrotadas, encostado em um caixão, apoiado em um pequeno poste. Em segundo plano, vemos uma casa antiga. A composição dos elementos, a forma como são dispostos e enquadrados, pode sugerir que vemos Brás Cubas que sai de seu caixão para contar-nos suas memórias. Entretanto, se assim tomamos a interpretação, ou ainda, se esta é a proposta do ilustrador, temos um gesto transgressivo com relação à própria narrativa, posto que lemos, logo na abertura do romance:

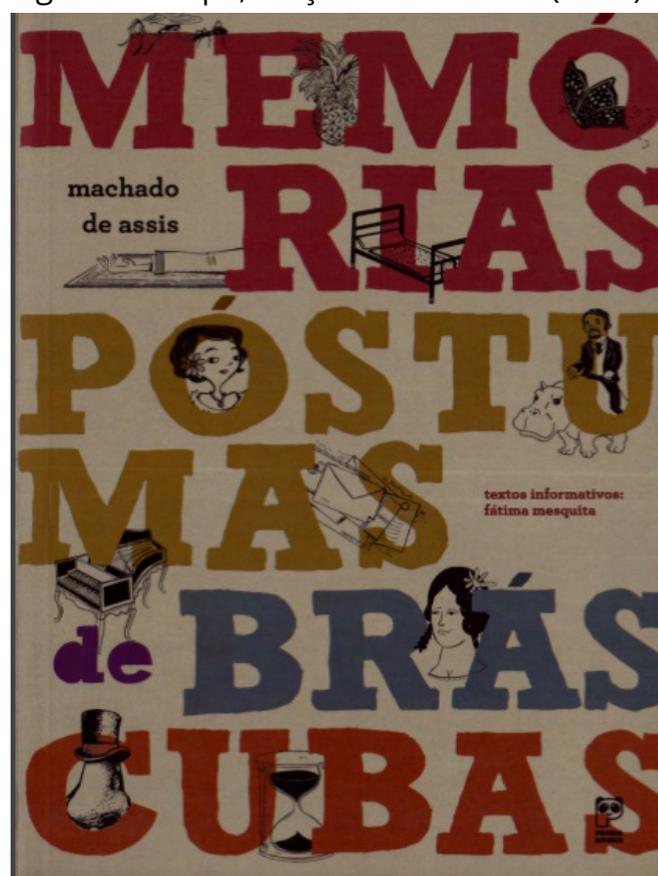
Ao verme  
que  
primeiro roeu as frias carnes  
do meu cadáver  
dedico  
como saudosa lembrança  
estas  
memórias póstumas

Isso implica compreender, desde o início da narrativa, que o corpo de Brás Cubas não existe mais, ou ainda, que a narrativa é contada pelo defunto-autor na *undiscovered country*, como afirma o personagem no capítulo I.

Diferente da estratégia das edições Martin Claret (2016) e BestBolso (2015) que trazem elementos imagéticos previsíveis para o leitor, a edição Panda Book (2018) busca provocar o leitor com a dispersão de elementos imagéticos menos reconhecíveis, à primeira vista. Elementos esses cujo entendimento requer a leitura, atenta, da obra.

A capa da edição Panda Book (2018), elaborada pela Casa Rex, traz em destaque o título, fragmentado em diversas linhas e intercalado com algumas imagens. O nome do autor e da responsável pelos textos informativos da edição tem menores destaques, tal como vemos na figura a seguir “Capa, edição Panda Book (2018)”.

Figura 2 – Capa, edição Panda Book (2018)



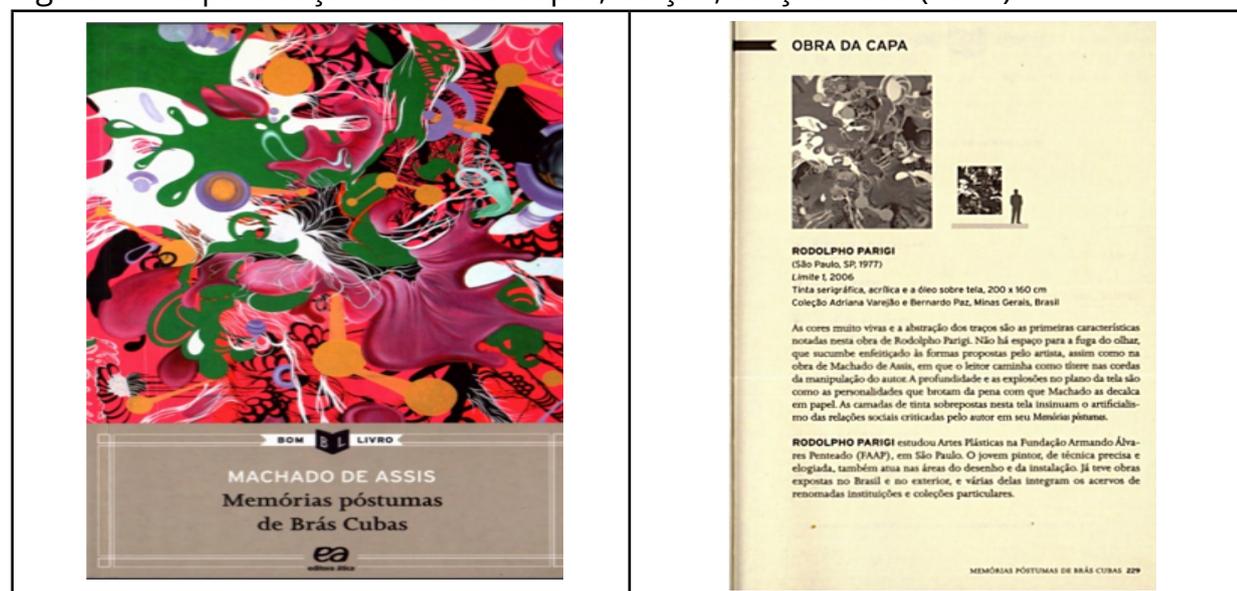
Fonte: Acervo particular dos autores (julho de 2022).

As imagens intercaladas entre as letras do título fazem referência a passagens da narrativa, apresentadas em um ou mais capítulos. A seguir, tentamos sumarizar algumas referências imagético-textuais.

Mosca e Formigas → Capítulo CIII – Distração;  
 Borboleta Preta → Capítulo XXX – A Flor da Moita; Capítulo XXXI – A Borboleta Preta;  
 Capítulo XXXIII – Bem-Aventurados os que não descem;  
 Abacaxi → Capítulo XII – Um Episódio De 1814  
 Braço estendido → Capítulo LIV – A Pêndula  
 Cama → Capítulo Primeiro – Óbito Do Autor, Capítulo VI – Chimène, Qui L’eût Dit? Rodrigue, Qui L’eût Cru?; Capítulo XI – O Menino é pai do homem; Capítulo XXIII – Triste, Mas Curto; Capítulo LIV – A Pêndula; Capítulo LXXXIX – In Extremis;  
 Mulher com a flor e colar → Marcela Capítulo XV – Marcela  
 Hipopótamo → Capítulo VII – O Delírio  
 Piano → Capítulo XCII – Um Homem Extraordinário  
 Carta → Capítulo XCVI – A Carta Anônima; Capítulo CXLII – O Pedido Secreto; Capítulo XCI – Uma Carta Extraordinária  
 Nariz → Capítulo XLIX – A Ponta Do Nariz  
 Mulher com trança → Capítulo XXX – A Flor Da Moita  
 Ampulheta → Capítulo XCIV / A Causa Secreta

Outra estratégia diferenciada foi a da edição Ática (2017) que adotou na capa a reprodução de uma obra abstrata de Rodolpho Parigi. Esta insere-se dentro da proposta da coleção “Bom Livro” de trazer nas capas “o melhor da arte brasileira contemporânea”, conforme se lê na quarta capa da mesma edição, na figura “Capa e Seção “Obra da Capa”, edição, edição Ática (2017)”

Figura 3 – Capa e Seção “Obra da Capa”, edição, edição Ática (2017)



Fonte: Acervo particular dos autores (julho de 2022).

No interior da edição Ática (2017), há uma seção “Obra da capa” com detalhes do artista e da obra em destaque. Nesta página, temos a descrição:

As cores muito vivas e a abstração dos traços são as primeiras características notadas nesta obra de Rodolpho Parigi. Não há espaço para a fuga do olhar, que sucumbe enfeitiçado às formas propostas pelo artista, assim como na obra de Machado de Assis, em que o leitor caminha como títere nas cordas da manipulação do autor. A profundidade e as explosões no plano da tela são como as personalidades que brotam da pena com que Machado as decalca em papel. As camadas de tinta sobrepostas nesta tela insinuam o artificialismo das relações sociais criticadas pelo autor em seu Memórias póstumas.

Conforme se lê, a escolha da reprodução da obra de arte na capa tem uma razão. A obra artística relaciona-se com a obra literária pela ação de um curador ou da equipe editorial. Há, aqui, um gesto de mediação na condução do olhar do leitor da obra de arte para compreender aspectos da obra literária.

O cuidado artístico e preocupação com os jogos imagéticos/simbólicos não é necessariamente regra entre as edições. Seleccionamos as edições Penguin & Companhia das Letras (2018) e Ciranda Cultural (2018) para demonstrar como simples escolhas na forma do design evidenciam o enfoque da obra em públicos distintos. Evidenciam também a adesão à composição de coleções em detrimento de uma aproximação, conforme lembra Sonzogni (2011), tal como vemos em “Capa, edição Penguin & Companhia das Letras (2018) e Ciranda Cultural (2018)”.

Figura 4 – Capa, edição Penguin & Companhia das Letras (2018) e Ciranda Cultural (2018)



Fonte: Acervo particular dos autores (julho de 2022).

Em Penguin & Companhia das Letras (2018), a capa é dividida em três faixas horizontais. Na superior inscreve-se o selo; no meio, informações sobre título, autor e coleção e, na inferior, a logomarca da editora. As cores variam entre o “creme”, preto e laranja, o qual predomina. A cor laranja, conforme as pontuações de Pastoureau e Somonnet (2006) está relacionada à alegria e vitalidade. Essa cor não adere exatamente à proposta da narrativa de Brás Cubas, mas se coloca em série com os usos das cores de outros títulos da mesma coleção da editora, conforme vemos na Figura a seguir, “Capas de outros títulos da coleção Ficção da edição Penguin & Companhia das Letras”.

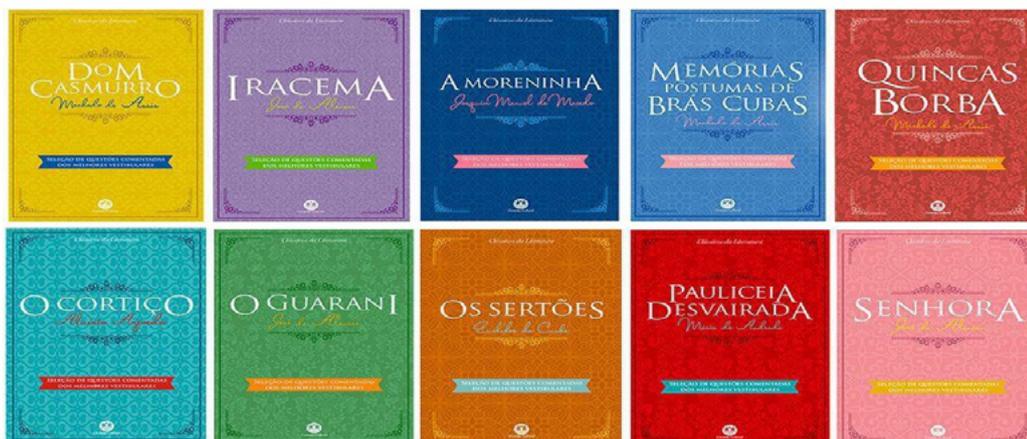
Figura 5 – Capas de outros títulos da coleção Ficção da edição Penguin & Companhia das Letras



Fonte: Site Grupo Companhia das Letras<sup>9</sup>

Já na edição Ciranda Cultural (2018), a capa do livro parece, em seu fundo, tomar a forma do que pode ser um azulejo português oitocentista, com destaque em primeiro plano, de cima para baixo: título da coleção, título da obra, nome do autor, “seleção de questões comentadas dos melhores vestibulares” e logomarca da editora. Essa decoração e cor pouco dizem sobre o romance, mas assim como no caso da edição Penguin & Companhia das Letras (2018), pudemos identificar que este design entra em série com outros da mesma coleção, tal como se vê na figura a seguir, “Capas de outros títulos da coleção Clássicos da Literatura da edição Ciranda Cultural”

Figura 6 – Capas de outros títulos da coleção Clássicos da Literatura da edição Ciranda Cultural



Fonte: Lojas Magalu<sup>10</sup>

9 Disponível em: <https://www.companhiadasletras.com.br/detalhe.php?codigo=85112>. Acesso em 16 mar. 2021.

10 Disponível em: <https://www.magazineluiza.com.br/kit-combo-com-10-livros-classicos-da-literatura-brasileira-volume-1-ciranda-cultu->

Ao compararmos as capas das edições Penguin & Companhia das Letras (2018) e Ciranda Cultural (2018) podemos ver que a forma e função deste dispositivo pode, em alguma medida, avançar para além dos aspectos pragmáticos de Sonzogni (2011) e comunicacionais de Straccia (2007). As capas dos livros, nos casos apresentados, não dialogam tão somente com aspectos internos da obra, mas mostram-se inseridas em contextos externos (a exemplo da composição de coleções, do jogo de memória entre produtos comerciais). Estes lhes conferem carga expressiva e simbólica particular. Isto é, no jogo da mediação editorial, a forma da mediação pode somar aspectos do conteúdo material e simbólico daquilo que é mediado a aspectos materiais e simbólicos relacionados a uma demanda ou exigência exterior.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse ensaio, consideramos de início que as capas de livros atendem a injunções de saberes e poderes, a interesses culturais e comerciais, e se configuram como uma instância formativa, informativa e cultural. Um paratexto que se inscreve e constitui na relação entre autor e leitor, servindo como a própria materialização da mediação.

A mediação, conforme apresentamos, é uma prática que envolve a ação de um terceiro que atua – operando silêncios ou ainda intervenções simbólicas – em uma relação que pode ou não ser conflituosa entre duas partes. A mediação editorial medeia materialidades, sentidos e relações temporais, por meio de escolhas que impactam na recepção e interpretação da obra, podendo ser entendida como uma forma de intervenção cultural (PIZARRO, 2012), e o uso dos paratextos como uma estratégia para construir sentidos aos textos.

Em nossa análise, apresentamos as capas de livros enquanto resultado e forma de mediação e como essas ganham importância na construção material e simbólica do livro “Memórias póstumas de Brás Cubas”, constantemente ressignificado para atender diferentes perfis de público. Como pudemos ver, as capas das edições selecionadas possuem suas especificidades. A seu modo, cada edição retoma e traduz para os leitores elementos simbólicos e, nessa tradução, confere também novos sentidos à obra.

Ao observar os dispositivos editoriais selecionados para a descrição, compreendemos, na perspectiva de Guillaume-Hofnung (2012), que esses se assentam como “mediações de diferenças”, seja pela natureza assíncrona, seja pela construção planejada dos paratextos. Já nas categorizações de Six (1990) entendemos, por exemplo, que a capa da edição Ática (2017) articula melhor o que podemos considerar como “mediação criativa”, estabelecendo conexões entre um objeto literário e artístico; a capa da Martin Claret (2016) também, involuntariamente, se lança nesta forma de mediação, à medida que pode levar o leitor a pensar e a suspeitar das ironias do narrador, sobre quem fala e o que se mostra; já a capa da edição BestBolso (2015), apesar de ser o primeiro contato do leitor com o texto, parece se enquadrar na mediação preventiva, trazendo elementos bastante icônicos sobre aspectos da narrativa.

Por fim, ressaltamos que delimitamos nosso olhar apenas aos paratextos e capas de uma mesma obra literária. Outros estudos podem avançar na articulação das formas e estratégias de mediação editorial com uma perspectiva holística. Isto é, observar simultaneamente a presença e articulação de prefácio e posfácio, notas de rodapé, ilustrações e demais elementos paratextuais; e investigar como estes produzem sentidos ao texto, criando espaços em que o público se veja reconhecido e respeitado em suas diferenças, de maneira a obter autonomia para compreender uma obra e chegar as diferentes reflexões. Nossa expectativa é que a instrumentalização do aporte teórico-analítico apresentado possa estabelecer ponderações futuras sobre como funcionam e a quem servem as práticas de mediação de diferentes projetos editoriais, instituições e campanhas políticas contemporâneas; bem como, se, e de que forma, aderem a propostas efetivas de mediação cultural.

## REFERÊNCIAS

- ANDRETTA, P. I. S. As formas e efeitos da mídiatização e remediação na mediação editorial: observações a partir de edições contemporâneas da obra “Memórias Póstumas de Brás Cubas”. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 1-18, 2022. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1845> . Acesso em 08 nov. 2022.
- ANDRETTA, P. I. S.; PERROTTI, E. A mediação editorial, dispositivos e materialidade: algumas impressões. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19, 2018, Londrina. **Anais...**, Londrina: ANCIB, 2018. p. 1-20. Disponível em: < <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/124681> >. Acesso em 24 maio 2022.
- ASSIS, M. **Memórias póstumas de Brás Cubas**. 3 ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2015.
- ASSIS, M. **Memórias póstumas de Brás Cubas**. 3 ed. São Paulo: Martin Claret, 2016.
- ASSIS, M. **Memórias póstumas de Brás Cubas**. 30 ed. São Paulo: Ática, 2017.
- ASSIS, M. **Memórias póstumas de Brás Cubas**. 2 ed. São Paulo: Ciranda Cultural, 2018.
- ASSIS, M. **Memórias póstumas de Brás Cubas**. São Paulo: Panda Book, 2018a.
- ASSIS, M. **Memórias póstumas de Brás Cubas**. 30 ed. São Paulo: Penguin & Companhia das Letras, 2018b.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: undestanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 1999.
- CHARTIER, R. A mediação editorial. In: \_\_\_\_\_. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Editora Unesp, 2002.
- CHARTIER, R. Formas e sentido. **Cultura escrita: entre distinção e apropriação**. Campinas, SP: Mercado de Letras; ALB, 2003.
- CHARTIER, R. Préface : création littéraire et médiation éditoriale. **Cahiers Charles V**, n°32, p. 7-13, décembre 2002.
- CHARTIER, R.; ROCHE, D. O livro: uma mudança de perspectiva. In: LE GOFF, J.; NORA. P. **História: novos objetos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.
- GASPAR, N. R.; ANDRETTA, P. I. S. Olhares enunciativos no discurso literário: uma análise das capas de Dom Casmurro. **Linguagem em (Dis)curso**, Santa Catarina, v. 11, n. 3, 2011. Disponível em: <

<http://www.scielo.br/pdf/ld/v11n3/a04v11n3.pdf> >. Acesso em 24 mar., 2022.

GENETTE, G. **Palimpsestos**: a literatura de segunda mão. Belo Horizonte: Viva Voz, 2010.

GENETTE, G. **Paratextos editoriais**. São Paulo: Atelie Editorial, 2009.

GUILLAUME-HOFNUNG, M. **La médiation**. Paris: Presses universitaires de France, 2012.

HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

PIZARRO, J. **La mediación editorial**: sobre la vida póstuma de lo escrito. Edição do Kindle. Madrid: Iberoamericana/Vervuert, 2012.

PIZARRO, J. The Stars Are as Variable as the Lines: Fernando Pessoa's Works Considered from the Perspective of Editorial Agency. **Revista do Centro de Estudos Portugueses**, Belo Horizonte, v. 42, n. 64, p. 15-35, 2020. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/cesp/article/view/17359> . Acesso em: 08 nov. 2022.

PASTOUREAU, M.; SOMONNET, D. **Breve historia de los colores**. Barcelona: Paidós, 2006.

SIX, J-F. **Le temps des médiateurs**. Paris: Seuil, 1990. Disponível em: < <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k48005132> > Acesso em 09 maio 2022.

SONZOGNI, M. **Re-Covered Rose**: A Case Study in Book Cover Design as Intersemiotic Translation. John Benjamins Publishing Company, 2011.

SOUCHIER, E. Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale. **Communication & Langages**, v. 154, p. 23-38, 2007. Disponível em: < [https://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2007\\_num\\_154\\_1\\_4688](https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2007_num_154_1_4688) >. Acesso em 20 maio 2022.

SOUCHIER, E. L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale. **Les cahiers de médiologie**, v. 6, n.2, p. 137-145, 1998. Disponível em: < <https://doi.org/10.3917/cdm.006.0137> >. Acesso em 19 maio 2022.

SOUSA, L. R. Revisão de textos e os ritos genéticos editoriais. In: SALGADO, L. S.; PENTEADO, A. E. A. **Mediação editorial**: o que é quem faz?: evisão de textos, ofícios correlatos e materialidades editáveis. Bragança Paulista: Margem da Palavra, 2018.

STRACCIA, C. **As marcas que se imprimem na capa de livros adaptados para o cinema e para a televisão**, 2007. 150 p. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Multimídia, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2007.

## CONTRIBUIÇÃO DO AUTOR

### 1 - Pedro Ivo Silveira Andretta

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade de São Paulo (2021)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2159-3004>

Email: [pedro.andretta@unir.br](mailto:pedro.andretta@unir.br)