

# Design Editorial e Memória Literária: a trajetória das edições de Jane Austen no Brasil.

Adriana dos Santos Sales<sup>1</sup>

---

## Resumo:

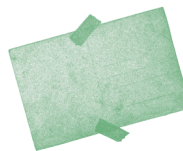
Este trabalho propõe analisar a evolução gráfica das edições de Jane Austen no Brasil, considerando o percurso desde as primeiras publicações, marcadas por capas que não seguiram um padrão projeto editorial já que foram lançadas por editoras distintas, até os lançamentos contemporâneos, que se apresentam como objetos de consumo cultural e experiências de leitura diversificadas. O corpus compreende edições de diferentes momentos editoriais, abrangendo desde as primeiras traduções no Brasil (década de 1940, pela José Olympio) até coleções recentes que incluem paratextos (apresentações, prefácios, posfácios), material complementar em vídeo e estratégias gráficas de diferenciação de mercado. A pesquisa parte do pressuposto de que o design editorial não se limita a uma função estética, mas constitui prática de mediação cultural e simbólica (Chartier, 2009; Araujo, 2012; Kress & van Leeuwen, 2001). Assim, a análise busca compreender como as soluções gráficas – tipografia, composição, hierarquia visual e projeto de capa – acompanham mudanças na materialidade do livro, nos modos de leitura e na consolidação da memória literária de Austen no contexto brasileiro. A metodologia é baseada em uma abordagem qualitativa e comparativa, com levantamento das principais edições disponíveis no mercado editorial brasileiro, observação de elementos gráficos e estudo das estratégias de circulação. A análise dialoga ainda com estudos sobre capas históricas de Austen (Sullivan, 2014) e com a gramática do design visual (Kress & van Leeuwen, 2006), destacando a função multimodal das capas na construção de significados e na atração de novos públicos leitores. Como resultado, espera-se evidenciar o movimento de valorização do livro enquanto objeto de desejo e não apenas veículo do texto literário. Esse percurso demonstra como o design editorial contribui para renovar o interesse pelas obras de Austen, inserindo-as em novas dinâmicas de consumo cultural e fortalecendo a relação entre design, memória e experiência leitora.

## Palavras-chave:

Design editorial; Jane Austen; Capas de livros; Memória literária; Multimodalidade.

---

<sup>1</sup> Doutora em Estudos Linguísticos (UFMG), Docente (CEFET-MG), [drixsales@gmail.com](mailto:drixsales@gmail.com).



## 1. Introdução

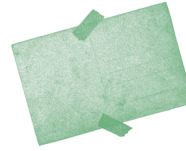
A obra de Jane Austen (1775 – 1817), publicada originalmente no início do século XIX, tem alcançado uma recepção ampla e duradoura em diferentes países e contextos culturais. No Brasil, conforme aponta Sales (2025), as traduções e a circulação das obras da autora começaram apenas na década de 1940, quando a José Olympio Editora iniciou a publicação de suas obras em português. Desde então, surgiram novas traduções, edições juvenis, coletâneas e projetos editoriais que exploram a dimensão visual e material do livro como parte da experiência de leitura.

A permanência da obra de Jane Austen no mercado editorial internacional e nacional está associada não apenas ao valor literário de seus romances, mas também às múltiplas formas de mediação cultural que garantem sua circulação contínua em diferentes contextos. A recepção contemporânea da obra de Jane Austen configura-se como um fenômeno expressivo no contexto da cultura literária global. E ao longo das últimas décadas, observa-se um crescimento significativo do interesse pela autora, cuja circulação ultrapassa o campo estritamente acadêmico e alcança diferentes públicos leitores. Poucas escritoras do cânone anglófono despertaram um engajamento cultural tão amplo e duradouro, marcado pela presença constante de suas narrativas em diferentes mídias e formas de apropriação cultural.

Nesse cenário, a obra de Austen passou a ocupar posição central em um processo de revitalização cultural frequentemente denominado Austenmania, caracterizado pela intensa circulação e reinterpretação de seus romances em diversas plataformas culturais. Tal movimento envolve adaptações cinematográficas e televisivas, recriações literárias contemporâneas, produções derivadas e práticas de leitura participativas, como *fanfictions*, comunidades de leitores dedicadas à autora, entre outros. Essas manifestações evidenciam que a permanência da obra austeniana no imaginário coletivo não se deve apenas ao seu valor literário, mas também à sua capacidade de adaptação a diferentes contextos culturais e midiáticos. De acordo com Yaffe (2013), o nome de Jane Austen consolidou-se progressivamente como uma verdadeira marca cultural de alcance internacional, capaz de mobilizar públicos heterogêneos e práticas de consumo cultural variadas. Nesse sentido, a autora circula simultaneamente em diferentes esferas de recepção: de um lado, permanece como objeto de estudo consolidado no campo acadêmico e crítico (*canon*); de outro, integra um amplo universo de fãs e leitores que se apropriam de suas obras por meio de práticas culturais diversas (*fandom*). Essa dupla dimensão — acadêmica e popular — evidencia a vitalidade contemporânea da obra de Austen e contribui para explicar sua presença contínua no mercado editorial e no imaginário cultural global.

Apesar do crescente interesse acadêmico pelos estudos da recepção literária e pela circulação de obras clássicas em diferentes contextos culturais, ainda são relativamente escassas as pesquisas que investigam de forma sistemática o papel do design editorial nesse processo no contexto brasileiro. Grande parte dos trabalhos dedicados à recepção de clássicos concentra-se na análise textual, na crítica literária ou na análise das traduções, enquanto os aspectos materiais das edições — como capa, tipografia, projeto gráfico e organização visual — permanecem, muitas vezes, em segundo plano. Entretanto, a circulação de obras literárias depende de um complexo sistema de mediações culturais que envolve autores, editores, tradutores, designers e leitores. Sendo assim, compreender a recepção contemporânea de obras clássicas implica considerar não apenas o texto literário em si, mas também as formas materiais e editoriais por meio das quais ele se apresenta ao público leitor.

Sob essa perspectiva, estudos desenvolvidos por Chartier (2017; 2009), Darnton (1982) destacam que as formas materiais do livro participam diretamente da construção de sentidos e das práticas de leitura. Para esses autores, a materialidade do texto — incluindo formato, tipografia,



paginação e organização editorial — constitui parte integrante do processo de produção e recepção das obras. No âmbito dos estudos de editoração, reflexões como as de Araújo (2012) enfatizam que o projeto gráfico do livro representa uma dimensão fundamental da comunicação editorial, responsável por estruturar a apresentação do conteúdo e orientar a experiência de leitura. Paralelamente, abordagens provenientes da semiótica social e da multimodalidade, como as propostas por Kress e Van Leeuwen (2001; 2006), reforçam a ideia de que elementos visuais e tipográficos também funcionam como modos de significação, participando ativamente da produção de sentidos no objeto livro.

Nesse contexto, a relevância deste estudo está em compreender como o design editorial atua nesse processo, configurando o livro como objeto de memória cultural e de consumo estético. Mais do que suporte do texto, o livro se torna artefato que condensa valores históricos, simbólicos e mercadológicos (Araujo, 2012). Sendo assim, este estudo tem como objetivos analisar a evolução gráfica das edições brasileiras das obras de Jane Austen, examinando de que forma elementos do design editorial — como tipografia, capas, composição e materiais adicionais — se transformaram ao longo do tempo. Pretende-se também relacionar essas mudanças às práticas de leitura e às estratégias de mercado, destacando como o design editorial contribui para a construção e consolidação da memória literária da autora no Brasil, fortalecendo seu lugar na cultura literária e no imaginário dos leitores.

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e documental, centrada na análise das edições brasileiras das obras de Jane Austen, desde as primeiras traduções publicadas na década de 1940 até coleções contemporâneas. Obviamente não se pretende fazer um levantamento exaustivo de todas as edições brasileiras já que o volume de livros a serem analisados seria complexo para uma análise como é o caso desta pesquisa. Foram selecionadas as primeiras traduções no Brasil, compreendidas entre os anos 1940, os anos de 1970 até 1996, e sete coleções publicadas a partir dos anos 2000. O levantamento do corpus considerou diferentes períodos editoriais e tipos de publicação, com atenção especial às mudanças na materialidade do livro e nas estratégias de design. A análise comparativa concentrou-se nos elementos gráficos, incluindo capa, tipografia, layout, hierarquia visual e presença de paratextos, articulando-se às proposições teóricas de Kress e Van Leeuwen (2006) sobre multimodalidade e gramática visual. Além disso, a pesquisa incorpora uma contextualização histórica, relacionando as escolhas editoriais com o cenário cultural de cada época, conforme estudos de Sullivan (2014) sobre a história das capas de Jane Austen e a análise de Sales (2025) sobre a tradução e a circulação da autora no Brasil. Essa metodologia permite compreender não apenas a evolução formal e estética das edições, mas também sua função simbólica e mediadora na constituição da memória literária e cultural da autora.

## 2. Discussão

As primeiras edições brasileiras das obras de Jane Austen, desde as décadas de 1940 a 2010, caracterizavam-se por uma simplicidade gráfica, refletindo uma abordagem editorial voltada primordialmente para a circulação do texto literário, sem preocupação significativa com a materialidade do livro ou com a mediação visual do leitor. Capas simples, ausência de projeto editorial consistente e pouca atenção a elementos paratextuais evidenciam um modelo em que o livro era concebido quase exclusivamente como suporte do conteúdo textual, sem atribuição de valor simbólico ou estético adicional. Essa configuração dialoga com o contexto cultural e editorial do período, em que a função do livro era essencialmente utilitária, e o design editorial não era entendido como instrumento de construção de significado ou de experiência leitora.



A publicação das seis principais obras de Austen no Brasil foi lançada espaçadamente e por diversas editoras. Apesar de não ser o primeiro livro publicado pela autora, *Orgulho e Preconceito* (1813) teve sua primeira tradução em português brasileiro em 1940 pela José Olympio Editora, impulsionada, principalmente pelo lançamento do filme homônimo norte-americano em 1939. Até que todos os títulos principais da autora fossem publicados se passaram cinquenta e seis anos, com a publicação de *Emma* em 1996 (Quadro 01).

**Quadro 1:** Primeiras traduções dos seis livros principais de Jane Austen no Brasil

Título	Publicação	1ª Tradução no Brasil	Tradutor (a)	Editora
<i>Pride and Prejudice</i> [Orgulho e Preconceito]	1813	1940	Lúcio Cardoso	José Olympio
<i>Mansfield Park</i>	1814	1942	Raquel de Queiróz	José Olympio
<i>Sense and Sensibility</i> [Razão e Sentimento]	1811	1944	Dinah Silveira de Queiroz	José Olympio
<i>Northanger Abbey</i> [A Abadia de Northanger]	1817	1944	Lêdo Ivo	Panamericana
<i>Persuasion</i> [Persuasão]	1817	1971	Luiza Lobo	Bruguera
<i>Emma</i>	1816	1996	Ivo Barroso	Nova Fronteira

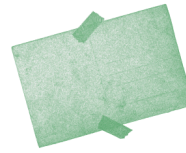
Fonte: compilação nossa.

Publicadas na década de 1940, as primeiras edições brasileira de Jane Austen seguiram uma sequência diferente das primeiras edições de Austen publicadas em língua inglesa. Pela José Olympio Editora foram publicadas as edições *Orgulho e Preconceito* (1940), *Mansfield Park* (1942) e *Razão e Sentimento* (1944). A Editora Panamericana publicou *A Abadia de Northanger* (1944). A análise das capas das primeiras edições brasileiras das obras de Jane Austen publicadas pelas editoras José Olympio e Panamericana evidencia, em primeiro lugar, a ausência de uma padronização editorial (figura 01).

**Figura 01** – Capas das primeiras edições de Jane Austen na década de 1940



Fonte: Acervo pessoal



Apesar de as ilustrações se parecerem, cada volume apresenta soluções gráficas distintas, variando conforme a coleção, o ilustrador responsável ou mesmo as diretrizes específicas de cada editora. Tal característica indica que, nesse momento inicial da circulação de Austen no Brasil, ainda não havia um projeto editorial unificado voltado à construção de uma identidade visual para a autora. Como observa Emanuel Araújo (2012), a consolidação de um padrão gráfico e tipográfico constitui etapa fundamental do desenvolvimento de coleções editoriais modernas, uma vez que contribui para a criação de reconhecimento visual e coerência editorial. No caso dessas primeiras publicações, contudo, a diversidade de soluções gráficas sugere um processo editorial ainda marcado por experimentação e por práticas menos sistematizadas de design do livro. Possivelmente as capas da década de 1940 sofreram foram influenciadas pelas edições de outros países, e como aponta Sales (2025) a edição de 1943 de *Orgulho e Preconceito* “traz uma capa atribuída a Luis Jardim. Todavia, já existia uma coleção publicada no final da década de 1930, nos Estados Unidos, com a mesma ilustração da capa brasileira, feita por Paul Galdone, publicada pela Modern Library Giant”.

Outro aspecto relevante diz respeito à materialidade dessas edições, fortemente marcada pelo tempo. O papel poroso, a tonalidade sépia e os sinais de oxidação observados nas capas remetem às condições técnicas e materiais das primeiras edições brasileiras. Esses elementos não apenas revelam limitações de produção, mas também evidenciam o livro como objeto histórico, cuja materialidade participa da construção de sentidos de leitura. Nessa perspectiva, Chartier (2009; 2017) destaca que a forma material do livro – incluindo suporte, tipografia e disposição gráfica – influencia as maneiras pelas quais os textos são percebidos e apropriados pelos leitores. Assim, a aparência envelhecida dessas edições não é apenas resultado da passagem do tempo, mas também testemunho das condições de produção e circulação do livro no contexto editorial brasileiro da época.

Quanto aos elementos gráficos, observa-se o predomínio de uma tipografia tradicional, frequentemente composta por letras serifadas de grande dimensão para os títulos, em cores como vermelho ou verde. O nome da autora aparece, em muitos casos, em caligrafia cursiva, recurso visual que sugere elegância e certa feminilidade associada à figura de Jane Austen, embora ainda sem configurar uma identidade gráfica consistente entre as edições, tendo em vista que são editoras distintas. Sob a perspectiva da gramática do design visual proposta por Kress e Van Leeuwen (2006), tais escolhas tipográficas atuam como recursos semióticos que orientam a interpretação do leitor, transmitindo valores simbólicos ligados à tradição literária e ao prestígio cultural do romance. Dessa forma, mesmo em um projeto gráfico relativamente simples, a tipografia desempenha papel comunicativo fundamental na construção da imagem da obra.

As ilustrações presentes nas capas reforçam essa estética tradicional. Em geral executadas em estilo próximo à xilogravura ou ao desenho à pena, elas representam paisagens rurais, casas, abadias ou jardins, compondo cenários que evocam uma atmosfera bucólica e romântica. O traço é simples, monocromático – normalmente em preto – e a presença de figuras humanas é reduzida ou esquemática. Frequentemente, essas imagens são enquadradas por arabescos ou molduras decorativas, cujas linhas sinuosas conferem um acabamento artesanal à composição. Nesse sentido, conforme Kress e Van Leeuwen (2001), a articulação entre imagem, tipografia e ornamento constitui um sistema multimodal de significação; nesse caso, os elementos visuais contribuem para situar a narrativa em um universo temporal percebido como “antigo” ou pastoral, aproximando o leitor de uma representação idealizada do ambiente social dos romances de Austen.

Cada volume apresenta soluções gráficas distintas, variando conforme a coleção, o ilustrador responsável ou mesmo as diretrizes específicas de cada editora. Tal característica indica que, nesse momento inicial da circulação de Austen no Brasil, ainda não havia um projeto editorial unificado voltado à construção de uma identidade visual para a autora. Como observa Emanuel Araújo (2012),

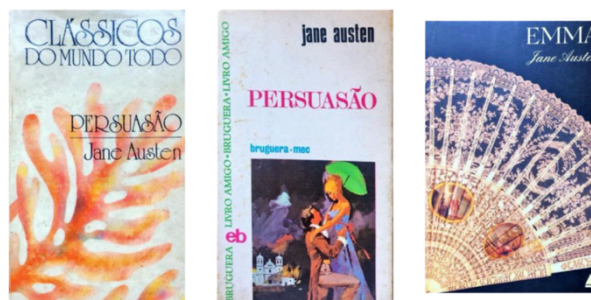


a consolidação de um padrão gráfico e tipográfico constitui etapa fundamental do desenvolvimento de coleções editoriais modernas, uma vez que contribui para a criação de reconhecimento visual e coerência editorial. No caso dessas primeiras publicações, contudo, a diversidade de soluções gráficas sugere um processo editorial ainda marcado por experimentação e por práticas menos sistematizadas de design do livro.

Em síntese, as primeiras edições brasileiras das obras de Austen na década de 1940 apresentam um design gráfico funcional e relativamente modesto, marcado por tipografia clássica, ilustrações simples e ornamentação discreta. A ausência de um projeto gráfico unificado demonstra que ainda não havia a intenção de construir uma marca editorial específica para a autora, situação que contrasta com estratégias contemporâneas de mercado editorial voltadas à consolidação de identidades visuais fortes. Ainda assim, essas edições possuem grande valor histórico, pois registram as condições iniciais de recepção de Austen no Brasil e evidenciam como a materialidade do livro participa da mediação entre obra literária e público leitor.

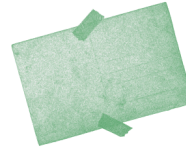
Até que todas as obras de Austen fossem publicadas no Brasil, passaram-se muitos anos. As edições de *Persuasão* (1971a e 1971b) e de *Emma* (1996) evidenciam uma mudança significativa no modo como as obras de Jane Austen passam a ser apresentadas no mercado editorial brasileiro. A partir da década de 1970, observa-se uma transição para um design editorial mais orientado pelo apelo comercial, no qual a capa deixa de desempenhar apenas a função de identificação do texto e passa a atuar como elemento de atração do leitor. Esse movimento acompanha transformações mais amplas do mercado editorial, marcado pela ampliação do público leitor e pela consolidação de estratégias de visualidade voltadas ao consumo cultural. As mudanças ocorridas nessas décadas estão em consonância com Araújo (2012) que destaca que o projeto gráfico do livro moderno passa a integrar decisões tipográficas, imagéticas e cromáticas com o objetivo de construir uma identidade editorial capaz de dialogar com o público e com as dinâmicas do mercado (Figura 02).

**Figura 02** – Capas das edições de *Persuasão* (1971a e 1971b) e de *Emma* (1996)



Fonte: Acervo pessoal

Outro aspecto que evidencia essa modernização editorial diz respeito às melhorias técnicas na produção material do livro. As capas passam a apresentar impressões coloridas, papéis mais claros e menos porosos e, em alguns casos, a incorporação de fotografias ou imagens decorativas. Tais transformações indicam não apenas avanços tecnológicos na indústria gráfica brasileira, mas também uma crescente valorização da dimensão visual do livro. Como observa Darnton (1982), a história do livro deve ser compreendida a partir das relações entre produção material, circulação e recepção, sendo a aparência gráfica parte integrante do processo de construção de sentidos em torno da obra. No plano estético, as capas dessas edições revelam forte inclinação decorativa, frequentemente associada a uma visualidade considerada feminina. Elementos ornamentais delicados, padrões gráficos e objetos simbólicos aparecem com destaque, como ocorre na capa de *Emma* (1996), na qual



o leque funciona como elemento central da composição. Esse objeto, historicamente ligado aos códigos sociais do século XIX, opera como metáfora visual do universo narrativo austeniano, evocando temas como sociabilidade, etiqueta e romance. Sob a perspectiva da gramática do design visual proposta por Kress e Van Leeuwen (2006), tais imagens funcionam como recursos semióticos que orientam a leitura do espectador, mobilizando associações culturais e afetivas que aproximam o público do imaginário romântico frequentemente atribuído à obra de Austen.

As escolhas tipográficas também revelam um movimento em direção à maior padronização e refinamento gráfico. Os títulos passam a ser compostos em serifas limpas, geralmente em grandes dimensões e posicionados de forma centralizada, enquanto o nome da autora recebe maior destaque visual do que nas edições anteriores. Esse tratamento tipográfico contribui para conferir elegância e legibilidade à capa, além de reforçar a autoridade literária de Jane Austen no campo editorial. A tipografia, assim como a imagem e a cor, constitui um modo semiótico capaz de produzir significados e orientar a percepção do leitor, participando ativamente da construção de sentidos na composição visual (Kress e Van Leeuwen, 2001).

A função comunicativa dessas capas também se amplia. Nas capas analisadas observa-se um esforço consciente de criar uma atmosfera visual que dialogue com o conteúdo narrativo. Elementos visuais e decorativos passam a sugerir temas recorrentes nos romances de Austen, como romance, etiqueta social e sensibilidade afetiva. Nesse sentido, o livro passa a ser concebido não apenas como suporte textual, mas como objeto cultural capaz de mobilizar significados por meio de sua aparência gráfica, confirmando a ideia de Chartier (2017) de que as formas materiais do livro influenciam a maneira como os textos são percebidos e interpretados pelos leitores.

Em síntese, as edições de *Persuasão* (1971a e 1971b) e *Emma* (1996) marcam uma etapa de transição importante na história das capas brasileiras das obras de Jane Austen. Embora ainda não apresentem uma padronização completa, elas revelam um movimento claro em direção a maior sofisticação visual, ao uso de ornamentos e imagens coloridas, à busca por coerência editorial e à crescente associação entre a estética gráfica e a feminilidade romântica atribuída à autora. Essas capas já não se limitam a identificar o texto literário; elas passam a participar ativamente da construção de uma identidade visual para Austen no mercado editorial brasileiro, antecipando estratégias de design mais elaboradas que se consolidariam nas décadas seguintes.

A partir da década de 2010, observa-se uma transformação significativa no cenário editorial brasileiro, marcada pelo fortalecimento do design gráfico como componente estratégico das publicações. Nesse período, surgem projetos editoriais mais elaborados, que incorporam capas ilustradas, tipografia diferenciada e paratextos interpretativos, oferecendo ao leitor uma experiência de leitura mais complexa e mediada visualmente. Esse movimento reflete uma crescente consciência editorial de que o design não apenas comunica, mas também orienta o olhar e a interpretação do leitor, articulando função estética e cultural (Figura 03).

**Figura 03** – Exemplos de coleções publicadas a partir da década de 2010



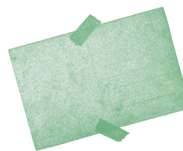
Fonte: Acervo pessoal

Desde então, a materialidade editorial das obras de Austen no Brasil atinge seu auge, com a produção de *box sets*, coleções com identidade visual unificada, utilização de papéis especiais e a incorporação de recursos complementares, como videoaulas e materiais digitais associados às edições

A partir dessa década, as publicações brasileiras se aproximam da lógica multimodal descrita por Kress e Van Leeuwen (2001), integrando texto, imagem e mídias digitais na construção de experiências de leitura imersivas, em que a percepção visual e tátil se combina à recepção do conteúdo literário. Essa trajetória evidencia não apenas a valorização crescente do design editorial, mas também a consolidação da memória literária de Jane Austen no Brasil, em consonância com a dinâmica internacional de circulação e apropriação de suas obras, conforme demonstrado por Sullivan (2014). O percurso analisado revela, portanto, como o livro literário pode atuar simultaneamente como objeto de consumo cultural, instrumento de mediação simbólica e veículo de memória literária, articulando dimensões estética, social e cultural de maneira integrada.

A partir da década de 2010, observa-se no mercado editorial brasileiro uma intensa revalorização visual e material das obras de Jane Austen, marcada pela consolidação de coleções padronizadas e por um investimento mais robusto em projetos gráficos. Nesse período, diferentes editoras passam a incorporar a autora em seus catálogos contribuindo para ampliar a circulação de seus romances e para diversificar as formas de apresentação editorial das obras. Diferentemente das edições anteriores, nas quais predominavam soluções gráficas mais simples ou funcionalmente orientadas, as publicações contemporâneas demonstram maior preocupação em construir uma identidade visual consistente para cada coleção. Essas mudanças se aliam à concepção de Araújo (2012) a respeito do projeto gráfico moderno que pressupõe a integração consciente de elementos tipográficos, imagéticos e materiais, visando não apenas à legibilidade do texto, mas também à construção de uma experiência estética para o leitor.

Desse modo, a obra de Austen deixa de ocupar apenas o lugar de clássico literário disponível no mercado editorial e passa a ser apresentada também como objeto de desejo e item colecionável. O livro assume, assim, uma dimensão ampliada de produto cultural, inserido em estratégias de mercado que dialogam com públicos específicos, como leitores jovens-adultos, clubes de leitura e comunidades de fãs da autora. Tal transformação pode ser compreendida à luz das reflexões de Chartier (2009), para quem a materialidade do livro participa ativamente da construção das práticas de leitura, influenciando não apenas a forma de acesso ao texto, mas também os modos de valorização simbólica das obras. Dessa maneira, o investimento estético nas capas e nos acabamentos editoriais contribui para reposicionar os romances de Austen dentro de novas dinâmicas de consumo cultural.



No plano material, as edições contemporâneas apresentam significativo aprimoramento técnico. Observa-se o uso de papéis de maior gramatura, como pólen, offset e couchê, frequentemente combinados com inserções gráficas adicionais — ilustrações, cronologias, mapas ou anexos explicativos. Os acabamentos também se tornam mais sofisticados, incluindo recursos como laminação fosca ou brilhante, capa dura, fitilho marcador, cortes coloridos e vernizes localizados. Além disso, algumas editoras investem em edições especiais organizadas em *boxes* ou kits de colecionador. Esses recursos evidenciam a elevação material do livro a um patamar de produto premium, reforçando sua dimensão simbólica e cultural, aspecto que Chartier (2009) e Araújo (2012) identificam como fundamental para compreender o papel da materialidade na experiência de leitura.

A tipografia também assume papel mais expressivo nas capas contemporâneas. As editoras passam a selecionar fontes mais elaboradas, frequentemente combinando serifas clássicas — associadas à tradição literária — com sans-serifs contemporâneas, que conferem modernidade e clareza visual à composição. A tipografia deixa de desempenhar apenas função informativa e passa a atuar como elemento estético capaz de evocar a atmosfera narrativa das obras. A organização hierárquica entre título, nome da autora e demais elementos textuais revela maior sofisticação composicional, contribuindo para transmitir uma imagem simultaneamente clássica e acessível da autora. Essa articulação tipográfica evidencia, como apontam Kress e Van Leeuwen (2006), que diferentes modos semióticos — texto, imagem e design — atuam conjuntamente na produção de significados nas mídias visuais contemporâneas.

O uso de ilustrações constitui outra marca expressiva das coleções publicadas a partir do final dos anos 2010. Muitas capas apresentam imagens estilizadas de personagens, cenas narrativas ou elementos simbólicos recorrentes nos romances de Austen, como bailes, cartas, mansões, flores e arabescos decorativos. Essas representações dialogam frequentemente com uma estética *vintage* ou regencial, evocando aspectos da cultura material do período em que as narrativas se ambientam. Em editoras como L&PM, Nova Fronteira, Ciranda Cultural, Tricaju, Antofágica e Martin Claret, observa-se o desenvolvimento de ilustrações autorais e paletas cromáticas temáticas que se repetem ao longo dos volumes, criando coesão visual dentro de cada coleção como nos exemplos da figura 04.

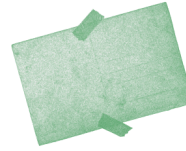
**Figura 04** – Exemplos de coleções publicadas a partir da década de 2010



Fonte: Acervo pessoal

A função comunicativa das capas contemporâneas também se transforma de maneira significativa. Mais do que identificar o conteúdo do livro, o design passa a desempenhar papel ativo na sedução visual do leitor, convertendo o volume em objeto estético desejável. Nesse cenário, os clássicos literários passam a circular dentro de novas economias afetivas, associadas a práticas como colecionismo, *fandom* e a cultura de nicho editorial. Além disso, muitas edições contemporâneas ampliam o conjunto de paratextos que acompanham o romance, incorporando prefácios e posfácios críticos, dossiês históricos, cronologias, notas explicativas e até recursos digitais, como *QR codes* que direcionam para conteúdos multimídia. Tais estratégias demonstram como o design editorial contemporâneo se articula a formas ampliadas de mediação cultural, nas quais o livro se apresenta como plataforma de experiências de leitura mais complexas.

Em síntese, o período posterior aos anos 2000 representa o auge da estetização e da padronização gráfica das edições brasileiras das obras de Austen. O livro passa a ser concebido simultaneamente como objeto estético, produto cultural e experiência de leitura ampliada, articulando tradição literária e estratégias contemporâneas de design. As editoras competem por propostas visuais que variam do minimalismo elegante ao ornamental exuberante, sempre apoiadas em alta qualidade gráfica. O design editorial funciona, assim, como ponte multimodal entre obra, leitor e mercado, aproximando novos públicos — especialmente jovens leitores, clubes de leitura e comunidades de fãs — e reafirmando o papel do livro como mediador cultural e simbólico. Dessa forma, a materialidade editorial contemporânea contribui para consolidar as obras de Austen não apenas como patrimônio literário, mas também como objetos de memória, afeto e circulação cultural no presente.



### 3. Considerações finais

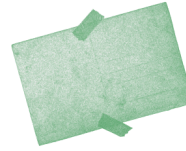
As análises realizadas evidenciam que o design editorial desempenha papel central na consolidação da memória literária de Jane Austen no Brasil. A trajetória das edições, desde as primeiras traduções da década de 1940 até as publicações contemporâneas, revela uma transformação significativa na forma como o livro é concebido e percebido. Nessa perspectiva, o design editorial ainda não se configurava como mediador simbólico ou instrumento de construção de experiência leitora, mas atuava apenas como suporte do conteúdo textual.

Ao longo das décadas observa-se a emergência de projetos mais sofisticados, que incorporam capas ilustradas, tipografia diferenciada, paratextos e recursos digitais complementares. Tal evolução confirma a concepção de Araujo (2012), segundo a qual a organização gráfica do livro constitui elemento essencial da leitura, capaz de orientar a interpretação, valorizar o conteúdo e construir significados simbólicos. Ao integrar elementos visuais, textuais e multimodais, conforme Kress e Van Leeuwen (2001; 2006), as edições contemporâneas promovem experiências diversificadas de leitura, em que a dimensão estética dialoga diretamente com a função cultural e social do livro, fortalecendo a presença de Austen no mercado editorial e no imaginário dos leitores brasileiros.

Além da função estética e interpretativa, o percurso editorial analisado evidencia a capacidade do design de articular práticas de circulação, estratégias de mercado e consolidação da memória literária. As coleções atuais não apenas preservam o legado da autora, mas também o atualizam, inserindo as obras em novas dinâmicas de consumo cultural e mediação simbólica. Pode-se afirmar que o design editorial atua como mediador da memória literária, transformando o livro em objeto de desejo cultural, capaz de integrar dimensões histórica, estética e social, consolidando Jane Austen como

### Referências

- ARAUJO, Emanuel. A construção do livro: princípios da técnica de editoração. Rio de Janeiro: Lexikon, 2012.
- CHARTIER, ROGER. A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII. Tradução de Mary Del Priore. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2017.
- CHARTIER, Roger. A aventura do livro: do leitor ao navegador. Tradução: Reginaldo Carmello Corrêa. São Paulo: Editora da UNESP, 2009.
- DARNTON, Robert. What is the history of books? *Daedalus*, Cambridge, v. 111, n. 3, p. 65-83, 1982. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/i20024796>>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2026.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication. London: Continuum, 2001.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. Reading images: the grammar of visual design. 2. ed. London: Routledge, 2006.
- SALES, Adriana dos Santos Sales. As primeiras traduções e a Recepção de Jane Austen no Brasil. Revista Tradterm. São Paulo: USP, 2025.
- SULLIVAN, Margaret C. Sullivan. Jane Austen cover to cover – 200 years of classic covers. Philadelphia, Quirk Books, 2014.
- YAFFE, Deborah. Among the Janeites: a Journey Through the World of Jane Austen Fandom. New York: Mariner Books, 2013.



## Editorial Design and Literary Memory: the trajectory of Jane Austen's editions in Brazil

### Abstract:

This paper aims to analyze the graphic evolution of Jane Austen's editions in Brazil, considering the earliest publications—characterized by covers that did not follow a standardized editorial design due to being released by different publishers—to contemporary releases, which function as objects of cultural consumption and offer diverse reading experiences. The corpus encompasses editions from different editorial periods, ranging from the first translations in Brazil (1940s, by José Olympio) to recent collections that include paratexts (introductions, prefaces, afterwords), supplementary video materials, and graphic strategies for market differentiation.

The study is based on the premise that editorial design is not limited to an aesthetic function but constitutes a practice of cultural and symbolic mediation (Chartier, 2009; Araujo, 2012; Kress & van Leeuwen, 2001). Accordingly, the analysis seeks to understand how graphic solutions—typography, composition, visual hierarchy, and cover design—reflect changes in the materiality of the book, reading practices, and the consolidation of Austen's literary memory in the Brazilian context.

The methodology relies on a qualitative and comparative approach, including the survey of the main editions available in the Brazilian book market, observation of graphic elements, and study of circulation strategies. The analysis also engages with studies on historical Austen covers (Sullivan, 2014) and the grammar of visual design (Kress & van Leeuwen, 2006), highlighting the multimodal function of covers in constructing meaning and attracting new readerships. As a result, the study expects to demonstrate the movement toward valuing the book as an object of desire rather than merely a vehicle for textual content. This trajectory shows how editorial design contributes to renewing interest in Austen's works, situating them within new dynamics of cultural consumption and strengthening the relationship between design, memory, and reading experience.

### Keywords:

Editorial design; Jane Austen; Book covers; Literary memory; Multimodality.

---