

Em busca de um grande público: análise dos paratextos de uma tradução de *Dom Casmurro*, de Machado de Assis, na Argentina, em 1953

In search for a mass audience: analysis of the paratexts of a translation of Dom Casmurro, by Machado de Assis, in Argentina, in 1953

Débora Garcia Restom

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

Débora Garcia Restom
Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGL-Uerj).
Bolsista do Programa Institucional de Pós-Doutorado (PIPD-Capes) no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem (PPGEL/PUC-Rio).
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3251-8360>
Email: deborarestom@gmail.com

Submetido em: 07/05/2025
Aceito em: 12/07/2025
Publicado: 10/12/2025

e-Location: 19644

Doi: 10.28998/2317-9945.202586.333-354



ISSN: 2317-9945 (On-line)
ISSN: 0103-6858 (Impressa)

Resumo

O objetivo deste artigo foi analisar os paratextos de uma tradução de *Dom Casmurro* que foi publicada na Argentina, em 1953, pela editora Acme, e, a partir desta análise, buscar entender o tipo de coerções (políticas, econômicas e culturais) que incidiram sobre a publicação dessa tradução. A abordagem considerou os agentes da importação, tais como editores, tradutores, ilustradores, associando suas características à posição do texto traduzido no espaço editorial de chegada (Sapiro, 2008). Para a análise dos paratextos, foram utilizadas, de um lado, a teoria dos paratextos (Genette, 2009) e as contribuições para o estudo do paratexto do livro traduzido de Gerber (2012), Pellatt (2013), Carneiro (2014) e Batchelor (2018); de outro lado, as ferramentas de pesquisa dos Estudos da Intermedialidade desenvolvidas por Clüver (2023) e Rajewsky (2012) para explorar a relação entre o discurso verbal e o visual. A análise mostrou que *Don Casmurro* (1953) aproximou-se mais da edição de um livro de entretenimento do que da de um clássico.

Palavras-chave: tradução; *Dom Casmurro*; Argentina; paratexto; intermedialidade.

Abstract:

The aim of this article was to analyze the paratexts of a translation of Dom Casmurro published in Argentina in 1953 by the publisher Acme and, based on this analysis, to understand the coercions (political, economic and cultural) that affected its publication. The approach considered the

import agents, such as editors, translators and illustrators, associating their characteristics with the position of the translated text in the target editorial space (Sapiro, 2008). For the analysis of the paratexts, we used, on the one hand, the theory of paratexts (Genette, 2009) and the contributions to the study of the paratext of the translated book by Gerber (2012), Pellatt (2013), Carneiro (2014) and Batchelor (2018); on the other hand, the research tools of Intermediality Studies developed by Clüver (2023) and Rajewsky (2012) to explore the relationship between verbal and visual discourse. The analysis demonstrated that the translated edition of Don Casmurro (1953) was closer to the edition of an entertainment book than to that of a classic.

Keywords: translation; Dom Casmurro; Argentina; paratext; intermediality.

INTRODUÇÃO

Na Argentina, o período que vai do final da década de 1930 a meados da década de 1950 é conhecido como a era dourada da edição (De Sagastizábal, 1995; De Diego, 2006) e coincide com o período de maior publicação de traduções de romances de Machado de Assis no país vizinho, tanto em número de títulos quanto em volume de tiragem. Foram publicadas cinco traduções de romances machadianos: *Memorias Póstumas de Blas Cubas*, pela Club del Libro Americano, em 1940; *Don Casmurro*, pela editora Nova, em 1943; *Don Casmurro/Tres cuentos*, pela W. M. Jackson, em 1945 (reimpresso em 1946 e 1957); *Quincas Borba*, pela Emecé, em 1947 (reimpresso em 1953); *Don Casmurro*, pela Acme, em 1953; e *Don Casmurro*, pela Espasa-Calpe Argentina, em 1955. O declínio do mercado editorial espanhol causado pela Guerra Civil abriu espaço para que a Argentina não só passasse a suprir o próprio mercado interno de livros, como também se expandisse em direção ao mercado externo de língua espanhola (De Diego, 2006, p. 103; Gerhardt, 2015, p. 74). É nesse cenário que as traduções de Machado de Assis vão contar com um aparato de importação que cresceu e se tornou heterogêneo em função do *boom* do mercado do livro.

Até 1939, as publicações das traduções das obras de Machado de Assis saíram na imprensa, com exceção apenas de *Esaú y Jacob*, que saiu em livro, em 1905, editado e patrocinado pelo jornal *La Nación*. A partir de 1940, as traduções de Machado de Assis virão à luz principalmente em livros. Essa mudança nas condições materiais

da leitura da tradução não é irrelevante, pois, como afirma Maria Cristina Ribas em relação à leitura de crônicas reunidas em livro, se se “[...] muda o suporte, o espaço de veiculação, transformam-se as expectativas, o tratamento, a configuração, a leitura” (Ribas, 2013, p. 75). Outro aspecto a ser acrescentado a essa mudança do suporte periódico para o novo suporte é o fato de o livro normalmente conter um conjunto de elementos paratextuais que se dirigem a um segmento específico do público leitor. Nesse contexto de complexificação da indústria editorial argentina, as publicações das traduções de Machado de Assis foram diversificadas e atingiram vários nichos do público leitor.

Este artigo teve como objetivo estudar os paratextos de uma das edições dessa época, o romance *Don Casmurro*, de Machado de Assis, traduzido por Alfredo Cahn e publicado pela editora Acme, em 1953, e, através desse exame dos paratextos, analisar as coerções que incidiram nessa edição. Na primeira parte, faz-se uma apresentação da fundamentação teórica. Na segunda parte, analisam-se os agentes da tradução. Na terceira parte, abordam-se os paratextos da edição.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para o estudo dos elementos paratextuais da edição de *Don Casmurro* publicada pela editora Acme, em 1953, na Argentina, o ponto de partida foi *Paratextos editoriais* ([1987] 2009), de Gérard Genette. Na introdução do livro, Genette nomeia com o termo “paratexto” todos os elementos de aspecto diverso que transformam um texto em livro e que, segundo ele, constituem um “[...] lugar privilegiado de uma pragmática e de uma estratégia, de uma ação sobre o público, a serviço, bem ou mal compreendido e acabado, de uma melhor acolhida do texto e de uma leitura mais pertinente – mais pertinente, entenda-se, aos olhos do autor e de seus aliados” (2009, p. 10). Dentre esses elementos capazes de influenciar a recepção do livro, Genette denomina “*peritextos*” os que estão no livro, que incluem, por exemplo, a capa, a quarta capa, as orelhas, o prefácio, e “*epitextos*” os que não estão inseridos materialmente no livro, como as entrevistas, resenhas, material publicitário, dados factuais sobre o escritor e a obra (Genette, 2009, p. 13).

Neste artigo, analisam-se principalmente os peritextos, uma vez que esses elementos podem trazer informações importantes sobre a postura dos agentes da tradução em relação ao texto traduzido, bem como sobre o nicho que se buscou atingir no espaço editorial de chegada.

Entretanto, como Genette não trata dos paratextos do livro traduzido, buscou-se suporte teórico para examinar os paratextos das traduções nas contribuições de Leah Gerber (2012), Valerie Pellatt (2013), Teresa Dias Carneiro (2014) e Kathryn Batchelor (2018). Leah Gerber, num artigo publicado no livro *Translation peripheries* (2012), que reúne vários trabalhos apresentados na *7th International Conference on Translation - Paratextual Elements in Translation*, na Universidade Autônoma de Barcelona, em 2010, investiga o modo como o aparato paratextual contribuiu para moldar percepções da Austrália e da australianidade (*Australianness*, em inglês) nas culturas de língua alemã. Segundo Gerber,

A interpretação da arte da capa e do texto breve da quarta capa pode ser lida como indicativa do modo como foi feito o *marketing* da tradução, o que está – na maioria das vezes – de acordo com as ideias dominantes sobre a cultura-fonte (nesse caso, Austrália) na cultura-alvo (países germanófonos). No *corpus* sob exame, as maiores alterações foram feitas no paratexto, particularmente nas ilustrações¹ (Gerber, 2012, p. 45, tradução própria).

Essa capacidade de reforçar as crenças já existentes na cultura-alvo sobre a cultura-fonte foi examinada na edição de *Don Casmurro* da Acme, com a hipótese de um uso mercadológico da capa, como a levantada por Gerber.

Valerie Pellatt, na introdução do livro *Text, extratext, metatext and paratext in translation*, organizado por ela, destaca o interesse crescente que tem havido nos Estudos da Tradução pelo papel do paratexto, seja por seu significado cultural, seja por seu poder político, ideológico e comercial (2013, p. 1). Segundo Pellatt, essas características do paratexto do texto traduzido envolvem complexas decisões por parte do tradutor e do editor. Ela se refere, como exemplo tratado pelos artigos do livro, ao

¹ “The interpretation of cover art and blurb text may be read as indicative of the way in which the translation has been marketed, which is – more often than not – in accordance with dominant ideas about the source culture (in this case, Australia) in the target culture (German-speaking countries)”.

paratexto não verbal – ilustrações, fotos, *design* de sobrecapa, fontes, leiaute –, como “[...] um poderoso modelador de reações e atitudes”² (2013, p. 1, tradução própria).

Kathryn Batchelor (2018), em um breve levantamento sobre pesquisas existentes nos estudos paratextuais, destaca a interconexão dessa área com outras áreas de pesquisa que investigam a influência dos paratextos nas imagens da cultura-alvo sobre um autor específico da cultura-fonte ou sobre a cultura-fonte em geral. Ela cita, por exemplo, a pesquisa de Stella Linn (2003) sobre as imagens de Federico García Lorca em diversas culturas-alvo, que mostra existirem “[...] diferenças nacionais significativas na [...] construção da imagem: o papel heroico de Lorca como um ‘mártir pela liberdade’ é enfatizado muito mais no discurso paratextual francês do que na parte inglesa e holandesa do *corpus* da tradução”³ (Linn, 2003, p. 60 *apud* Batchelor, 2018, p. 37, tradução própria).

Um estudo de Roberto Valdeón (2014), citado por Kathryn Batchelor (2018, p. 36), evidencia a possibilidade de diferentes elementos paratextuais transmitirem diferentes mensagens ideológicas. Nesse sentido, Batchelor destaca a importância de se analisar o material verbal e icônico juntos. Ela relata que uma gravura ideologicamente carregada na capa prejudicou, segundo Valdeón, os esforços do editor, em outros paratextos, para resistir à posição ideológica das edições anteriores.

As pesquisas acima e outras citadas por Batchelor mostram, portanto, como o conceito de paratexto abriu novas frentes de investigação e diferentes perspectivas em pesquisas orientadas para o produto e para o contexto (Batchelor, 2018, p. 36). Dentre essas frentes de investigação, além das citadas acima, destaca-se a Sociologia da Tradução, já que, por exemplo, o *status* dos tradutores estaria associado com determinadas práticas paratextuais, como a menção ou falta de menção ao nome do tradutor em determinados lugares do livro, a posição dos mediadores no espaço de produção e circulação cultural etc. Teresa Dias Carneiro (2014) estuda em sua tese de doutorado o prefácio do tradutor no livro traduzido e a posição do nome do tradutor no paratexto. No *corpus* examinado por Carneiro, ela constata algumas regularidades

² “[...] a powerful shaper of reactions and attitudes”.

³ “[...] national differences in [...] image building: Lorca’s heroic role as a ‘martyr for freedom’ is emphasized much more in the French paratextual discourse than in the English and Dutch part of the translation *corpus*”.

em relação ao espaço dado ao tradutor nos paratextos, como, por exemplo, o fato de a concessão de espaço para o tradutor escrever um prefácio raramente ser aproveitada por ele para expor seu projeto tradutório. No que se refere ao espaço dado ao nome do tradutor, ela observa que, quanto maior a visibilidade social do tradutor, maior a sua visibilidade no paratexto. Ao tratar do aporte teórico da Sociologia da Tradução para sua investigação, Carneiro afirma que essa abordagem iluminou o estudo do paratexto, “[...] por chamar atenção para o tradutor real e não para o tradutor ideal”.

Além de focalizar o tradutor real, a Sociologia da Tradução estuda a atuação de todos os agentes que participam da importação de um texto (Heilbron; Sapiro, 2007). Segundo Pierre Bourdieu (2002), os agentes receptores reinterpretem os textos em função dos interesses em jogo no campo de recepção. De acordo com esses interesses, as obras a serem traduzidas podem ser apropriadas de maneiras diferentes e às vezes contraditórias, como ocorreu com a capa em relação aos outros paratextos da edição estudada por Valdeón, citada acima.

Gisèle Sapiro, no capítulo *Normes de traduction et contraintes sociales*, publicado num livro em homenagem a Gideon Toury, em 2008, enfatiza aspectos metodológicos da Sociologia da Tradução e propõe um modelo que permite o estabelecimento de indicadores que ligam análise externa e interna do texto. O modelo de análise proposto por Sapiro leva em conta três tipos de variáveis que interferem na tradução de textos: o tipo de coerções (políticas, econômicas, culturais) que afetam predominantemente a transferência, a posição do texto no espaço de produção simbólica (polo estético, polo político, polo comercial) e a posição dos mediadores (escritores, acadêmicos ou tradutores profissionais). De acordo com ela, as instâncias que participam da transferência impõem diferentes tipos de coerções, conforme provenham do campo da produção ideológica (instituições culturais, partidos, movimentos contestatórios etc.), do campo econômico (grandes editoras) ou do circuito restrito do campo da produção simbólica (pequenas editoras, periódicos, revistas). Nos circuitos politizados ou comerciais, as normas de respeito ao texto-fonte, à sua integralidade, à fidelidade ao conteúdo e forma (sequências, estilo etc.), não são observadas. No polo mais comercial, as normas de tradução estarão subordinadas à maximização do lucro a curto prazo: o texto pode ser reduzido, o trabalho de tradução

distribuído entre vários tradutores para acelerar o ritmo, seu conteúdo adaptado à cultura-alvo para atingir um público mais amplo, seu estilo simplificado, com pouca preocupação com a manutenção das normas linguísticas e textuais do texto-fonte.

Quanto à posição do texto no espaço de produção simbólica, Sapiro postula que ela é medida pela categoria em que o texto se enquadra, sua posição na hierarquia dos gêneros, sua antiguidade, o prestígio de que goza a cultura a que se relaciona e o seu grau de consagração. Ela observa que, nas sociedades em que o campo literário é autônomo, a poesia se situa no topo da hierarquia literária, enquanto os romances “água com açúcar” ficam na base. Entre esses dois extremos, o romance ocupa uma posição intermediária entre as normas do polo estético e do comercial e suas normas de tradução se diferenciam, não por critérios exclusivamente literários (caso da poesia), nem por critérios heterônomos, comerciais (caso dos *best-sellers*), mas pelos critérios de antiguidade e grau de consagração. Além disso, os clássicos são frequentemente acompanhados de um paratexto, comentário que constitui um marcador de sua legitimidade. No grau de legitimidade cultural, intervém também o prestígio da cultura a que pertence o texto, que pode ser medido pelo número de clássicos universalmente reconhecidos provenientes dessa cultura.

No que se refere à posição dos mediadores, os tradutores profissionais são mais sujeitos a coerções editoriais, tanto do ponto de vista da escolha dos textos quanto das normas de tradução. Os tradutores ocasionais são recrutados entre escritores e acadêmicos, que estão em melhores condições de impor suas escolhas e suas próprias normas.

Por outro lado, a posição elevada do texto na hierarquia simbólica (caso da poesia) e o alto capital simbólico do tradutor (caso dos acadêmicos e escritores) parecem garantir uma autonomia relativa diante de coerções heterônomas (econômicas e políticas) que os vários agentes envolvidos na transferência cultural, como editores e representantes estatais, podem impor aos tradutores.

Outras ferramentas utilizadas na pesquisa vieram dos Estudos da Intermedialidade. “Intermedialidade” é um nome novo para uma prática que pode ser encontrada em todas as culturas e épocas, segundo Claus Clüver, professor do Departamento de Literatura Comparada na Universidade de Indiana (EUA), um dos

pioneiros nos estudos desse tipo de fenômeno, que se intensificam a partir dos anos 1990, principalmente nos Estados Unidos e na Alemanha. Segundo Clüver, “[a] intermidialidade implica todos os tipos de inter-relação e interação entre as mídias [...]” (Clüver, 2023, p. 9). Essa abordagem considera não só o rádio, o jornal, a televisão como mídias, mas também a dança, a música, as artes plásticas etc. As configurações transmitidas por essas mídias são denominadas “textos” por Claus Clüver: “[...] em todos os casos são os meios técnicos da produção e os instrumentos da transmissão, enfim, a materialidade de uma mídia que possibilita e sustenta a configuração midiática transmitida – o texto” (Clüver, 2023, p. 10). Já a imagem, nesses estudos, não é considerada uma mídia, como, por exemplo, a música, porque engloba muitas mídias visuais, como a pintura, as artes da impressão, a fotografia, o cinema etc. Para essas artes, Clüver propõe como denominação “as artes da impressão”. Do mesmo modo, a “literatura” não é considerada uma mídia; ela seria uma classe da mídia verbal, ao lado do texto não literário, por exemplo (2023, p. 13).

Por outro lado, Claus Clüver, em seu artigo *Estudos interartes* (1997), adverte que, na inter-relação e interação entre as diversas mídias, o foco está mais na produção e na recepção do que nas próprias configurações, ou nos próprios “textos”, na sua terminologia. Segundo Clüver,

[...] os traços intertextuais que descobrimos e que nos remetem a uma miríade de pré-textos não dependem tanto do que está “no texto”, e sim do nosso próprio repertório de textos e hábitos de leitura. Esses hábitos e convenções formam-se nas comunidades interpretativas a que pertencemos. Um esforço acadêmico para entender nossos hábitos de leitura (isto é, o modo como atribuímos sentido a textos) deverá atentar para os tipos de relações intertextuais que costumamos estabelecer; quando essas relações intertextuais envolverem textos criados em outros sistemas de signos, deve-se atentar para o modo de recepção desses tipos de textos. No caso de textos produzidos para públicos distantes de nós, no espaço ou pela cultura (incluídas aí as subculturas contemporâneas), deveremos tentar reconstruir os códigos e convenções que governam as práticas interpretativas daquele público – ao menos se estivermos interessados em saber o que um texto pode ter significado ou o que se desejava que ele significasse então (Clüver, 1997, p. 40).

Examinar um texto sob a ótica da intermidialidade, portanto, é concentrar-se na sua própria produção e recepção peculiar e nas de cada mídia que pode estar

presente nele, atentando para o seu caráter híbrido e para a materialidade de cada uma das mídias que o geram ou que o compõem.

A fim de discriminar essas inter-relações entre mídias, a estudiosa alemã Irina Rajewsky (2012, p. 58) propôs três subcategorias de intermidialidade: a transposição midiática, a combinação de mídias e a referência intermidiática. A *transposição midiática* refere-se à transformação de uma configuração midiática (um texto, um filme etc.), ou de seu substrato, em outra mídia. A *combinação de mídias* é a combinação de duas ou mais mídias convencionalmente distintas, cada uma dessas formas midiáticas mantendo seus elementos e estruturas peculiares. Segundo Claus Clüver, “[...] ela é *per definitionem* um aspecto marcante de todas as mídias plurimidiáticas” (2023, p. 15), tais como ópera, filme, teatro, manuscritos com iluminuras, histórias em quadrinhos etc. As *referências intermidiáticas* relacionam-se à “[...] simulação de elementos e/ou estruturas peculiares a outra mídia convencionalmente distinta”. Como exemplo, Rajewsky cita a pintura fotorrealista, que é uma pintura “como se” fosse fotografia, mas não deixa de ser pintura (2012, p. 62). Essas categorias também podem aparecer inter-relacionadas, como no suporte livro, pela “copresença” da ilustração e do texto escrito no livro, sendo o livro, portanto, uma mídia plurimidiática.

Nesse sentido, a influência das capas nos textos é assinalada por Claus Clüver. Referindo-se à música como uma mídia, Clüver comenta que os paratextos da embalagem e do *design* da capa são aspectos intermidiáticos e influem na recepção de um texto musical: “Além dos meios tecnológicos de transmissão, capazes de modificar o próprio som, são os meios de distribuição, inclusive os ‘paratextos’ da embalagem e do *design* da capa, que influem em nossa recepção de um texto musical (os últimos sendo aspectos intermidiáticos)” (Clüver, 2023, p. 11).

As conceitualizações desenvolvidas por esses teóricos foram fundamentais para examinar o *corpus* de forma a articular as análises externa (coerções, agentes) e interna (elementos verbais e icônicos) dos paratextos, assim como para relacionar a imagem da capa (mídia visual) com o texto da tradução (mídia verbal). O *corpus* foi formado por um material paratextual que serviu como base para investigar o nicho editorial em que *Don Casmurro* (1953) foi inserido no contexto de chegada. Entre os elementos do *corpus*, destaca-se a capa por ser também um lugar privilegiado para

conhecer os estereótipos da cultura e dos autores nacionais que são veiculados no exterior.

OS AGENTES DA TRADUÇÃO DE *DON CASMURRO* (1953)

A edição de *Don Casmurro*, de 1953, saiu em formato de bolso e em papel de jornal, dando continuidade à tradição de produção de edições em grandes tiragens e de baixo custo que vinha atendendo o crescente público leitor desde as políticas públicas de alfabetização em massa efetuadas na Argentina, entre os anos 1880 e 1910. A Acme foi uma editora popular que teve uma longa existência (1927-2012) no espaço editorial argentino. Seu sucesso deveu-se, em parte, à existência desse enorme público leitor, que proporcionou que as editoras obtivessem seu financiamento do próprio mercado consumidor.

Essa editora de caráter popular pertencia a Modesto Ederra (1903-2004), que também foi o primeiro presidente da Cámara Argentina de Publicaciones. Nascido em Bahía Blanca, província de Buenos Aires, na sua juventude viajou aos Estados Unidos e aprendeu inglês. Quando voltou, começou a trabalhar na Acme Agency, uma agência de importação de revistas e livros em inglês, criada em 1928, que estava sob a responsabilidade de um correspondente do jornal *New York Times*. Após alguns anos, Modesto Ederra consegue comprar a agência e começa a editar traduções de livros para adultos, até que o livreiro Amadeo Bois, seu amigo, lhe sugere a impressão de uma tradução de *Robin Hood*. A partir daí, nesse contexto de fortalecimento da indústria editorial argentina, começam uma sociedade e criam, em 1941, a coleção *Robin Hood*, constituída de obras clássicas dirigidas ao público juvenil (Tosi, 2023). O catálogo da Acme, incluindo a coleção *Centauro*, voltada para escritores do fim do século XIX e início do século XX, foi responsável pela difusão massiva de autores que se tornaram verdadeiros clássicos populares na Argentina, tais como William Somerset Maugham, Daphne Du Maurier e Rider Haggard.

Carlos Abraham (2017), estudando a editora Acme, mostra como o objetivo de atingir um grande público influenciava nas escolhas editoriais:

O papel do editor era ainda mais relevante no âmbito da literatura de massas, em que a produção textual não surgia da decisão autoral, mas dos requisitos comerciais estabelecidos pela empresa com o fim de satisfazer o mercado. Quer dizer, não provinha da pura intencionalidade artística mas de uma demanda do público leitor que, ao ser percebida pelo editor, era satisfeita com a oferta de um produto cultural feito sob medida⁴ (Abraham, 2017, p. 8, tradução própria).

A publicação de *Don Casmurro*, na coleção *Centauro*, pode ser atribuída ao fato de que, mesmo investindo em literatura de massa, a editora Acme procurava publicar literatura de qualidade, como explica Carlos Abraham:

[...] a principal característica distintiva foi a edição de literatura de massas de qualidade. Diferentemente de Tor ou Molino, [a editora Acme] produzia em grande quantidade livros de capa dura com sobrecapa, era relativamente estrita na seleção de textos, empregava traduções próprias, tinha um plantel de ilustradores recrutados entre o que havia de mais prestigioso no âmbito artístico nacional e publicava o texto completo das obras [...] ou, quando devia abreviá-las, não omitia o reconhecimento de dita circunstância⁵ (Abraham, 2017, p. 9, tradução própria).

O tradutor de *Don Casmurro* provavelmente não fazia parte da equipe de tradutores da editora, pois realizou muitas traduções do alemão para outras editoras, principalmente de obras de Stefan Zweig, de quem foi amigo. Alfredo Cahn (1902-1975) era suíço. Começou sua amizade com Stefan Zweig aos 16 anos, quando o escritor se encontrava em Zurique, preparando a estreia de sua obra teatral *Jeremias* (Vázquez, 2019, p. 348). Entrou para a faculdade de Germanística, da Universidade de Zurique, mas não terminou o curso. Estabeleceu-se em Barcelona em 1921 e, depois de dominar o idioma, obteve a autorização de Stefan Zweig para traduzir *Jeremias* para o espanhol (Vázquez, 2019, p. 349). Em Barcelona, se enamorou de uma espanhola, María Costa, que havia decidido emigrar com a família para a Argentina.

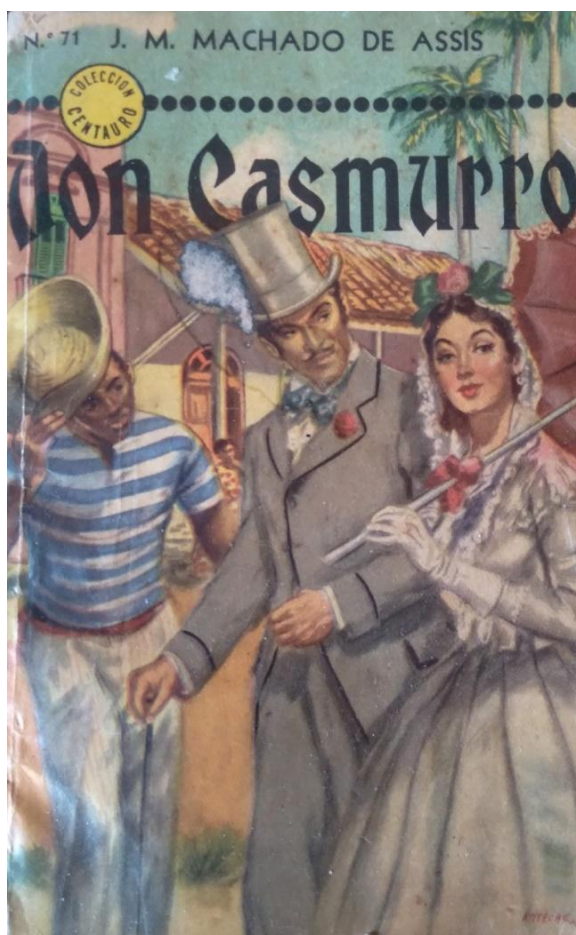
⁴ "El rol del editor era aún más relevante en el ámbito de la literatura de masas, donde la producción textual no surgía de la decisión autoral, sino de los requisitos comerciales planteados por la empresa con el fin de satisfacer al mercado. Es decir, no provenía de la pura intencionalidad artística sino de una demanda del lectorado que, al ser percibida por el editor, era satisfecha con la oferta de un producto cultural hecho a medida."

⁵ "[...] la principal característica distintiva fue la edición de literatura masiva de calidad. A diferencia de Tor o Molino, abundaba en libros de tapa dura con sobrecubierta, era relativamente estricta en la selección de textos, empleaba traducciones propias, tenía un plantel de ilustradores reclutados entre lo más prestigioso del ámbito artístico nacional y publicaba el texto completo de las obras [...] o, cuando debía abreviarlas, no omitía el reconocimiento de dicha circunstancia".

Alfredo Cahn emigra com a família Costa e se estabelece na Argentina em 1924. Ali procurou integrar-se com gente do meio literário e começou a colaborar na imprensa, publicando vários artigos sobre a obra de Stefan Zweig, com quem mantinha intensa correspondência (Vázquez, 2019, p. 350). Provavelmente a relação de Alfredo Cahn com a língua portuguesa e a obra de Machado de Assis tenha surgido de sua proximidade com Stefan Zweig. Mais tarde, em 1957, torna-se professor de Filologia Alemã e diretor do Departamento de Germanística da Universidade de Córdoba.

PARATEXTOS

Figura 1 – Capa de *Don Casmurro*, de 1953, pela editora Acme



Fonte: acervo próprio (2025).

A análise minuciosa do paratexto icônico da edição de *Don Casmurro* (1953) pode revelar de que forma a capa influenciou a recepção do texto, ao criar determinada

imagem do autor e ao reforçar uma crença já existente na cultura argentina sobre a cultura brasileira.

Examinando-se a edição, observa-se que não consta referência a qualquer *designer* responsável pela ilustração da capa em lugar algum do livro, mas há no canto direito inferior da estampa da capa a assinatura "Arte Acme". Logo, deduz-se que a ilustração da capa é de autoria da equipe de arte gráfica da própria editora, umas das mais prestigiosas do momento, segundo afirmou Abraham.

Lançando mão da categoria de transposição midiática, proposta por Rajewski, constata-se que a equipe gráfica da Acme converteu para o código visual uma passagem bem representativa do romance *Dom Casmurro*, qual seja, a primeira saída do casal Bento e Capitu depois das núpcias:

A alegria com que pôs o seu chapéu de casada, e o ar de casada com que me deu a mão para entrar e sair do carro, e o braço para andar na rua, tudo me mostrou que a causa da impaciência de Capitu eram os sinais exteriores do novo estado. Não lhe bastava ser casada entre quatro paredes e algumas árvores; precisava do resto do mundo também. E quando eu me vi embaixo, pisando as ruas com ela, parando, olhando, falando, senti a mesma coisa. Inventava passeios para que me vissem, me confirmassem e me invejassem. Na rua, muitos voltavam a cabeça curiosos, outros paravam, alguns perguntavam: "Quem são?" e um sabido explicava: "Este é o doutor Santiago, que casou há dias com aquela moça, D. Capitolina, depois de uma longa paixão de crianças; moram na Glória, as famílias residem em Matacavalos." E ambos os dous: "É uma mocetona!"⁶ (Assis, 1975, cap. 102, tradução própria).

A ansiedade de Capitu por sair de casa "no novo estado" vai alimentar o discurso persuasivo do narrador, Bento Santiago, que procura evidenciar para o leitor a superficialidade e fragilidade moral da mulher, que ele acusará de adúltera.

⁶ "La alegría con que se puso su sombrero de casada, el aire de casada con que me dio la mano para entrar y salir del coche, el brazo para andar en la calle, todo me mostró que Capitu estaba impaciente por mostrar las señales exteriores del nuevo estado. No le bastaba ser casada entre cuatro paredes y algunos árboles; necesitaba el resto del mundo. Y cuando yo me vi allá abajo, pisando las calles con ella, parándome, mirando, hablando, sentí la misma cosa. Inventaba paseos para que me vieran y me envidiaran. En la calle, muchos daban vuelta la cabeza curiosos, otros se paraban, otros preguntaban: '¿Quiénes son?', y uno que lo sabía explicaba: 'este es el doctor Santiago, que se casó hace pocos días con aquella muchacha doña Capitolina, después de una larga pasión de criaturas; viven en Gloria; las familias residen en Matacaballos'. Y los dos concordaban: 'Es una real moza'" (Assis, 1953, cap. 102).

Uma característica da ilustração da editora Acme é evocar um tipo de capa de publicações folhetinescas, em vez de situar, de forma instrutiva para o leitor, o texto de Machado no âmbito do estritamente artístico. Como o discurso visual não cumpre esse papel, foi necessário pôr essa informação em discurso verbal na quarta capa (cf. abaixo). Podemos dizer que tal contradição constitui uma estratégia editorial para popularizar os clássicos, já que se repete sistematicamente nos outros títulos da coleção *Centauro*, da qual faz parte *Don Casmurro*.

Apesar de a coleção reunir textos consagrados da literatura universal, os recursos representativos utilizados na capa são encaminhados de maneira sistemática à finalidade de produzir sensação, emoção ou impressão, de modo a oferecer uma captação rápida e impactante por parte do espectador. A capa, portanto, cumpre a função de tornar esses textos mais atraentes ao leitor menos experiente e mais habituado aos efeitos da indústria cinematográfica, a qual atingia um público bem mais amplo do que o da literatura. São ilustrações que poderiam ser qualificadas de puro *kitsch*: um dinossauro sangrando, enquanto outro o morde no pescoço, na capa de *El mundo perdido*, de A. Conan Doyle; um gorila imenso segurando uma clava na altura da pélvis na capa de *La flor sagrada*, de H. Rider Haggard etc.

Outra contradição presente na capa da Acme é o anacronismo da vestimenta do personagem que saúda o casal. A camiseta branca com listras azuis, com caimento de malha de algodão, estava longe de existir no século XIX. Tal anacronismo pode ter sido apenas um descaso com a verossimilhança, mas, tendo em vista que se trata de um personagem negro, não se pode deixar de levar em conta a hipótese de ter sido uma forma de atenuar um fato histórico doloroso à memória, neste caso, a escravidão, como é comum ocorrer com os produtos da indústria cultural dirigidos a leitores que buscam entretenimento, e não a leitores dispostos a refletir sobre o passado e a reelaborar suas crenças sobre ele. Essa atenuação da opressão racial vai ao encontro da crença existente na cultura-alvo de que no Brasil há uma democracia racial.

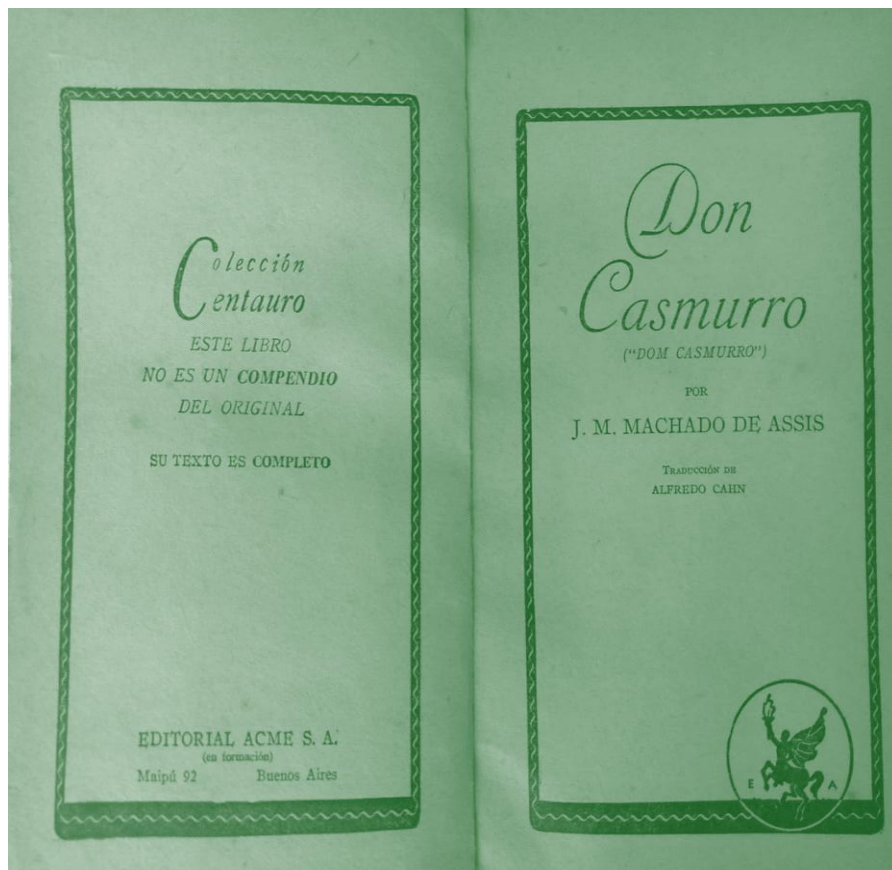
Um descaso efetivo com a verossimilhança são as casas de cor branca e rosa no plano de fundo, que não têm o estilo arquitetônico típico do Rio de Janeiro do século XIX. Mais ao fundo, encontram-se, como elementos alusivos à paisagem carioca, as indefectíveis palmeiras, que, se, por um lado, situam a ação do romance

no Rio de Janeiro, por outro, podem dar uma ideia enganosa de que o autor é adepto do recurso da cor local.

Outra característica da capa da Acme é o recurso, muito utilizado nas capas da editora, de implicar o espectador da estampa numa ilusão presencial. A personagem feminina, que representa Capitu, olha para o espectador trazendo-o para a ação retratada na capa e transformando-o no objeto dos ciúmes de Bento Santiago, que a observa como se vigiasse suspeitosamente seu olhar, pronto para construir uma evidência contrária à confiabilidade da mulher. A estratégia da ilusão presencial é muito usada na indústria cultural, que procura fazer com que o espectador não se dê conta de que está diante de uma representação, e sim do próprio objeto representado.

Através dessa transparência, dessa ilusão de imediatez da imagem, como se não houvesse um meio, uma mídia, uma linguagem, que estivesse filtrando aquela mensagem, a indústria cultural evita que sejam percebidas as categorias sociais que nos são passadas. Não percebemos que o personagem negro da capa da Acme está submetido ao sofrimento da escravidão e que o olhar da mulher para outrem justifica a desconfiança do marido e seu direito a puni-la. Parece um mundo harmônico, em que o negro e a mulher estão satisfeitos em seus lugares de submissão. A capa, portanto, direciona a uma leitura do romance colada ao ponto de vista do narrador Bento Santiago.

Figura 2 – Segunda capa e anverso da folha de rosto da edição da Acme, 1953



Fonte: acervo próprio (2025).

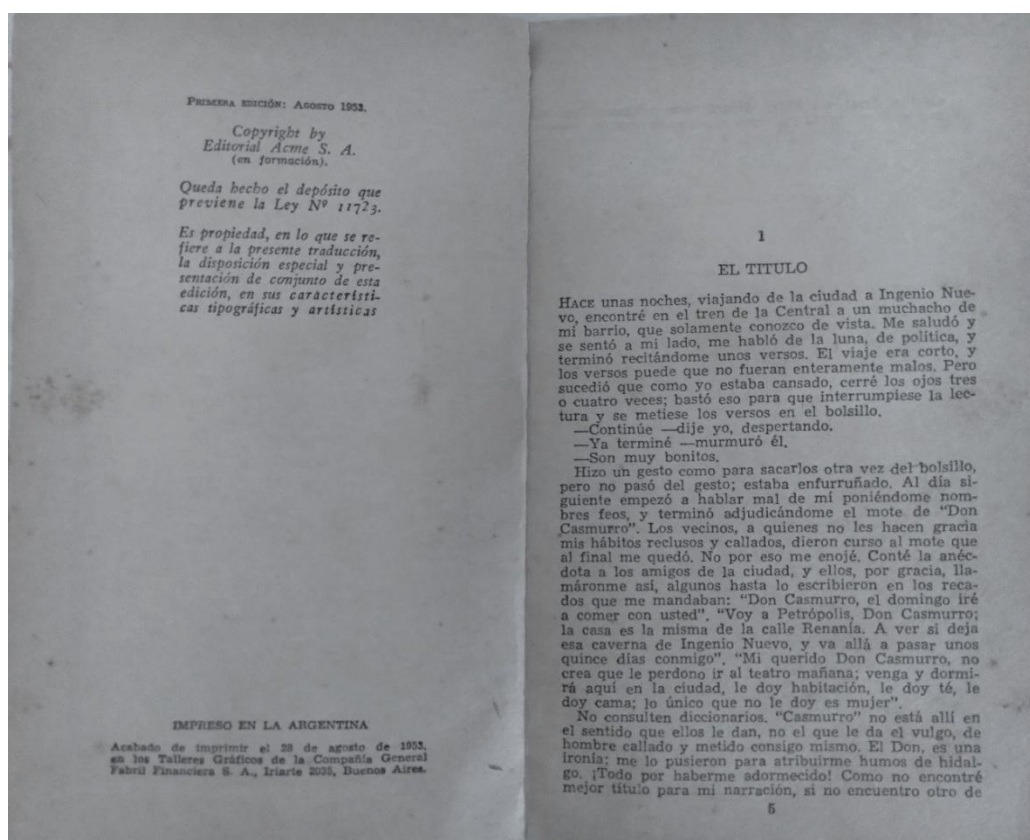
A segunda capa e a folha de rosto formam um conjunto, já que apresentam a mesma moldura retangular, em cor escura com uma linha branca em formato ondulado, e os mesmos elementos tipográficos, em fundo branco.

A segunda capa traz centralizados o nome da coleção e, logo abaixo, os seguintes dizeres: “Este livro não é um compêndio do original. Seu texto é completo” (tradução própria). Tal observação tem como pressuposto que a editora trabalha também com textos incompletos ou resumidos, dirigidos a um público de leitores em idade escolar ou mais interessados no conteúdo do que na forma do romance. Na parte inferior, vêm o nome da editora e seu endereço.

A folha de rosto traz, centralizados, o título do livro em espanhol, o título do livro em português entre aspas, o nome do autor, J. M. Machado de Assis, e o do tradutor, Alfredo Cahn. Apesar de o nome do tradutor constar da folha de rosto, o tamanho de fonte utilizado para grafá-lo foi o menor da página. Nesse caso, a pouca

importância dada ao nome do tradutor não parece indicar um baixo prestígio social, como observado por Carneiro (2014) no *corpus* estudado em sua tese, já que Alfredo Cahn gozava de bastante prestígio no espaço cultural argentino por essa época, mas, sim, pode fazer parte da mesma estratégia utilizada na ilustração da capa, qual seja, a de manter a ilusão realista, já que a figura do tradutor remete à natureza textual da obra. No canto inferior direito, encontra-se o logotipo da coleção, constituído pela figura de um centauro, que carrega uma tocha, ladeada das iniciais *E* e *A*, de Editorial Acme, e contornada por um círculo.

Figura 3 – Verso da folha de rosto da edição da Acme, 1953



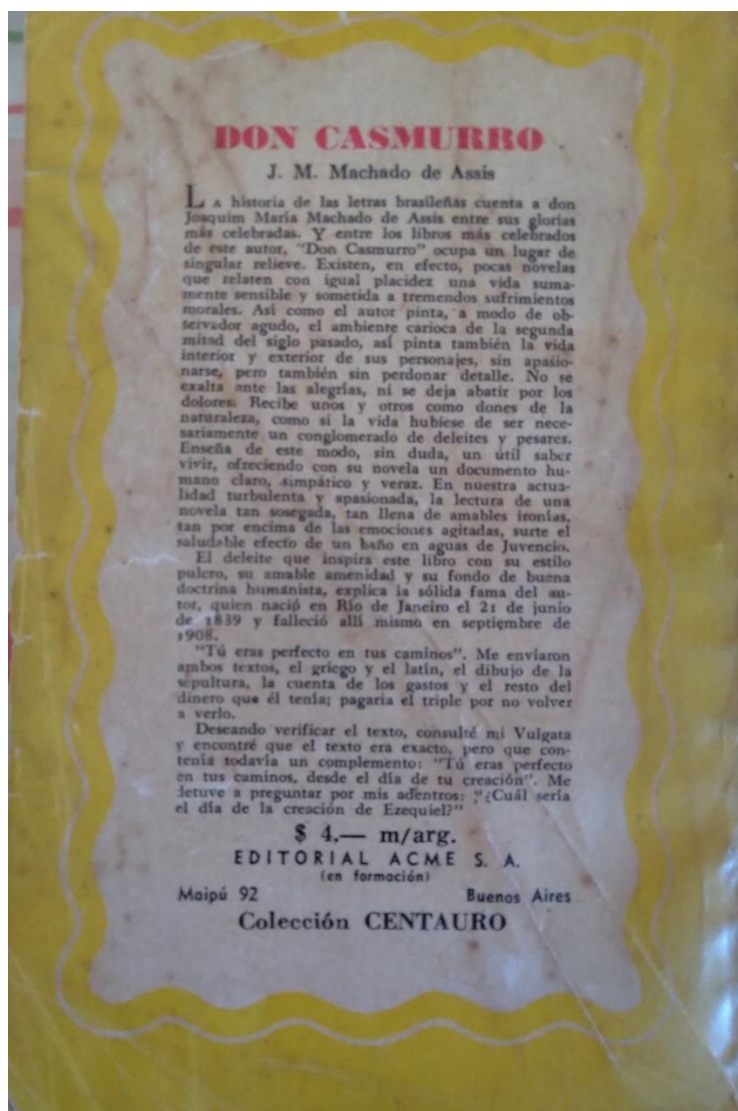
Fonte: acervo próprio (2025).

O verso da folha de rosto traz apenas informações sobre a data da primeira edição, direitos autorais e local de impressão.

Na página ao lado do verso da folha de rosto, inicia-se o romance. É interessante notar que os capítulos estão numerados com algarismos arábicos, e não romanos, como nos livros que se dirigem a um público mais cultivado. Outra alteração que essa

edição fez foi a retirada da preposição *de*, responsável pelo sabor arcaico dos títulos dos dois primeiros capítulos: o primeiro capítulo, *Do título*, foi traduzido como *El título*, e o segundo, *Do livro*, como *El libro*. As duas alterações parecem ter sido feitas no sentido de aproximar o texto a um leitor jovem ou pouco experiente. O uso dessa estratégia para ampliar o público-alvo do livro confirma o modelo de análise proposto por Sapiro (2008), citado acima, mostrando que a editora Acme, pertencente ao circuito comercial, não se preocupou em observar as normas de respeito à integralidade do texto-fonte.

Figura 4 – Quarta capa da edição da Acme, 1953



Fonte: acervo próprio (2025).

Na quarta capa, uma moldura amarela em formato ondulante envolve o texto, centralizado na página, o título do livro, acima do texto, bem destacado, em rosa escuro, seguido do nome do autor, em letras menores. Abaixo do texto, vêm informações quanto ao preço de venda do exemplar, o nome e endereço da editora e, em caixa-alta e num tamanho de fonte maior, o nome da coleção.

O texto anônimo da quarta capa destaca o lugar preeminente de Machado de Assis e *Don Casmurro* no cenário literário brasileiro. O texto ressalta que “[...] o autor pinta, a modo de observador agudo, o ambiente carioca da segunda metade do século passado, assim pinta também a vida interior e exterior de seus personagens, sem apaixonar-se, mas também sem perdoar detalhe” (tradução própria)⁷.

É interessante notar que, apesar dessa descrição do autor, como um pintor detalhista, não se menciona, em momento algum, a escola realista, como em outras edições de obras de Machado de Assis publicadas na Argentina, o que poderia soar ultrapassado para o público a que os paratextos dessa edição parecem dirigir-se. Também não há referência ao fato de Machado de Assis ser fundador da Academia Brasileira de Letras, como em outras traduções publicadas na Argentina, o que também poderia construir uma imagem de autor formal e distante do grande público.

Atendendo ao gosto desse público, o texto da quarta capa trata de suavizar ao máximo os conflitos da trama e a ironia cáustica do narrador, aproximando o romance *Don Casmurro* a uma literatura de autoajuda ou entretenimento:

Ensina deste modo, sem dúvida, um útil saber viver, oferecendo com seu romance um documento humano claro, simpático e veraz. Em nossa atualidade turbulenta e apaixonada, a leitura de um romance sossegado, tão cheio de amáveis ironias, tão por cima das emoções agitadas, surte o saudável efeito de um banho em águas de Juvêncio⁸ (Acme, 1953, quarta capa, tradução própria).

⁷ “[...] el autor pinta, a modo de observador agudo, el ambiente carioca de la segunda mitad del siglo pasado, así pinta también la vida interior y exterior de sus personajes, sin apasionarse, pero también sin perdonar detalle”.

⁸ “Enseña de este modo, sin duda, un útil saber vivir, ofreciendo con su novela un documento humano claro, simpático y veraz. En nuestra actualidad turbulenta y apasionada, la lectura de una novela sosegada, tan llena de amables ironías, tan por encima de las emociones agitadas, surte el saludable efecto de un baño en aguas de Juvencio.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos paratextos mostrou que a edição de *Don Casmurro* da Acme sofreu uma forte coerção econômica, determinando que a tradução se situasse mais próxima do polo comercial do que do polo estético do espaço de produção simbólica. A necessidade de atingir um público amplo para baratear o custo da edição interferiu em várias decisões editoriais. A hipótese de um uso mercadológico da capa, procurando reforçar as crenças da cultura-alvo sobre a cultura-fonte, foi confirmada. O paratexto icônico, ao atenuar a crueldade do sistema da escravidão, desistoricizando o personagem negro, procura inserir a tradução num amplo segmento do mercado, adequando a ilustração à crença, dominante na cultura-alvo, de que há uma democracia racial no Brasil. O aparato textual dessa edição pode ter construído, portanto, uma imagem de Machado de Assis como um autor acrítico, que adere ao discurso hegemônico.

Quanto à posição do texto no espaço de produção simbólica, a ausência de um prefácio pode ser um indicador de que o romance foi considerado um gênero mais próximo do romance “água com açúcar” do que de um romance da alta literatura, segundo o modelo de Sapiro (2008). De fato, os escassos paratextos da edição da Acme orientam o leitor para uma leitura simplificada, pasteurizada da obra: uma leitura de “um romance sossegado”, que oferece um “útil saber viver” (Acme, 1953, quarta capa). Do mesmo modo, em relação à omissão da preposição *de* no título dos dois primeiros capítulos, por ser uma editora de caráter mais mercantil, que busca agradar um público mais amplo, a Acme provavelmente impôs suas normas a Alfredo Cahn, apesar do capital cultural deste.

A transposição de um texto (mídia verbal) orientado a um público cultivado para uma ilustração (mídia visual) dirigida a um público cujos hábitos de recepção são típicos da indústria cultural apostou em satisfazer um público amplo, em detrimento de ressaltar o valor estético da obra. Enfim, não houve contradição entre a capa, a folha de rosto, os títulos dos capítulos e a quarta capa, contribuindo, todos, para provocar uma leitura ligeira e aplainada do romance machadiano.

REFERÊNCIAS

- ABRAHAM, Carlos Enrique. **La editorial Acme**: el sabor de la aventura. Temperley, Tren en Movimiento, 2017.
- ASSIS, Machado de. **Dom Casmurro**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira/Brasília: INL, 1975.
- ASSIS, Machado de. **Don Casmurro**. Tradução de Alfredo Cahn. Buenos Aires: Acme, 1953.
- BATCHELOR, Kathryn. **Translation and Paratexts**. Oxfordshire: Routledge, 2018.
- BOURDIEU, Pierre. Les conditions sociales de la circulation internationale des idées. *In: Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, n. 145, p. 3-8, 2002.
- CARNEIRO, Teresa Dias. **Contribuições para uma teoria do paratexto do livro traduzido**: caso das traduções de obras literárias francesas no Brasil a partir de meados do século XX. Tese de doutorado – PUC-Rio, 2014.
- CLÜVER, Claus. Estudos interartes: conceitos, termos, objetivos. **Literatura e Sociedade**, USP, v. 2, n. 2, p. 37-55, 1997.
- CLÜVER, Claus. Intermedialidade. **Pós**: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFGM, v. 1, n. 2, p. 8-23, nov. 2011/abr. 2012, 2023.
- DE DIEGO, José Luis. 1938-1955. La “época de oro” de la industria editorial. *In: DE DIEGO, José Luis (Dir.). Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2006, p. 91-123.
- DE SAGASTIZÁBAL, Leandro. **La edición de libros en la Argentina**. Una empresa de cultura. Buenos Aires: Eudeba, 1995.
- GENETTE, Gérard. **Paratextos editoriais**. Tradução de Álvaro Faleiros. São Paulo: Ateliê, 2009.
- GERBER, Leah. Marking the text: paratextual features in German translations of Australian children’s fiction. *In: GIL-BARDAJÍ, Anna et al. (Ed.) Translation Peripheries: Paratextual Elements in Translation*. Bern: Peter Lang, 2012, p. 43-61.
- GERHARDT, Federico. Exiliados en la “edad de oro”. Redes y políticas culturales del exilio gallego en el campo editorial argentino de la década del cuarenta: publicaciones periódicas, colecciones y editoriales. **Revista Eletrônica da ANPHLAC**, n. 19, jul./dez., p. 72-103, 2015.

HEILBRON, Johan; SAPIRO, Gisèle. Outline for a Sociology of Translation. *In*: WOLF, Michaela; FUKARI, Alexandra (Ed.) **Constructing a Sociology of Translation**. New York/Amsterdam: John Benjamins, 2007, p. 93-105.

PELLATT, Valerie. Introduction. *In*: PELLATT, Valerie (Ed.). **Text, extratext, metatext and paratext in translation**. Cambridge: Cambridge Scholars, 2013, p. 1-8.

RAJEWSKY, Irina. A fronteira em discussão: o *status* problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade. *In*: DINIZ, Thaís Flores Nogueira (Org.). **Intermedialidades e estudos interartes**: desafios da arte contemporânea. Belo Horizonte: Rona Editora: FALE/UFGM, 2012, v. 2, p. 51-74.

RIBAS, Maria Cristina Cardoso. Destecendo a rede conceitual da crônica: discussões em torno da crítica e projeções no ensino do gênero menor. **Encontros**, Rio de Janeiro, ano 11, n. 20, p. 63-85, 1. sem., 2013.

SAPIRO, Gisèle. Normes de traduction et contraintes sociales. *In*: PYM, Anthony; SHLESINGER, Miriam; SIMEONI, Daniel. **Beyond Descriptive Translation Studies**: investigations in homage to Gideon Toury. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 2008.

TOSI, Carolina. Semblanza de Modesto Ederra (Bahía Blanca, 1903 - Buenos Aires, 2004). **Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes** - Portal Editores y Editoriales Iberoamericanos (siglos XIX-XXI) - EDI-RED, 2023.

VALDEÓN, Roberto A. The 1992 English Retranslation of Brevísima relación de la destrucción de las Indias. **Translation Studies**, v. 7, n. 1, p. 1-16, 2014.

VÁZQUEZ, María Ester. Stefan Zweig, Alfredo Cahn y la traducción perfecta. **Reencuentros con la literatura en lengua alemana**, Mendoza, UNICUYO, p. 344-360, mar. 2019.