

II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA  
XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA  
A EDITORAÇÃO COMO DISCURSO:  
DA ENUNCIÇÃO AO LIVRO

Elisson Ferreira Morato (UFMG)  
[elissonmorato@yahoo.com.br](mailto:elissonmorato@yahoo.com.br)

RESUMO

Este trabalho aborda a editoração (a conversão do discurso em livro) como um gênero discursivo, na medida em que o objeto-livro também é assinado por um sujeito produtor que o endereça a um sujeito receptor. A partir do exame de duas obras do século XVIII, o poema épico *Vila Rica*, de Cláudio Manoel da Costa, e a *História da América Portuguesa*, de Rocha Pita, discutimos o papel dos discursos ficcionais e factuais dentro de um dado contexto social e de como eles participam de um mercado de bens simbólicos. Para tanto, recorremos às noções de campo literário, de Peytard (2014), de mercado de bens simbólicos, de Bourdieu (1998) e de contrato comunicacional, da teoria semiolinguística de Patrick Charaudeau (2013).

**Palavras-chave:** Discurso. Editoração. Bens simbólicos.

A noção de discurso como materialização de um ato de linguagem pode sugerir algo bastante abstrato, principalmente se nos preocuparmos com a noção de texto. De maneira geral, podemos dizer que um texto, oral ou escrito, é o discurso em sua materialidade, o ato de linguagem concretizado, que traz inscrito um *quem* o produziu e o *para quem* ele se destina. Assim como um *porque* ele foi produzido, um *o que é* dito nesse discurso, bem como um suporte (impresso, virtual, oral) no qual essas categorias se tornam visíveis e/ou legíveis.

Se todo discurso possui um dispositivo ou um suporte em que ele se concretiza, necessário à sua realização, podemos pensar na variedade de suportes materiais discursivos e na maneira como eles são construídos. Se levarmos em conta que o suporte material de um discurso pode ser construído por outros sujeitos (produtores e receptores), que esse suporte também apresenta uma finalidade e um conteúdo, podemos pensar em um discurso que é constituído pela sua própria materialidade. Um livro, por exemplo, materializa o discurso literário, mas esse livro também é construído e pode ser, ele mesmo, um discurso. É o que chamamos de discurso da editoração: trata-se, pois da edição como discurso.

Para levar adiante essa discussão, analisamos duas obras do século XVIII, o poema épico *Vila Rica*, de Cláudio Manoel da Costa, e a *História*

da América Portuguesa, de Rocha Pita. A primeira, uma narrativa ficcional sobre a fundação de Vila Rica, então capital de Minas Gerais, e atual cidade de Ouro Preto. A outra é um amplo relato sobre os feitos militares, religiosos e políticos dos portugueses no Brasil de 1500 a 1720. Nas duas obras podemos observar, além do discurso dos autores, a presença do discurso do editor, que organiza e converte o discurso dos autores em livro.

Posto em circulação, essas obras atendem a uma espécie de demanda, a qual outorga um papel e um valor simbólico essas obras. A edição, no caso, se apropria do suporte material desses discursos, ornamentando-o e publicando-o dentro de um mercado de bens simbólicos onde concorrem produtores, receptores e outros agentes intermediários entre estes.

O instrumental teórico dessa abordagem é composto pela noção de campo literário, de Peytard (2014), de mercado de bens simbólicos, de Bourdieu (1998) e de contrato comunicacional, da semiolinguística de Charaudeau (2013). Inicialmente, abordaremos a noção de mercado de bens simbólicos. Em seguida, trataremos da noção de campo literário de Peytard (2014), para, em seguida, entender a relação entre produtores, receptores e editores discursivos dentro de um quadro de troca comunicacional, tal como proposto por Charaudeau.

Para Bourdieu (1998), o *campo* literário é o conjunto de mecanismos de produção e consumo de obras literárias. A existência dos polos de produção e de consumo pressupõe a existência de uma demanda, que é tanto o que motiva essa produção quanto o que faz existir a recepção. Segundo Bourdieu (1998, p. 234), a demanda é parte integrante não apenas do campo literário, mas de um contexto mais amplo, que é o próprio mercado dos bens simbólicos, o conjunto de relações de produção e consumo movidos por sua demanda.

A demanda, relacionada a esse mercado pode ser tácita, aquelas em que há um consumo não intermediado pela encomenda, ou explícita (cf. BOURDIEU, 1998, p. 234), no caso das encomendas. Ainda segundo Bourdieu, “*les produits qu’elle offre sur le marché répondent plus directement ou plus complètement à une demande préexistante, et dans des formes préétablies*” (idem, *ibidem*, p. 236). Esse mercado existe em função

---

<sup>2</sup> Tradução nossa: “os produtos que ela oferece sobre o mercado respondem mais diretamente ou mais completamente a uma demanda preexistente e dentro de formas preestabelecidas”.

## II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA

da circulação desses bens, a qual é possibilitada por sua demanda, entendida como uma predisposição à recepção e/ou ao consumo (no sentido mercadológico) desses bens. A noção de campo, assim, estaria próxima à de *situação de comunicação* da semiolinguística de Charaudeau. No caso do campo literário, importa-nos então verificar a situação dessas obras, o que, em uma aproximação com a noção de *contrato*, inclui a autoria e o público a que essas obras eram destinadas, assim como o conjunto de circunstâncias que envolvem esses agentes.

Tendo em vista os interesses desta pesquisa, julgamos conveniente distinguir dentro do mercado dos bens simbólicos, os bens fictivos e os não fictivos. Ambos são igualmente simbólicos, mas os fictivos seriam aqueles cujo estatuto seja ficcional, como por exemplo, um poema, uma pintura, uma escultura. Já os bens não fictivos seriam aqueles cujo estatuto discursivo seja necessariamente factual: uma bandeira, por exemplo, possui o estatuto factual, do mesmo modo que um diploma escolar. E mesmo não sendo fictivos, eles não deixam de ser bens simbólicos.

O conjunto dos bens fictivos, as instâncias produtoras e receptoras/consumidoras desses bens, e a demanda que mobiliza esse processo, forma o que chamamos nessa pesquisa de mercado dos bens fictivos. Esta noção, conforme utilizada neste trabalho, também estaria próxima do conceito de *situação e contrato comunicacional*, da semiolinguística de Charaudeau. Por sua vez, devemos mencionar também que há um uso particular e estratégico pelos sujeitos produtores, sobre os bens fictivos, e a atribuição de uma função social a esses bens por uma dada coletividade.

O valor simbólico outorgado a esse tipo de bem é instituído por saberes de crença, retomando aqui a noção de Charaudeau (2006), ou antes, por um conjunto de saberes de crença, o qual forma a ideologia de uma época ou de um determinado grupo. Em Portugal do século XVIII, por exemplo, podemos observar que uma condição tácita para que uma obra ficcional ou factual pudesse ser publicada era a de que ela não dissesse coisa contrária à religião católica e à Coroa portuguesa. Por sua vez, esse valor aumentaria conforme a obra não apenas deixasse de contradizer, mas exaltasse a monarquia e a fé católica.

As obras de ficção, nesse âmbito, possuiriam um valor de mercado e um valor simbólico, os quais permanecem independentes. *Grosso modo*, podemos dizer que há uma diferença entre o valor de mercado de uma obra de ficção que está relacionada a um preço, a um custo de produção/execução associado a, digamos, uma cotação do produtor da obra que atestaria

sua qualidade, e um valor simbólico relacionado ao aquilo que a obra representa.

Embora nosso *corpus* seja formado por textos verbais, podemos observar neles a presença de elementos visuais, que, embora não tenham uma relação direta com o conteúdo desses textos ocupam um papel importante para a construção de um *status* para esses bens simbólicos. A maneira como a imagem é empregada nesses textos nos leva a depreender, assim, como esses bens podem ter o seu valor simbólico sugerido ou ampliado.

Os bens simbólicos, compreendendo tanto os factivos quanto os fictivos, têm na sua ornamentação visual uma forma de serem valorizados. O que notamos, sobretudo em textos do século XVIII, embora tal característica ocorra com menor ênfase naqueles do século XIX. As ilustrações presentes nos textos, sejam eles ficcionais ou factuais, nos oferecem uma evidência do valor simbólico ou da tentativa de se valorizar simbolicamente esses bens.

A imagem pode ser, então, uma estratégia a que o sujeito comunicante recorre para seduzir o parceiro do ato de linguagem e estabelecer uma partilha das intenções e valores no discurso: o uso da imagem, assim entendido, estaria próximo de uma estratégia de captação (CHARAU-DEAU, 2004, p. 93) através da qual se busca seduzir o leitor estabelecendo uma concordância deste em relação ao conteúdo do texto. No caso de nosso *corpus*, não poderíamos compreender as motivações do uso de elementos visuais como estratégia de captação sem remetermos ao contexto de produção desses textos, razão pela qual, no parágrafo seguinte, discorreremos um pouco sobre o contexto intelectual e cultural da época.

O século XVIII na Colônia e em Portugal é fortemente impregnado por uma mentalidade barroca, a qual se fazia notar inclusive pela valorização intensa da imagem como forma de representar com mais precisão temas e conceitos abstratos. A imagem permitia dar uma feição definitiva a uma ideia de contornos vagos, indefinidos. O poder e o direito divino da realeza, por exemplo, poderia ser representado através de uma coroa, a qual aparecia tanto em imagem de cunho religioso quanto de cunho não religioso, como em obras literárias, científicas, monumentos civis, decoração de prédios públicos.

Posta em circulação e recorrente em obras de arte e textos impressos, a imagem colaborava para legitimar e assegurar um determinado conceito, uma determinada doutrina, ou um dogma. A imagem não apenas visibiliza algo abstrato e intangível, mas também, de certa maneira, o torna

## II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA

tangível. Por essa via, ela atua retoricamente ao tornar-se o exemplo ou a demonstração daquela ideia que é trabalhada no discurso. Desse modo, a imagem pode asseverar um conceito legitimando-o ou reafirmando-o de maneira definitiva dentro de uma conjuntura.

O apreço pelo uso da imagem, embora não seja exclusivo do século XVIII, encontra nessa época uma relação bastante eloquente com o discurso das monarquias absolutas e o da Igreja, instituições que se mantinham bem próximas entre si, especialmente nos países ibéricos. E, por sua vez, os bens simbólicos direta ou indiretamente podiam trazer elementos que evidenciavam a onipresença do poder do Estado e da vigilância espiritual da Igreja, elementos que podem ser exemplificados pela presença constante nos textos de determinados elementos simbólicos, os quais serão trabalhados mais adiante.

De acordo com Faria (1967), a palavra latina “editor” significa “o que produz” (FARIA, 1967, p. 336), ao passo que “*editionis*” (ou *edição*) é “a ação de dar à luz” (*Idem, ibidem*). O editor, assim, seria aquele que dá ao discurso uma materialidade através de sua transformação em um objeto livro. Seria aquele que transforma o discurso (ficcional ou factual) em um objeto através do qual esse discurso circula e chega ao seu público leitor. E se trabalhamos anteriormente a ideia de o discurso circular como um bem simbólico em um quadro de demandas tácitas ou explícitas (cf. BOURDIEU, 1998), seria pela editoração que ele se tornaria efetivamente bem simbólico.

Não se trata, nesse caso, de considerar a editoração apenas como acessório do dispositivo material do discurso, seja ele factual ou ficcional, mas de pensar a editoração também como um discurso, partícipe e, ao mesmo tempo, autônomo em relação aos outros. Ao observarmos a transformação deles em bens simbólicos, temos a ação de outro sujeito que atua nessa conversão, posto em um quadro de produções discursivas e suas respectivas demandas.

Um discurso da editoração se distingue do discurso literário pelo fato de o primeiro partilhar do suporte ou dispositivo material do segundo: o que é necessário para sua divulgação e distribuição. Sua ocorrência pode ser apreendida no projeto gráfico que permeia as obras: a disposição do texto e das ilustrações, o formato tipográfico das letras, o tipo de encadernação etc. Esse discurso, desse modo, não é aquele construído pelo *sujeito scriptor* (cf. PEYTARD, 1983), seja ele fictivo, como Cláudio Manoel da Costa, ou factivo, como Rocha Pita. Trata-se do discurso de uma outra

instância que ganha visibilidade através *dos outros discursos* ao mesmo tempo em que dá uma visibilidade a eles.

Retomando o papel do editor nesse contexto, Peytard (1983) menciona um campo literário, que seria um conjunto de instâncias e de relações que se estabelecem entre elas pelo texto literário. Essas instâncias incluem aquelas produtoras e receptoras do discurso, as quais são intermediadas por aquelas responsáveis pela editoração, distribuição e circulação das obras ou objetos literários. Desse modo, Peytard, ao abordar o *campo literário*, abre espaço para pensarmos, além das instâncias produtora e receptora do discurso literário, as instâncias intermediárias, que seriam aquelas responsáveis por fazer veicular tais objetos.

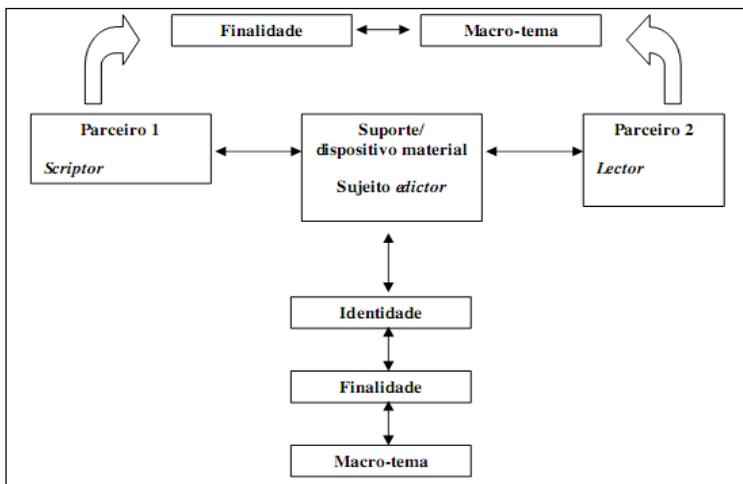
A esta instância intermediária que se coloca entre o produtor de um discurso ficcional e seu receptor poderíamos entender uma delas como sendo os editores. Peytard não nos traz uma definição precisa da instância do editor, apenas discute sua importância para a divulgação dos trabalhos de um autor de literatura. Mas com base nessa colocação podemos pensar no editor como uma instância que é, pelo menos, participe do discurso literário.

Um sujeito *edictor* seria então aquele que, faz uma das pontes entre o *scriptor* e o *lector* através do suporte ou do dispositivo material desse discurso. A essa concepção poderíamos representar, conforme o contrato comunicacional de Charaudeau (2001) e o campo literário apresentado no trabalho de Peytard (1983), da seguinte maneira:

No esquema abaixo, observamos que *scriptor* e *lector* interagem através do suporte ou dispositivo material do discurso, ficcional ou factual. Desse modo, o discurso da editoração não se coloca como periférico, mas participe tanto da ficcionalidade quanto da factualidade. Como ilustra Morissawa (2006, p. 13), “o profissional que analisa e arremata o manuscrito, transformando-o num original, está na verdade sendo a ponte entre o autor e seu público”. Podemos dizer, nesse caso, que uma evidência de que a *mise en livre* e a *mise en discours* se entrecruzam é o fato de que elas partilham o mesmo suporte material. É pelo trabalho do sujeito *edictor* que o público receptor tem acesso a instância receptora do discurso, e é também por meio desse *edictor* que o leitor se encontra em contato com esse discurso e interage com seu produtor. Razão pela qual consideramos importante esse estudo.

**Esquema 1:** o discurso da editoração e sua relação com o discurso factual ou ficcional

**II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA  
XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA**



A propósito da identidade do sujeito *edictor*, é importante salientar que o discurso do editor não é sinônimo de discurso do impressor. Conforme nos ilustra o trabalho de Pinheiro (2014, p. 42), a edição de uma obra envolvia uma pluralidade de conhecimentos e artifícios, como tipógrafos, compositores, fundidores de tipos, encadernadores, livreiros, aprendizes e impressores. O sujeito *edictor* é, assim, uma instância composta da qual participam, além do impressor, gravuristas, calígrafos, encadernadores, revisores, oficiais mecânicos etc., mas ao mesmo tempo, a instância receptora desse *edictor* é a mesma daquela visada pelo *scriptor*. O *edictor* é assim uma ponte entre o produtor e o receptor do discurso.

Por sua vez, é difícil apontar uma finalidade, dada por uma visada, no contrato de comunicação do discurso editorial. Poderíamos pensar em um *fazer-ler* ou em um *fazer-adquirir* posto que estas seriam visadas voltadas para a distribuição das obras. Já o macrotema desse discurso seria o conteúdo da obra mais a sua editoração: é a própria obra mais a sua apresentação gráfica já que o suporte material é partilhado.

O discurso não pode prescindir de seu suporte material, o qual não é apenas o veículo de circulação do discurso, ele envolve também o trabalho de outros sujeitos que o materializam. Como afirma Almeida (2006, p. 14), “o livro não é somente o texto que o contém. Ele é fruto da produção tanto do autor, quanto do editor e do tipógrafo”. Ainda segundo a autora, “o primeiro contato do leitor com o livro é feito através dos sentidos e da matéria, ou seja, a partir de sua forma, aparência, textura, imagens, odores,

conformando expectativas de leitura e influenciando a compreensão da informação” (Almeida, 2006, p. 14). Não podemos, assim, ignorar que esse aparato material que, ainda hoje, é o principal responsável pela materialização de um discurso como bem simbólico.

Podemos dizer que é a colocação do discurso em um livro, sua *mise en livre*, que o torna efetivamente um bem simbólico dotado de valor a fim de “produzir no consulente sentimentos de reverência respeito e admiração” (Almeida, 2006, p. 14). Por sua vez, o discurso da editoração não é sinônimo de um discurso do impressor, já que a editoração incluía tanto textos impressos quanto manuscritos, e em ambos pode-se encontrar um projeto de elaboração gráfica bastante complexo. Essa elaboração se encontra manifestada em ilustrações, as quais, com o auxílio de Almeida (2006), podem ser apresentadas a partir da seguinte tipologia:

- *letra capitular, ou capitular*: letra inicial do texto colocada em destaque (Fig. 1 e 2);
- *vinheta*: elemento decorativo que fecha uma passagem ou capítulo da obra (Fig. 3 e 4);
- *cercadura ou bordadura*: decoração que se encontra próximo da borda do papel (Fig. 5 e 6).

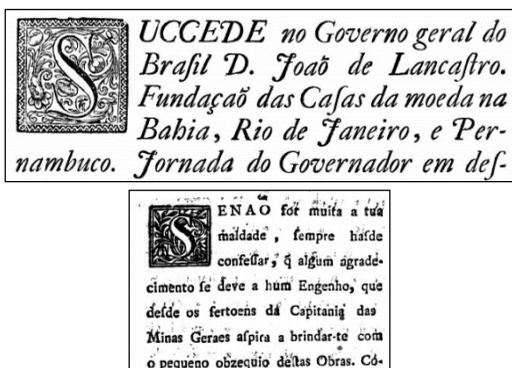


Fig. 1 e 2: capitulares, respectivamente, na *HAP* (esquerda), de Rocha Pita e nas *Obras* (direita) de Cláudio Manoel.

II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA  
XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA

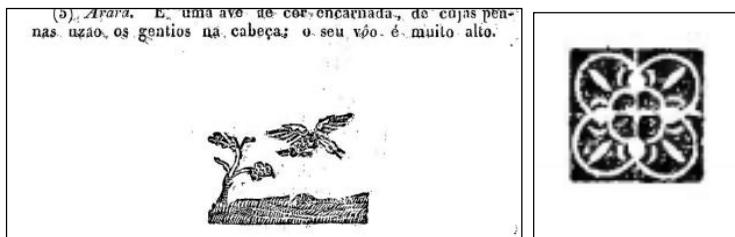


Fig. 3 e 4: vinhetas utilizadas na edição do poema VR



Fig. 5 e 6: cercaduras ou bordaduras na HAP de Rocha Pita.

Uma evidência da importância desse trabalho de editoração na época é a presumível circulação da obra de Manoel de Andrade de Figueiredo (1670-1735), intitulada *Nova Escola para Aprender a Ler, Escrever e Contar*, publicada em 1722, trazendo um autêntico tratado sobre a arte caligráfica e decorativa em manuscritos. O que realça a importância de se dar uma visualidade a palavra escrita, ampliando-lhe não apenas o valor semiológico, mas, sobretudo, o estético.

Um aspecto visível do trabalho de editoração está nas ilustrações presentes no suporte material do discurso. Esse componente visual, por sua vez, é definido por Muzzi (2006, p. 58) como um paratexto, ou elemento da perigrafia do livro: “composições de palavras e imagens que se organizam no espaço do livro como postos avançados que preparam o acesso do leitor ao texto principal e, nas últimas páginas do volume, indicam-lhe a saída do mundo textual” (*idem, ibidem*). Observa-se, nesse caso, que esse recurso paratextual contribui para estabelecer graficamente os limites do discurso em seu suporte material.

Podemos considerar ainda que, esse paratexto visual é inegável para a *mise en livre*, já que “é através dele que um texto se torna livro” (MUZZI, 2006, p. 60). E em relação à conversão do discurso em bem simbólico, esse aparato paratextual também serve para teatralizar o discurso oferecendo-lhe um aspecto ostentatório, através do qual “se estabelecem

critérios de recepção e de consumo” (*idem, ibidem*). Por meio dessa teatralização, assim, se estabelecem a relações não apenas do autor, mas também do editor com seu público levando essas três instâncias, autor, editor e leitor, a participarem conjuntamente de um processo de troca comunicacional pelo discurso.

Uma vez abordada a presença de um discurso da editoração, que se manifesta no suporte material dos demais discursos que ela materializa e veicula, procuramos observar agora como a intericonidade e a interdiscursividade perpassam os elementos paratextuais imagéticos. Num primeiro momento, buscamos mostrar a recorrência e a regularidade desse repertório de clichês tipográficos em diferentes obras. Para tanto, exemplificamos com dados dos *corpora* comparando-os com outras obras, ficcionais e factuais, impressas em um mesmo período de tempo.

Ao realizar essa comparação, poderíamos falar de um estilo empregado nessas ilustrações, mas tal procedimento pode ser realizado de maneira mais precisa se recorrermos ao termo “partido”, oriundo da história da arte. Segundo Ávila; Gontijo; Machado (1979, p. 71), o partido é a disposição e a organização topológica das formas e também dos “vazios” de uma obra, a distribuição das formas e dos volumes. Por exemplo, nas figuras seguintes, podemos apontar um partido gráfico-editorial que é depreendido por uma ordem pré-estabelecida dos elementos gráficos da folha de rosto: primeiro o título da obra, em seguida aquele a quem a obra é oferecida, depois o autor e por fim o editor e o impressor da obra. É, portanto, segundo esse partido que se pode falar em estilo.

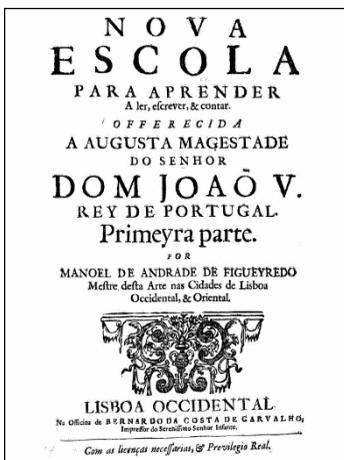
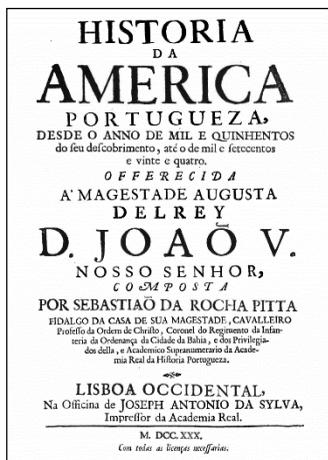
II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA  
XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA



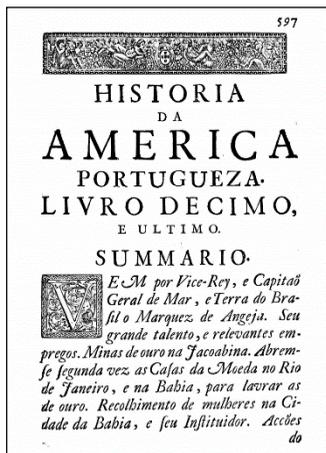
Fig. 7 e 8: folhas de rosto, similaridades na organização gráfico-editorial.

Desse modo, podemos entender que essa intericonidade entre a edição das obras já se anuncia pelo partido adotado pelo editor, partido que pode ser entendido como um arcabouço sobre o qual serão dispostos os elementos gráfico-editoriais da obra.

Essa similaridade também é encontrada em duas obras factuais diferentes, editadas na mesma época, em Lisboa, Portugal: trata-se da *História da América Portuguesa*, de Rocha Pita, cujo projeto gráfico-editorial também se assemelha ao da obra de Manoel de Andrade de Figueiredo, a *Nova Escola Para Aprender a Ler, Escrever e Contar* (Fig. 9 e 10). No decorrer dessas obras também encontramos relações de intericonidade nas bordaduras presentes na abertura dos capítulos.



**Fig. 9 e 10: HAP e Nova Escola...:**  
recorrência de um partido (disposição e organização dos elementos).



**Fig. 11 e 12: cercaduras decoradas respectivamente na HAP e na Nova Escola**

Ainda sobre a diferença entre partido e estilo, podemos observar que as tarjas (bordaduras) nas Fig. 13 e 14, apresentam um mesmo partido, mas estilos diferentes. Observe-se que as duas são emolduradas, como uma cartela. No centro temos um brasão, dos lados desse brasão e nas extremidades temos figuras antropomórficas e preenchendo todo o conjunto encontramos fitomorfismos. No entanto nota-se que a moldura da primeira cartela é mais trabalhada, ou detalhada, que o da segunda.

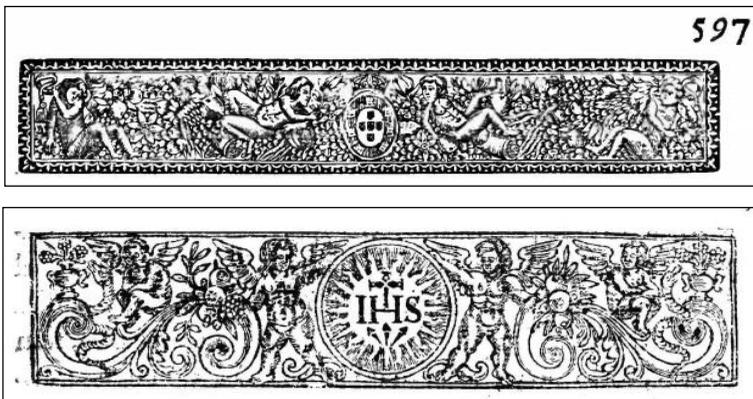


Fig. 13 e 14: cercaduras na *HAP* (acima) e na *Nova Escola...* (abaixo).

Os corpos dos antropomorfismos da primeira têm desenho mais refinado, ao passo que na segunda eles nos parecem anjos de corpo atarracado. Nota-se também que a primeira bordadura é preenchida com abundância de fitomorfismos eliminando todos os espaços vazios, ao contrário da segunda tarja que transmite uma sensação de leveza pelos vazios ao fundo do desenho. Embora esses elementos encontrem a mesma disposição topológica eles são executados segundo diferentes maneiras, o que nos mostra que o partido precede ao estilo do artista. O mesmo comentário pode ser feito em relação às Fig. 15 e 16:

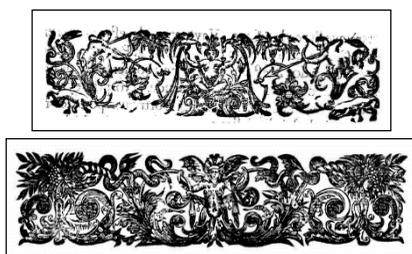


Fig. 15 e 16: tarjas na *Nova Escola...* (acima) e na *HAP*: intericonidade e partidos semelhantes.

Por sua vez, as Fig. 16 até 19 nos mostram como a simplificação no tratamento dos elementos paratextuais imagéticos, não altera o partido gráfico-editorial adotado nas obras. Essas figuras mostram também como se mantém um repertório de clichês tipográficos que dialogam intericonicamente entre si.

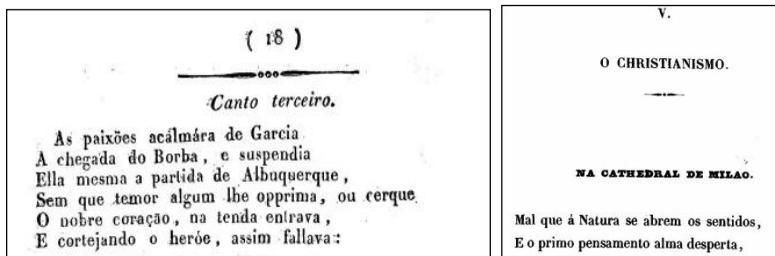


Fig. 17 e 18: cercaduras simples.

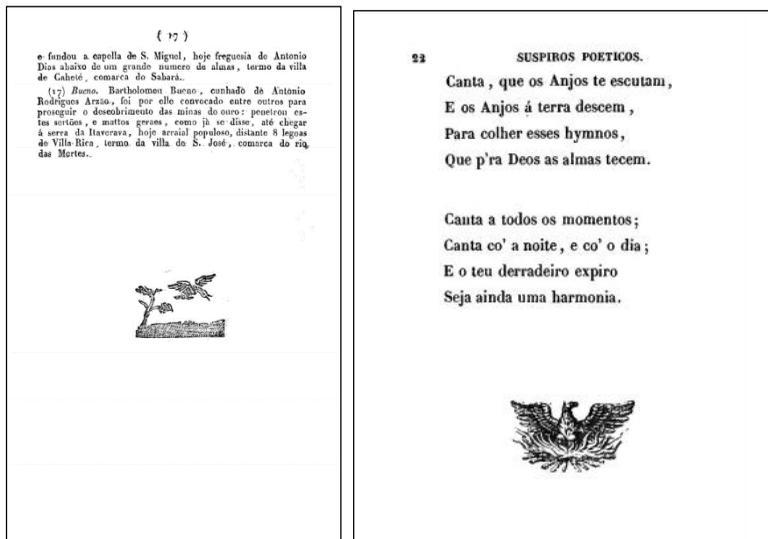


Fig. 19 e 20: vinhetas passeriformes: repertório partilhado.

Esse diálogo entre imagens, e, sobretudo, o uso de um repertório delas nos evidencia que, em conformidade com as ideias de Courtine (2011, p. 39) “*toute image s’inscrit dans une culture visuelle, et cette culture visuelle suppose l’existence chez l’individu d’une mémoire visuelle, d’une mémoire d’images où toute image a un écho*”<sup>3</sup>. Não se trata de estabelecer, neste trabalho, uma genealogia, uma relação filial entre imagens, mas, sim, de compreender uma rede de relações entre essas figuras dentro

<sup>3</sup> Tradução nossa: “toda imagem se inscreve em uma cultura visual, e esta cultura visual supõe a existência de uma memória visual no indivíduo, de uma memória de imagens onde toda imagem tem um eco”

## II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA

de um dado contexto. Depreender a ocorrência de um repertório de imagens usadas na editoração dos textos bem como as possíveis razões de sua utilização.

Por sua vez, a intericonicidade, conforme postulada por Courtine (2011) nos remete também a uma rede interdiscursiva evocada por essas imagens. Se a intericonicidade é perpassada pela interdiscursividade, então podemos dizer que o discurso da editoração era perpassado pelos do Estado e da Igreja, discursos estes que apareciam através dos elementos imagéticos do projeto editorial da obra. Nesse caso, os autores enunciavam sob o aval do Estado e sob a vigilância da Igreja, como o mostram as folhas de aprovação<sup>4</sup> presentes em muitas obras da época.

Em relação a sua tipologia interdiscursiva, podemos agrupar esses clichês tipográficos em três grupos:

- *Brutescos*: compostos por fitomorfismos (motivos vegetais) e zoomorfismos (motivos animais) (Fig. 21 e 22). Sua origem remonta ao palácio do imperador Nero, a *Domus Aurea*, o qual era decorado com esses motivos icônicos. Com a deposição desse imperador, seu palácio foi soterrado e essa decoração foi redescoberta apenas na Renascença, quando artistas da época apelidaram esses desenhos de brutescos, ou grutescos (ou seja, provenientes da gruta ou caverna) já que eram provenientes do palácio soterrado de Nero (cf. SERRÃO, 1997, p. 94). A persistência da utilização dessas imagens se deve mais a tradição do que a um significado intrínseco: elas persistem pela sua beleza e gosto dos artistas, e não por uma simbologia. No período barroco em Portugal e no Brasil temos um revigoramento do uso das decorações em brutesco, como nos mostram várias obras impressas do século XVIII.
- *Motivos<sup>5</sup> religiosos*: ocorrem na forma de brasões e em antropozoomorfismos, como nas figuras de anjos. Também temos o monograma *IHS* de *Iesu Hominum Salvator*, Jesus Salvador dos Homens;

---

<sup>4</sup> As folhas de aprovação eram textos nos quais autoridades religiosas declaravam que uma obra não continha nada contrária a religião e as escrituras. Sem esses textos as obras eram proibidas de circular.

<sup>5</sup> De acordo com Panofsky (1976, p. 50), os motivos são formas dotadas de significação, ou simplesmente figuras com alguma conotação semiológica.

- *Motivos políticos*: ocorre, sobretudo, através de brasões, como no caso do brasão lusitano e desenhos representando coroas, um símbolo bastante disseminado do poder real português.



Fig. 21 e 22: pinturas de brutesco no Brasil  
(Igreja Matriz de Santo Antônio, Tiradentes, MG)

Retomando a instância dos parceiros da comunicação no contrato da editoração, se temos um sujeito *edictor* que estabelece e é instituído por esse contrato discursivo, podemos falar, então de estratégias específicas desse sujeito. Primeiramente observemos que a marca do impressor é um dos poucos traços efetivamente visíveis e legíveis que temos na materialidade discursiva da obra. Vejamos, por exemplo, a folha de rosto do poema VR (Fig. 46) e da *História da América Portuguesa*, de Rocha Pita (Fig. 47):

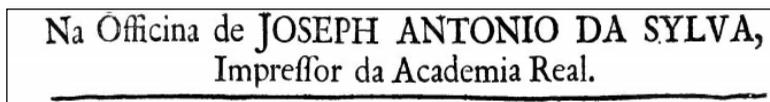
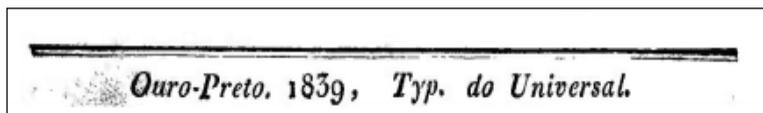


Fig. 23 e 24: detalhes da folha de rosto do VR (acima) e da HAP (abaixo):  
traços da enunciação dos editores.

Tal como o sujeito *scriptor*, esse sujeito *edictor* recorre a estratégias de discurso para garantir a eficácia do seu dizer. Um diferencial, no entanto, é que o sujeito *edictor* deve autorizar e/ou legitimar não apenas seu próprio discurso, mas também o discurso do sujeito *scriptor*. O *edictor* também deve captar o *lector* com base no discurso do *scriptor*. A editoração da obra, assim, credibiliza e legitima aquele discurso literário que a

## II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA

edição ajuda a materializar. Nesse caso, o trabalho de editoração, a diagramação, a encadernação e o uso de ilustrações na elaboração de um projeto gráfico editorial legitimam o discurso do *scriptor* ao mesmo tempo em que o fazem com o discurso do *edictor*.

Na estratégia de credibilidade e de legitimação, por exemplo, o sujeito *edictor* outorga uma autoridade ao sujeito e na de legitimação, o editor outorga uma posição de verdade do sujeito. Na editoração das obras, essas estratégias são dadas pelo uso de ilustrações e pelo projeto gráfico, o que também legitima e credibiliza o discurso do editor. Em relação à estratégia de captação, o sujeito *edictor* objetiva, a nosso ver, outorgar a materialidade da obra uma certa valoração, valor que deve ser reconhecido e acatado pelo sujeito leitor, que, então toma a obra como um bem simbólico.

O discurso do *edictor* deve, então, credibilizar e legitimar o do *scriptor* tornando a obra vendável para um dado público leitor, e para tal fim o sujeito *edictor* recorre ao trabalho metódico da editoração, a qual valoriza tanto o discurso do *scriptor* quanto o do *edictor*. Um procedimento que é observável ainda atualmente e, talvez até, de forma mais visível.

Essas estratégias, grosso modo, se traduzem na estetização gráfica do suporte material desse discurso e é um dos principais elementos através dos quais podemos depreender como e de que maneira os discursos ficcionais e factuais se materializam e se convertem em bem simbólicos. Essa estetização recorre a um repertório de imagens e elementos gráficos que são recorrentes no período, não apenas em obras impressas, mas também nas artes plásticas, como a escultura (Fig. 25, 26a, 26b)

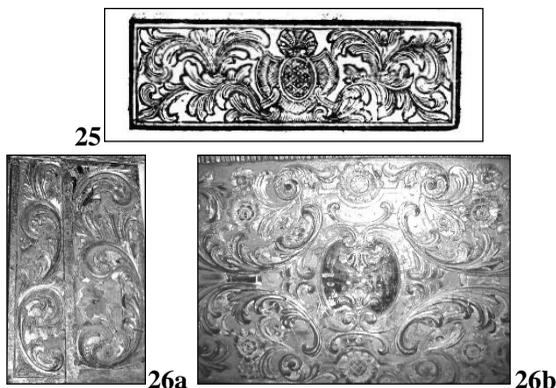


Fig. 27a, 27b, 28a e 28b: tarja decorativa nas *Obras*, de Cláudio Manoel (27): intericonicidade com partido (28b) e fitomorfismos em talha dourada (28a)



Figuras 29 e 30: pelicano e uvas no poema *VR* e em talha dourada (Igreja Matriz de Nossa Sra da Conceição de Camargos, Mariana, MG)

Fig. 27 a 28: mascarões e querubins em obras de talha pintura (direita) e paratexto nas *Obras* de Claudio Manoel e na *HAP* de Rocha Pita (esquerda).

A utilização de clichês tipográficos, embora típica de uma época, não se restringe a um padrão gráfico-editorial vigente nos séculos XVIII e XIX. É sugestivo que ainda no século XX tenhamos encontrado um catálogo de clichês tipográficos, como o de Salles (2003) com ilustrações que

II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA  
XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGUÍSTICA E FILOLOGIA

dialogam com aquelas presentes nas obras analisadas neste trabalho. O uso de clichês também chega até meados do século XX, como nos mostra a obra *Contemplação de Ouro Preto*, de Murilo Mendes (Fig. 33 e 34).

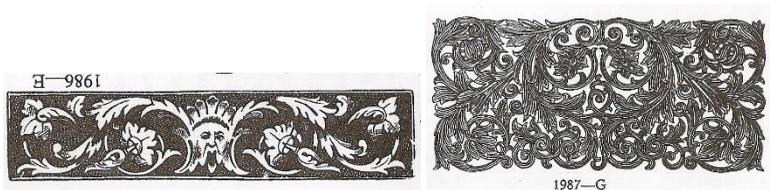


Fig. 31 e 32: cercaduras do início do século XX: intericonidade com clichês do século XVIII

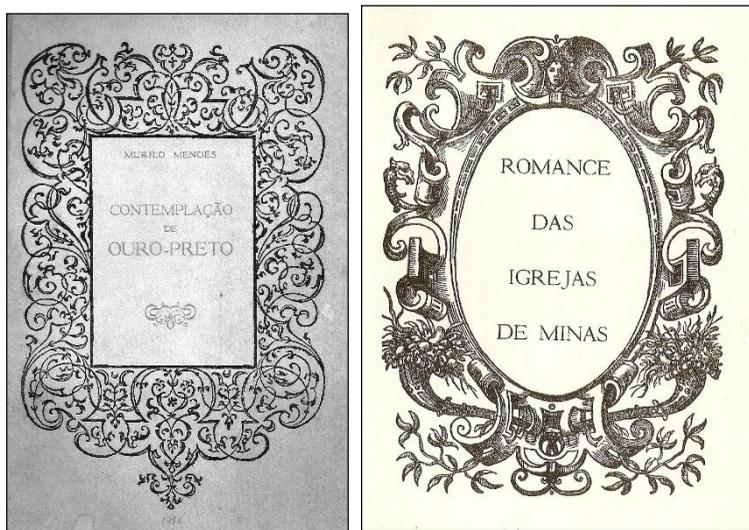


Fig. 33 e 34: cercaduras na obra de Murilo Mendes (1954) persistência no uso de brutescos (esquerda) e de elementos compósitos (fito, zoo e antropomorfismos).

O uso de clichês tipográficos garantia a exuberância do objeto livro e movimentava um mercado editorial restrito até o século XX. O desuso constante de clichês no século XX não se deve necessariamente a estagnação ou a decadência desse recurso, mas da exploração de outras tecnologias gráfico-editoriais, como a impressão em cores, e também a franca expansão do mercado editorial e a impressão de edições de bolso, mais acessíveis a uma grande massa de leitores, embora menos atraente aos olhos.

De uma certa maneira, podemos dizer que a editoração se desenvolveu em conformidade com a função social que era atribuída aos bens

simbólicos. Atingir um público leitor amplo, por sua vez, tornou-se sinônimo de buscar um sucesso editorial e, portanto, assegurar uma lucratividade e manter uma atividade econômica produtiva. É no XX, no entanto, que poderíamos dizer que a edição não apenas participa de um mercado de bens simbólicos, mas é ela mesma esse mercado. Somos consumidores de produtos editados, mas esses itens possivelmente perderam algo de seu *status* de bem simbólico. De uma certa forma, o objeto livro, um bem simbólico, tornou-se um livro objeto, um bem de consumo.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Márcia. *Livros manuscritos iluminados na era moderna: compromissos de irmandades mineiras, século XVIII*. 2006. Dissertação (de Mestrado). – Fafich, Belo Horizonte.

BOURDIEU, Pierre. *Les règles de l'art*. Paris: Seuil/Points, 1998.

Charaudeau, Patrick. Visées discursives, genres situationnels et construction textuelle. In: \_\_\_\_\_. *Analyse des discours: types et genres*. Toulouse: Éd. Universitaires du Sud, 2001. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Visees-discursives-genres,83.html>. Acesso em: 23-01-2014.

\_\_\_\_\_. Le contrat de communication dans une perspective langagière: contraintes psychosociales et contraintes discursives. In: BROMBERG, Marcel; TROGNON, Alain. (Dirs.). *Psychologie sociale et communication*. Paris: Dunod, 2004. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Le-contrat-de-communication-dans,89.html>>. Acesso em: 15-04-2013.

\_\_\_\_\_. *Discurso político*. Trad.: Dílson F. da Cruz e Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2006.

COSTA, Cláudio Manoel da. *Vila Rica*. Ouro Preto: Typographia do Universal, 1839. Disponível em: [http://www.brasiliana.usp.br/bbd/search?order=DESC&rpp=10&sort\\_by=score&page=2&group\\_by=none&etal=0&view=listing&fq=claudio%20manoel%20da%20costa&fq=vila%20rica](http://www.brasiliana.usp.br/bbd/search?order=DESC&rpp=10&sort_by=score&page=2&group_by=none&etal=0&view=listing&fq=claudio%20manoel%20da%20costa&fq=vila%20rica)>. Acesso em: 22-03-2011.

\_\_\_\_\_. *Orbas* [sic]. Coimbra: Officina de Luiz Secco Ferreira, 1768. Disponível em: <http://www.brasiliana.usp.br/bbd/handle/1918/00427300>>. Acesso em: 22-10-2011.

**II CONGRESSO INTERNACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA**  
**XX CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA**

FIGUEIREDO, Manoel de Andrade de. *Nova escola para aprender a ler, escrever e contar*. Lisboa Ocidental: Na oficina de Bernardo Costa de Carvalho, 1722. Disponível em: <<http://www.brasili-ana.usp.br/bbd/handle/1918/00694900#page/1/mode/1up>>. Acesso em: 12-11-2014.

MORISSAWA, Mitsue. O manuscrito e o processo de edição. In: QUEIROZ, Sônia. (Org.). *Editoração: arte e técnica*. 2. ed. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2006, p. 11-18.

MUZZI, Eliana Scotti. Paratexto: espaço do livro, margem do texto. In: QUEIROZ, Sônia. (Org.). *Editoração: arte e técnica*. 2. ed. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2006, p. 58-62.

PEYTARD, Jean. La place et le statut du “lecteur” dans l’ensemble “public”. *Semen*, n. 1, 1983. Disponível em: <<http://Semen.Revues.Org/4231>>. Acesso em: 17-10-2014.

PINHEIRO, Ana Virgínia Teixeira da Paz. Modelagem organizacional das oficinas tipográficas dos séculos XV a XVIII. In: *IBICT*, vol. 19, n. 1, 2014, p. 40-47. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/download.php?dd0=9164>>. Acesso em: 14-11-2014.

PITA, Sebastião da Rocha. *História da América Portuguesa*. Lisboa: Oficina de Joseph Antonio da Silva, 1730. Disponível em: <<http://www.brasiliana.usp.br/bbd/handle/1918/01495300>>. Acesso em: 14-08-2011