

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PRODUÇÃO EDITORIAL**

**O OFÍCIO DO EDITOR NO MERCADO EDITORIAL  
ATUAL DO RIO GRANDE DO SUL**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**JULIANA MIOLLO FARIAS**

Santa Maria, 2014

# **O OFÍCIO DO EDITOR NO MERCADO EDITORIAL ATUAL DO RIO GRANDE DO SUL**

**Juliana Miollo Farias**

Monografia apresentada à Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso,  
do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal  
de Santa Maria como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel  
em Comunicação Social - Produção Editorial

**Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Marília de Araujo Barcellos**

Santa Maria  
2014

**Universidade Federal de Santa Maria  
Centro De Ciências Sociais e Humanas  
Departamento De Ciências Da Comunicação  
Curso De Comunicação Social - Produção Editorial**

**A Comissão Examinadora abaixo assinada aprova a Monografia**

**O OFÍCIO DO EDITOR NO MERCADO EDITORIAL  
ATUAL DO RIO GRANDE DO SUL**

elaborada por  
Juliana Miollo Farias

Como requisito parcial para obtenção do grau de  
**Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial**

**Comissão examinadora:**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marília de Araújo Barcellos  
Orientadora (UFSM)

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Liliâne Dutra Brignol (UFSM)

Prof<sup>a</sup>. Ms. Tanise Pozzobon (UFSM)

Santa Maria, 09 de dezembro de 2014

## AGRADECIMENTO

Agradeço

Aos meus pais, que sempre estiveram comigo e foram fundamentais durante todo este percurso acadêmico, dando sempre o apoio necessário nas horas mais difíceis. É, principalmente, graças a eles, que chego agora ao fim deste percurso. Obrigada pelo maior amor de todos.

Ao restante de minha família, avós, padrinhos, tios e primos, todos sempre com um gesto de afeto, uma palavra de incentivo.

Agradeço o carinho dado durante uma vida inteira.

E destaco minha prima Giovana, que por ser também universitária, foi sempre a melhor ouvinte sobre as alegrias e percalços deste caminho.

Às minhas queridas amigas de sempre, Fernanda, Danielle, Karoline, Paula e Mariani. A Rafaela e Alícia, entre outras, que moram longe, mas assim como as demais foram fundamentais para os momentos de distração, de risadas e de desabafos.

À minha orientadora, prof<sup>a</sup> Marília Barcellos, que desde o primeiro momento acreditou em meu trabalho e na temática escolhida para ele. Disposta a ajudar o máximo possível para que os melhores resultados fossem atingidos. Não esquecerei sua atenção e paciência, além da força e motivação passadas a cada encontro.

Aos editores que, muito generosamente, dedicaram parte do seu tempo para responderem a esta pesquisa. Bem como, ao Clube dos Editores do Rio Grande do Sul, especialmente, a Clô Barcellos, pela colaboração desde o primeiro contato realizado.

Às professoras Liliâne Brignol e Tanise Pozzobon, que prontamente aceitaram compor a banca examinadora deste trabalho, ao qual certamente, trarão importantes contribuições.

A meus colegas, especialmente da primeira e segunda turmas, companheiros nessa jornada de descoberta do curso de Produção Editorial.

A todos os demais professores, que foram também de grande importância nesta trajetória. Obrigada pela dedicação ao transmitirem seus conhecimentos.

Por fim, aos técnico-administrativos, sempre atenciosos e solícitos. E a todos da comunidade acadêmica da Universidade Federal de Santa Maria que contribuíram, de alguma maneira, com minha formação.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral saber de que forma o profissional de edição insere-se no mercado editorial do Rio Grande do Sul. Dois fatores levaram à escolha deste tema, a escassez de pesquisas direcionadas a esta área e a motivação pessoal da pesquisadora em conhecer mais sobre o mercado da edição de livros. Constitui-se em uma investigação de caráter exploratório, que se divide em pesquisa bibliográfica a respeito do perfil profissional do editor e no levantamento de dados realizado a fim de se traçar um panorama do mercado editorial gaúcho e o papel do editor no mesmo. Para dar conta da questão norteadora, a pesquisa retratou o trabalho do editor ao longo da história e as funções que desempenha neste setor; revelou um mercado editorial sul-rio-grandense de grande e pequenas editoras, com distintas características; e concluiu que este mercado, que está aberto a receber os graduados no curso de produção editorial, valoriza profissionais com capacidade para trabalharem com diferentes mídias, que tenham amor pela leitura e por aquilo que fazem e, que possuam habilidades para contribuir com as diferentes etapas do processo de produção do livro.

**Palavras- Chave:** Editor, Mercado Editorial, Produção Editorial; Clube dos Editores do Rio Grande do Sul.

## ABSTRACT

The general aim of this work is to know how the publishing professional inserts himself in the editorial business market in Rio Grande do Sul. Two factors led to the choice of this theme, the paucity of research directed to this area and the personal motivation of the researcher in learning more about this market. It is a research with a inquired purpose that is divided on a bibliographic research about the professional profile of editor and a data survey that was done to show the real situation of the editorial business market in Rio Grande do Sul and how the editor does his work in it. To answer the guiding question, the research has revealed the performance of the editor along the history and the functions that he does in this activity. It has showed a publishing market with different purposes. And it has concluded that this market, which is opened to receive the graduated professionals in the Editorial Production course, valorizes these publishers that are capable to work with different medias, that like to read a lot and like that they do and have abilities to take part of the different stages of a book production.

**Keywords:** Editor, Editorial Market, Editorial Production; Clube dos Editores do Rio Grande do Sul.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Johannes Gutenberg.....	14
Figura 2 - Livro com sobrecapa.....	22
Figura 3 - Livro com cinta.....	23
Figura 4 - Edição de Luxo.....	24
Figura 5 - Gráfico de porcentagem dos questionários respondidos.....	30
Figura 6 - Gráfico do interesse na contratação de graduados em Prod Editorial.....	47

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Formação dos editores.....	32
Tabela 2 - Motivação profissional dos editores.....	32
Tabela 3: Perfil das editoras respondentes.....	33
Tabela 4 - Seleção de originais (Realização e Formação Profissional).....	35
Tabela 5 - Preparação de originais, cotejamento, bater emendas (Realização e Formação Profissional).....	35
Tabela 6 - Copidesque/Revisão (Realização e Formação Profissional).....	36
Tabela 7- Texto para orelhas/quarta-capas (Realização e Formação Profissional).....	37
Tabela 8 - Iconografia (Realização e Formação Profissional).....	37
Tabela 9 - Projeto Gráfico/ diagramação (Realização e Formação Profissional).....	38
Tabela 10 - Capa (Realização e Formação Profissional).....	38
Tabela 11 - Liberação de Provas (Realização e Formação Profissional).....	39
Tabela 12 - Impressão (Realização e Formação Profissional).....	39
Tabela 13 - Tradução (Realização e Formação Profissional).....	40
Tabela 14 - Liberação de direitos autorais e contratos (Realização e Formação Profissional).....	40
Tabela 15 - Marketing e Divulgação (Realização e Formação Profissional).....	41
Tabela 16 - Vendas (Realização e Formação Profissional).....	41
Tabela 17 - Educação: contato com escolas e professores (Realização e Formação Profissional).....	42
Tabela 18 - Custos de Produção (Realização e Formação Profissional).....	42
Tabela 19 - Busca e seleção de profissionais.....	43
Tabela 20 - Eixos de atuação dos profissionais.....	44
Tabela 21 - Modalidade das publicações.....	44
Tabela 22 - Média de publicações x Número de profissionais.....	45
Tabela 23 - Interesse na contratação de graduados em produção editorial.....	46



# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>1. O EDITOR: PAPEL E CONTEXTO.....</b>	<b>13</b>
1.1 O editor ao longo da história.....	13
1.2 O papel do editor no mercado editorial.....	17
1.2.1 O editor no processo de publicação do livro.....	19
1.2.2 Muito além de um “editor de textos”.....	20
1.3 O editor no ciclo de produção do livro digital.....	24
<b>2. PANORAMA DO MERCADO EDITORIAL GAÚCHO: O LUGAR DO EDITOR.....</b>	<b>27</b>
2.1 Metodologia da investigação sobre o editor .....	27
2.2 Apontamentos acerca de um mercado editorial sul-riograndense.....	28
2.2.1 Editor.....	31
2.2.1.1 Formação.....	32
2.2.1.2 Motivação profissional.....	32
2.2.2 Editora/Catálogo.....	33
2.2.3 Processo de Produção.....	34
2.2.3.1 Seleção de originais.....	35
2.2.3.2 Preparação de originais, cotejamento, bater emendas.....	35
2.2.3.3 Copidesque/Revisão.....	36
2.2.3.4 Texto para orelhas/quarta-capas.....	37
2.2.3.5 Iconografia.....	37
2.2.3.6 Projeto Gráfico/ diagramação.....	38
2.2.3.7 Capa.....	38
2.2.3.8 Liberação de provas.....	39
2.2.3.9 Impressão.....	39
2.2.3.10 Tradução.....	40
2.2.3.11 Liberação de direitos autorais e contratos.....	40
2.2.3.12 Marketing e Divulgação.....	41

2.2.3.13 Vendas.....	41
2.2.3.14 . Educação: contato com escolas e professores.....	42
2.2.3.15 Custos de Produção.....	42
2.2.4 Seleção de Pessoal.....	43
2.2.4.1 Busca e seleção de profissionais.....	43
2.2.4.2 Eixos de atuação dos profissionais.....	44
2.2.4.3 Modalidade das publicações.....	44
2.2.4.4 Número de funcionários/Média mensal de profissionais terceirizados.....	45
2.2.4.5 Interesse na contratação de profissionais graduados em Produção Editorial.....	46
2.2.4.6 Comentários.....	48
<b>3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>51</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>53</b>

## INTRODUÇÃO

No ano de 2010, teve início, na Universidade Federal de Santa Maria, no Departamento de Ciências da Comunicação, o primeiro curso de Produção Editorial em instituição pública, da região Sul do Brasil. Um curso destinado a formar profissionais com capacidade para atuar na produção e edição de diferentes tipos de mídia, textos, áudios, imagens, nas mais diversas plataformas, conforme consta no Plano Político e Pedagógico (PPC) do Curso.

Uma graduação com diversas possibilidades como esta, ainda mais quando se trata de um curso recém criado, gera uma inquietação em seus acadêmicos, tais como : em qual área vou trabalhar? Onde conseguirei emprego? Para o que tenho mais habilidades? Ao longo destes mais de quatro anos, esta pesquisadora desenvolveu um maior apreço pelo trabalho voltado à edição de livros, mais especificamente ao trabalho com os livros impressos, mas sem fechar as portas aos novos formatos digitais. Surge deste interesse, a primeira semente para a realização desta monografia, que objetiva delinear um perfil do profissional que trabalha com a edição de livros, ao mesmo tempo em que visa traçar um panorama do mercado editorial gaúcho, identificando de que maneira nele se insere este profissional.

A construção deste trabalho ganha relevância ao se verificar a escassez de trabalhos direcionados a esta temática, especialmente no Rio Grande do Sul. Podem ser encontradas pesquisas que abordem o cenário editorial ao longo da história, assim como outras direcionadas ao estudo da edição de gêneros literários específicos ou obras de determinado autor, e outros temas que envolvam o mercado editorial, mas raramente um trabalho voltado aos seus recursos humanos, aos profissionais que nele atuam. De maneira que o presente estudo resguarda um cuidado em relação à coleta de dados para responder a tais questões a fim de contribuir para o registro das mesmas, devolvendo à sociedade e aos editores um extrato do panorama atuante no mercado, a partir da amostragem realizada com o Clube dos Editores do Rio Grande do Sul. Assim, o objetivo geral desta pesquisa é saber de que forma o profissional de edição insere-se no mercado editorial gaúcho. E seus objetivos específicos são o de traçar um perfil da profissão de editor e o de apresentar um panorama das editoras sul

rio-grandenses e a estrutura que caberá a atuação do profissional de produção Editorial.

No que se refere aos procedimentos metodológicos adotados, foi realizada uma pesquisa exploratória, que se divide em um recorte bibliográfico acerca do ofício do editor e um levantamento de dados, por meio de questionário, a respeito do mercado editorial gaúcho e seus profissionais, adotando como amostra, as editoras integrantes do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul<sup>1</sup>. Para tanto, o trabalho estruturou-se em introdução, acrescentado de dois capítulos, a saber: O editor: papel e contexto e, o segundo, intitulado Panorama do mercado editorial gaúcho: o lugar do editor. O primeiro concentra abordagem teórica e o seguinte traz apropriações metodológicas e analíticas a respeito da pesquisa empírica realizada, finalizando-se, portanto, o estudo com as considerações.

O primeiro capítulo intitulado O editor: papel e contexto, consiste em uma revisão bibliográfica a respeito do trabalho do editor, tema este merecedor de desdobramento em três subitens. Portanto, no primeiro subcapítulo chamado de O editor ao longo da história, aborda-se a evolução deste profissional ao longo do tempo, partindo do século XV, com a criação das tipografias móveis, até os dias atuais. Para isso, conta-se com o aporte teórico de Roger Chartier (1999) e de Aníbal Bragança (2005). Já em O papel do editor no mercado editorial, segundo subcapítulo do capítulo 1, a reflexão volta-se para a atuação do profissional no processo editorial e na cadeia de produção do livro, com foco na atividade de seleção de originais, a partir de postulados de autores tais como John Thompson(2013) e André Schiffrin (2006; 2011). Para continuar a abordagem do capítulo sobre o editor, indicamos leituras que agregam a noção das demais tarefas que o editor pode desempenhar no ciclo de produção do livro, com o auxílio de Gerard Genette (2009) e Joaquim da Fonseca (2009). E finaliza com o terceiro subcapítulo O editor no ciclo de produção do livro digital, em que constam reflexões que tratam da atuação do editor neste campo, embasadas em informações publicadas na mídia de especialistas na área feito Ednei Procópio (s.d.) e Camila Cabete (2013).

---

<sup>1</sup> Sociedade sem fins lucrativos, fundada em 2003, com sede na cidade de Porto Alegre, que reúne produtores de livros do estado com a finalidade de promover a defesa e o fomento de sua atividade e dos hábitos de leitura. Fonte retirada do site: <http://www.clubedoseditores.com.br/blog/>. Acesso em:

O segundo capítulo, Panorama do mercado editorial gaúcho: o lugar do editor, faz referência à metodologia utilizada na pesquisa empírica, bem como aos resultados e à análise do levantamento de dados realizado. Tal capítulo está distribuído em dois subcapítulos, a saber: Metodologia da investigação sobre o editor e, Apontamentos acerca de um mercado editorial sul-riograndense, este último apresenta os resultados e a análise dos dados coletados com as editoras respondentes, dividindo-se entre as temáticas do perfil dos editores, de suas editoras e catálogos, de como se constitui o processo de produção em cada uma delas e finalmente, a respeito de como realizam a seleção de pessoal. Já no primeiro, iniciou-se com o suporte teórico de Antônio Carlos Gil (2010) e de Eva Lakatos; Marina Marconi(2010).

Por fim, as considerações finais sobre este estudo e as referências bibliográficas utilizadas no seu desenvolvimento que compilam não somente o que foi contemplado no objetivo inicial mas, igualmente, a conclusão sobre os resultados da investigação e comentários sobre os mesmos.

## **1. O EDITOR: PAPEL E CONTEXTO**

Diante da investigação proposta, a seguir delinearemos o editor em dois momentos, a saber: ao longo da história, o papel no mercado e na cadeia de produção do livro e em seguida fechar com o editor no ciclo de produção do livro digital.

### **1.1 O editor ao longo da história**

Em uma pesquisa que envolve o estudo da atuação do editor, faz-se necessário abordar a evolução do papel deste profissional no decorrer do tempo. Para tanto, busca-se o conceito de Aníbal Bragança (2005, p. 220), segundo o qual, a palavra editor tem origem na Roma antiga, com o objetivo de designar aqueles que assumiam a responsabilidade de multiplicar os manuscritos, zelando para que as cópias fossem fiéis aos escritos originais.

A relação do editor com a impressão nasce no ocidente com a criação das tipografias móveis por Gutenberg (Figura 1), no século XV, “inaugurando a era de cópias múltiplas e idênticas de um original, que, após escovado e acrescido da forma gráfica, se transforma em livros impressos, por artes e saberes do editor-impressor” (BRAGANÇA, 2005, p.225).



Figura 1 - Johannes Gutenberg

Fonte: Wikipedia [http://en.wikipedia.org/wiki/Johannes\\_Gutenberg](http://en.wikipedia.org/wiki/Johannes_Gutenberg)

Esta figura do editor-impressor, definido por Bragança, soma-se ao livreiro-editor, segundo Roger Chartier, que “vende, além dos livros que ele mesmo edita, aqueles que obtêm por uma troca com seus colegas: ele lhes envia, em folhas não encadernadas, livros que editou e, em troca, recebe os livros dos outros” (CHARTIER, 1999, p.53).

Expandem-se o acesso da população aos livros, antes limitados a pequenos grupos da elite, eles “passaram a ser produzidos e distribuídos a um público bem mais amplo, em volumes portáteis e a preços muito mais acessíveis, permitindo que novos leitores os pudessem comprar e levar para casa” (BRAGANÇA, 2005, p. 226).

Já nos séculos XVI e XVII, os editores passam a buscar junto as autoridades, privilégios e benefícios para seu trabalho. Chartier (1999, p. 54) lembra o caso dos livreiros parisienses, que em troca de lealdade à monarquia francesa, obtêm um amplo domínio sobre os novos lançamentos no mercado do livro. Já na Inglaterra, vigorava um sistema diferente.

A monarquia delegou à comunidade, à corporação dos livreiros-gráficos de Londres, de um lado, o poder de censura, de exame prévio dos livros (para saber se estavam de acordo com aquilo que seria publicável) e, de outro, o controle dos monopólios sobre as edições. O mecanismo era muito simples: quando um livreiro ou um gráfico londrino adquiria um manuscrito, ele o

registrava pela comunidade e, a partir desse registro, pretendia possuir esse manuscrito de maneira perpétua e imprescindível, tendo portanto o direito exclusivo de editá-lo e reeditá-lo indefinidamente.(CHARTIER, 1999, p.54).

Bragança (2005, p.229) aponta que com o crescimento do mercado editorial, os autores abandonam uma antiga ideia de que era algo desonroso receber remuneração por suas obras e passam a lutar pelos direitos de cópia de seus textos, até então, propriedade dos editores. Cria-se inicialmente um atrito entre editores e autores por conta deste novo modo de pensar dos primeiros, mas no princípio do século XVIII começam a obter resultados para suas reivindicações.

Em 1709, a monarquia inglesa quer acabar com o sistema corporativo que assegurava a perpetuidade da propriedade sobre os títulos registrados pelos livreiros e gráficos da corporação. Com isto, pretende limitar a duração do *copyright*. Na França, é sobretudo com as discussões das assembleias revolucionárias que o Estado vai intervir de maneira muito forte na legislação com o duplo propósito de proteger o autor e o público (CHARTIER, 1999, p.65).

Avançando no tempo, com o advento da Revolução Industrial<sup>2</sup>, ocorrida entre as últimas décadas do século XVIII e ao longo do século XIX, acontecem avanços técnicos em diversos setores. Com a tomada do poder pela burguesia, surgem os progressos, também, no campo intelectual e a prática da leitura difunde-se cada vez mais entre diversos setores da sociedade.

Fundam-se bibliotecas públicas, bibliotecas volantes e gabinetes de leitura, para que – isto nos países mais avançados da Europa, especialmente, na Inglaterra, Alemanha, países nórdicos, Países Baixos e França – todos possam efetivamente ter acesso ao livro. Surge a “leituromania” que chega a preocupar as autoridades e o clero, especialmente porque se desenvolve mais entre as mulheres. É o tempo “ameaçador” de Madame Bovary. Ao mesmo tempo, consolida-se a ideologia do poder emancipatório da leitura, da escola como oportunidade de transformação da vida dos indivíduos e da sociedade (BRAGANÇA, 2005, p.232).

Ainda durante o século XIX, surge aquele que Bragança (2005, p.232) denomina como editor-empresário, sem vínculos com tipografias e livrarias, além dos editores

---

<sup>2</sup> A Revolução Industrial foi um fenômeno marcado pela transição do modo de produção artesanal e doméstico para o modo de produção através de máquinas, dentro de fábricas. Teve início na Inglaterra, no século XVIII, integrando o movimento de ascensão da burguesia, posteriormente difundindo-se para outros países da Europa, além de América e Ásia.



escolares, que assumem notável importância neste meio. O mercado editorial tem, então, um amplo desenvolvimento a partir da Europa, especialmente da França, berço da nova mentalidade burguesa, em que o intelectualismo adquire relevante valor. Com um cenário próspero, nascem grandes editoras, com ramificações em diversos países, e as novas tecnologias de impressão permitem, ao longo do tempo, o desenvolvimento do setor em países menos desenvolvidos, como o Brasil, que passa a produzir seus próprios livros, sem mais apenas revender exemplares vindos da Europa. O livro se populariza através de edições vendidas a preços reduzidos, como aquelas em formato de bolso, e os romances vivem o seu apogeu, com temáticas que procuram ir ao encontro do gosto das diversas camadas da sociedade, formando um público leitor cada vez maior e fiel. E seguindo o gênero do romance, a literatura infantil também vive um período fértil, com o aparecimento de autores como Hans Christian Andersen <sup>3</sup> e os irmãos Grimm<sup>4</sup>.

Com o passar dos anos, o setor dos livros impressos tem atravessado diversos altos e baixos, ainda vivendo seu auge durante o século XX, mas passando a enfrentar a concorrência de outras formas de arte e entretenimento, como o cinema e a televisão, posteriormente, também, dos computadores e da internet, precisando adaptar-se às inovações tecnológicas e aos diferentes panoramas sócio-econômicos que vem regendo o mercado ao redor do mundo, procurando, hoje em dia, formas de sobreviver e de se reinventar em um cenário onde o livro digital procura ganhar seu espaço. Torna-se, assim, de grande importância para uma editora, contar com competentes profissionais em seu núcleo editorial, capazes de identificar oportunidades e novas possibilidades na área dos impressos e/ou que saibam trabalhar com novos formatos digitais, buscando inovar e desenvolver produtos de qualidade na busca por um leitor cada vez mais ocupado com diversas atividades ao longo do dia e, por consequência, mais exigente no que se refere ao seu consumo literário.

---

<sup>3</sup> Escritor dinamarquês (1805-1975), ficou conhecido mundialmente pelos seus contos de fadas. Destacam-se entre eles, “O Patinho Feio”, “O Soldadinho de Chumbo” e “A Pequena Sereia”.

<sup>4</sup> Jacob e Wilhelm Grimm, escritores alemães, nascidos no século XVIII, alcançaram notoriedade global com os “Contos de Grimm”, livros onde registraram histórias e fábulas do folclore germânico e europeu, tais como “Branca de Neve”, “Hansel & Gretel” e “A Bela Adormecida”.

## 1.2 O papel do editor no mercado editorial

Neste subcapítulo se abordará de que forma o editor insere-se na estrutura de uma editora. Para isso, parte-se do conceito de campo, que o sociólogo John B. Thompson adapta do, também sociólogo, francês Pierre Bourdieu, afirmando que “Um campo é um espaço estruturado de posições sociais que pode ser ocupado por agentes e organizações e no qual a posição de qualquer agente ou organização depende do tipo e da quantidade de recursos ou ‘capital’ que eles têm à sua disposição” (THOMPSON, 2013, p.9). A noção de campo torna-se útil, especialmente pelo fato de que

podemos considerar que cinco tipos de recursos são especialmente importantes nesses campos: trata-se do que chamo de “capital econômico”, “capital humano”, “capital social”, “capital intelectual” e “capital simbólico”.[...] O capital humano consiste do pessoal empregado pela firma e seu conhecimento, habilidades e *know-how* acumulados (THOMPSON, 2013, p.11).

Todos estes cinco capitais são de fundamental importância para uma editora. O capital econômico, que abrange os recursos financeiros da empresa, bem como toda sua estrutura e seu estoque. O capital social, que inclui as redes de contato construídas. O capital intelectual, que consiste nos direitos de publicação adquiridos pela editora, nos contratos assinados pelos autores. Além do capital simbólico, representativo do prestígio conquistado pela editora ao longo do tempo. (THOMPSON, 2013, p. 11-12).

Mas neste trabalho, o foco é direcionado ao capital humano, e a dependência de uma editora do seu capital humano explica-se pelo fato de que, como qualquer outra empresa, uma editora vale também pelo pessoal que nela trabalha. Por este motivo, é fundamental contar com profissionais qualificados e motivados em todos os níveis, mas sobretudo, no seu núcleo editorial, responsável pelo seu setor criativo. (THOMPSON, 2013, p.12).

Cabe ao editor, baseado em sua experiência, em pesquisas de mercado ou mesmo no que pode ser chamado popularmente de *feeling*, avaliar os originais que recebe, identificar possíveis sucessos de venda ou, dependendo da editora em que trabalha, obras, que mesmo sem potencial de serem *best-sellers*, possuam qualidade e

tenham o perfil editorial da empresa, como acontece em editoras que publicam apenas um nicho específico ou em editoras independentes.

Em relação a esta função específica do editor, a chamada seleção de originais, cabe destacar a visão crítica do editor André Schiffrin<sup>5</sup> sobre a maneira como o mercado dita o posicionamento de muitas grandes editoras a este respeito.

Schiffrin sempre questionou a obsessão de diversas editoras, especialmente dos conglomerados editoriais, pelas vendas e pelo lucro, em detrimento da oportunidade de se publicar, segundo ele, obras de qualidade, questionadoras e capazes de gerar reflexões na sociedade, mas que são frequentemente preteridas por não terem alto potencial para gerar retorno financeiro. Este pensamento, já comum em diversas empresas, fortaleceu-se ainda mais após a grave crise econômica que se abateu sobre os Estados Unidos e a Europa nos últimos anos. Em suas obras a respeito do mercado editorial, Schiffrin trata de como isto interfere no trabalho dos editores.

Gradualmente, os editores se tornaram investidores, uma espécie de banqueiros, desesperados para encontrar tanto os best-sellers, como as novas empresas ou aquisições, que satisfariam seus novos donos ou os bancos que lhe haviam emprestado o dinheiro de que precisavam. (SCHIFFRIN, 2011, p.24)

Neste mesmo panorama, o editor também pode ver o seu poder de decisão, a respeito de que obras serão publicadas, ser diminuído.

A mudança nos processos editoriais em grandes editoras também teve um importante impacto. Esse processo foi enviesado pelo fato de que a decisão sobre o que publicar não é tomada por editores, mas pelos chamados conselhos editoriais, nos quais as equipes financeira e de marketing desempenham um papel fundamental. (SCHIFFRIN, 2006, p.115)

Schiffrin (2006, p.24) salienta que nas editoras menores, muitas vezes familiares, esta preocupação com o número de vendas é menor, abrindo, assim, espaço para obras que não visem apenas o entretenimento ou a simples transmissão de informações, mas lembra (2006, p.114) que estas editoras, possuindo um orçamento,

---

<sup>5</sup> André Schiffrin nasceu na França, em 1935 e, desde 1941, viveu nos Estados Unidos, onde foi editor da Pantheon, pela qual publicou importantes autores americanos e europeus e de onde saiu, em 1990, por divergências com a Random House, conglomerado editorial que havia adquirido a Pantheon, para, em 1992, fundar a editora independente The New Press.

em geral limitado, encontram diversas dificuldades em competir com as grandes empresas nos espaços de divulgação e nas estantes das livrarias.

Mas o ofício de um editor não se encerra na seleção de originais. Está, também, entre as tarefas do editor, trabalhar na preparação destes para que sejam publicados.

### 1.2.1 O editor no processo de publicação do livro

Segundo Bragança (2005, p.222), incisões, revisão e copidesque<sup>6</sup> são algumas das interferências que o editor pode fazer no texto entregue pelo autor. Apesar de, na maioria das vezes, estas interferências contribuírem para um melhor resultado da publicação, nem sempre são recebidas com boa vontade pelos autores, por conta disso, a habilidade para o diálogo e a capacidade de convencimento são outros pontos que um bom editor deve buscar desenvolver. Cabe frisar que, principalmente, em médias e grandes editoras, o editor pode contar com uma equipe junto a ele, para executar diversas funções como as citadas anteriormente e outras como pesquisa de imagens, liberação de direitos autorais e controle de qualidade. (THOMPSON, 2013, p.23). Etapas como o copidesque, diagramação e encadernação podem vir a ser terceirizadas, mas mesmo nestes casos, é importante o acompanhamento de profissionais da própria editora, responsáveis pelo que Thompson (2013, p.26) denomina de gerenciamento e coordenação, área que envolve desde o desenvolvimento completo de projetos que podem ser de grande complexidade ao acompanhamento de etapas específicas no ciclo de produção do livro. Outras atividades que costumam ficar a cargo destes gerentes e coordenadores editoriais e de produção, ou de produtores editoriais, são as tomadas de decisões referentes a tiragem e custos, além do controle do estoque.

---

<sup>6</sup> A definição do que é realizar o “copidesque” pode variar muito de uma editora para outra. Podendo abranger apenas as revisões em relação a estrutura do texto (erros ortográficos, trechos ambíguos, falta de coesão) mas em outros casos, incluindo também a revisão da tradução e dos erros de digitação, assim como o ato de conferir títulos, cabeçalhos, divisão de capítulos, notas. Por conta disso, muitas vezes algumas editoras tratam as funções de copidesque e revisão como uma única tarefa.

### 1.2.2 Muito além de um “editor de textos”

Um livro impresso é composto de bem mais do que apenas o texto produzido pelo autor e posteriormente trabalhado na editora. Cada obra conta com vários elementos carregados de significados que a acompanham, sejam verbais ou não. Este subcapítulo trata de como o editor atua neste desenvolvimento completo de cada publicação.

Gérard Genette (2009, p.9) denomina os elementos já citados como *paratextos* da obra, que, para ele, ao acompanharem o texto, têm a função de “*apresentá-lo*, no sentido habitual do verbo, mas também em seu sentido mais forte: para *torná-lo presente*, para garantir sua presença no mundo, sua ‘recepção’ e seu consumo, sob a forma, pelo menos hoje, de um livro” (GENETTE, 2009, p.9, grifo do autor). Um paratexto é classificado por ele como peritexto quando:

consiste numa mensagem materializada, tem necessariamente um *lugar*, que se pode situar em relação àquela do próprio texto: em torno do texto, no espaço do mesmo volume, como o título ou o prefácio, e, às vezes, inserido nos interstícios do texto, como os títulos de capítulo ou certas notas. (GENETTE, 2009, p.12)

E em *epitextos* quando “se situam, pelo menos na origem, na parte externa do livro: em geral num suporte midiático (conversas, entrevistas), ou sob a forma de uma comunicação privada (correspondências, diários íntimos e outros)” (GENETTE, 2009, p.12).

Dentre os componentes do peritexto, alguns são classificados como integrantes do *peritexto editorial*, que pode ser descrito como

toda a zona do peritexto que se encontra sob a responsabilidade direta e principal (mas não exclusiva) do editor, ou talvez, de maneira mais abstrata porém com maior exatidão, da *edição*, isto é, do fato de um livro ser editado, e eventualmente reeditado, e proposto ao público sob uma ou várias apresentações mais ou menos diferentes. A palavra *zona* indica que o traço característico desse aspecto do paratexto é essencialmente espacial e material; trata-se do peritexto mais exterior: a capa, a página de rosto e seus anexos; e da realização material do livro, cuja execução depende do impressor, mas cuja decisão é tomada pelo editor, em eventual conjunto com o autor: escolha do formato, do papel, da composição tipográfica, etc. (GENETTE, 2009, p.21)

Um destes elementos trata do formato escolhido para a publicação, ou seja, suas dimensões. Para a definição deste formato, muitos fatores devem ser levados em conta, tais como, o conteúdo do livro, o público-alvo da publicação, fatores gráficos e orçamentários, entre outros. São muito comuns, por exemplo, as já consagradas edições de bolso. São publicações com dimensões reduzidas, vendidas a um valor mais acessível e contendo muitas vezes o texto integral da obra. Com frequência, são lançadas, neste modelo, extensas coleções de obras clássicas de diversos autores. O designer gráfico Joaquim da Fonseca (2008, p.251) destaca os formatos quadrados como os mais apropriados para livros de arte ou fotografia e lembra que edições voltadas ao público infantil devem possuir dimensões reduzidas, para que as crianças possam folheá-las com facilidade. (FONSECA, 2008, p.252)

Outro elemento trata da publicação em coleções. Conforme Genette (2009, p.26), mesmo quando não há uma coleção, o público leitor, através de características semelhantes entre obras, cria o que se pode chamar de “coleção implícita”. Ele salienta que “o selo de coleção, mesmo sob essa forma muda, é, pois, uma duplicação do selo editorial, que indica imediatamente ao potencial leitor que tipo ou que gênero de obra tem à sua frente: [...] vanguarda ou tradição, ficção ou ensaio, história ou filosofia, etc” (GENETTE, 2009, p.26).

Um dos elementos peritextuais que, certamente, mais contribuem para o consumo de uma publicação é sua capa. A capa é o primeiro contato visual do leitor com o livro, a responsável por atrair sua atenção entre os diversos livros que podem estar expostos em uma livraria ou estande de vendas. São diversos os componentes carregados de significados que compõem uma capa: a maneira com que são dispostos o título da obra e o nome do autor, a tipografia utilizada em cada um deles, as cores adotadas, a presença ou não de ilustrações, a lombada, que muitas vezes é a primeira parte do livro a ser visualizada, se possui guarda ou se contém orelhas e como se constitui a quarta-capa ou contracapa. Em relação às orelhas e à quarta-capa, é preciso destacar os textos que muitas vezes as integram. As orelhas, com frequência, trazem uma breve introdução ao enredo da obra, além de informações sobre o autor ou dados sobre outras publicações da editora. Na contra capa, também é comum que se aborde o conteúdo do livro, seja com breves resumos, ou até pequenos trechos, além

de fragmentos das críticas positivas recebidas. São elementos que, se contarem com a devida atenção do editor ou de sua equipe, podem exercer grande influência na opção do consumidor em levar o livro para casa. Mas nem sempre a capa é, de fato, o elemento mais externo da publicação. Muitas vezes, o livro pode contar com a presença da sobrecapa (Figura 2) ou da cinta (figura 3) e há uma série de motivos que podem justificar a presença de uma ou de outra. O primeiro é apenas contribuir com o apelo visual da publicação, “atuando quase como um pequeno cartaz ao redor do livro, sua legibilidade e impacto imediatos são vitais” (FONSECA, 2008, p.248), mas elas também podem surgir nos casos em que a obra é transformada em filme, como é o caso das imagens apresentadas, ou no caso do recebimento de prêmios literários.

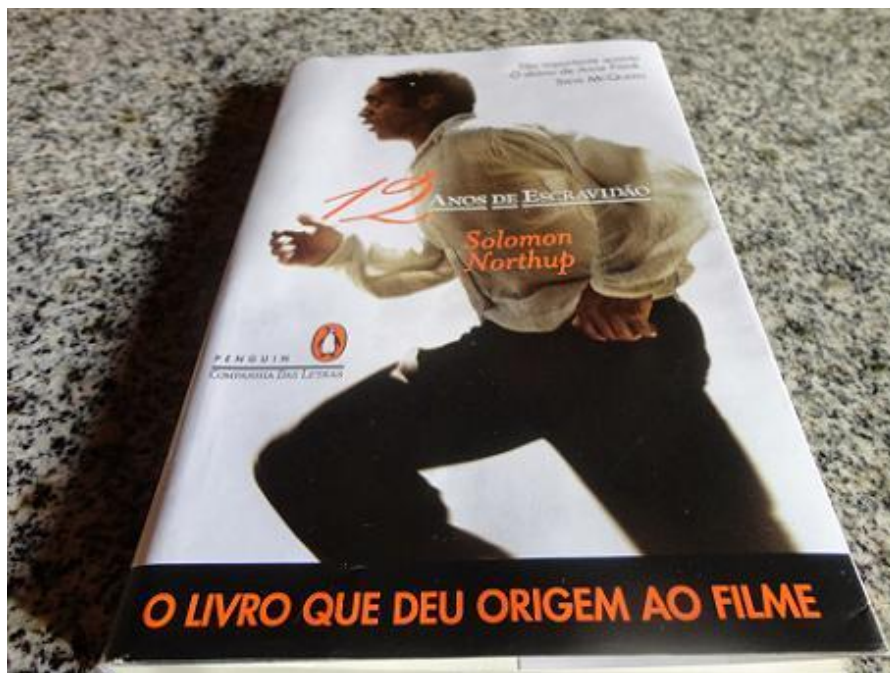


Figura 2 - Livro com sobrecapa

Fonte: Blog do Pedro Eloi <http://www.blogdopedroeloi.com.br/2014/03/doze-anos-de-escravidao-solomon-northup.html>



Figura 3 - Livro com cinta

Fonte: Scifi News <http://www.scifinews.com.br/?p=15200>

Genette (2009, p.34) cita, também, a folha de rosto<sup>7</sup> e demais páginas iniciais, que além de conter diversas informações relativas à publicação, podem abrigar a dedicatória, a epígrafe<sup>8</sup> e eventuais indicações; e as últimas páginas que podem conter o chamado colofão, onde normalmente se encontram os créditos básicos da obra, dados relativos à impressão e informações sobre o tipo de papel e tipografia utilizada. E finalizando os peritextos editoriais, ele aborda (2009, p.35), as escolhas de tipografia e de papel, especialmente os tipos de papel utilizados nas denominadas “edições de luxo”(Figura 4), lançadas, por exemplo, em datas comemorativas para a publicação ou

---

<sup>7</sup> Página que contém o título da obra, subtítulo (se houver) e o nome do autor. Quando a publicação contar com o trabalho de tradutores ou consultores e revisores técnicos, seus nomes também podem constar na folha de rosto. Geralmente, ao pé da página, estão o logotipo da editora, local e ano de publicação.

<sup>8</sup> Citação de curta extensão, relacionada com o conteúdo da obra. Aparece acompanhada de sua autoria e pode aparecer, também, nas aberturas de cada capítulo.



o autor, ou em boxes voltados para colecionadores, no caso de trilogias ou outros tipos de séries.

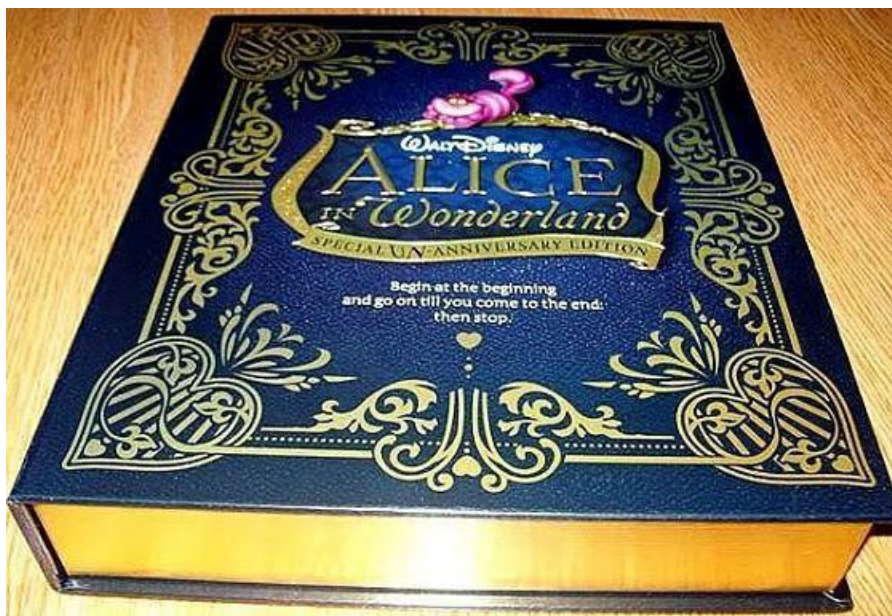


Figura 4 - Edição de Luxo de “Alice in Wonderland”

Fonte: Icon Publicitá <http://iconpublicita.blogspot.com.br/2010/06/disney-lanca-edicao-de-luxo-de-alice-no.html>

Para Genette (2009, *passim*), existem muitos outros elementos peritextuais, tais como os títulos, dedicatórias, epígrafes, prefácios<sup>9</sup> e notas. Todos estes elementos, além dos epitextos, já citados anteriormente, não costumam ter o editor como responsável principal, mas isto não significa que não estejam incluídos entre as diversas tarefas executadas ou acompanhadas por ele e demais profissionais ligados ao setor de edição e produção de uma editora.

### 1.3 O editor no ciclo de produção do livro digital

O livro digital ainda está buscando seu espaço no Brasil. De acordo com a 3ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2011), realizada pelo instituto Pró-

---

<sup>9</sup> Breve texto introdutório que visa apresentar, introduzir o conteúdo da obra, trazendo, também, informações sobre o autor. Frequentemente escrito por um convidado do autor ou da editora.

Livro, a porcentagem dos que já haviam lido um livro digital, entre a população brasileira de 5 anos ou mais, era de 5%, mas pesquisa realizada pela Câmara Brasileira do Livro, divulgada em 2013, apontava que 68% das editoras já comercializavam obras no formato eletrônico. Sendo assim, é justo considerar este setor, atualmente, como uma importante área de atuação do profissional de edição.

Camila Cabete<sup>10</sup>, que assina a coluna “Ensaio Digitais” no site Publishnews<sup>11</sup>, sobre a temática do livro digital, aborda em um de seus textos, a maneira com que uma editora deve organizar seu departamento de livros digitais.

Para ela, é necessário um profissional, já com experiência como editor, para organizar os projetos editoriais do setor digital, alguém que conheça o processo editorial e, ao mesmo tempo, os livros digitais. Este profissional seria responsável por traçar a estratégia da empresa neste campo, analisar e fechar contratos, pedir a contratação dos profissionais necessários e organizar a divisão de tarefas. Além dele, é preciso, claro, um profissional, responsável pelo setor operacional, com maior conhecimento técnico sobre eBooks, sobre os softwares com que se precisa trabalhar, sobre inserção de metadados<sup>12</sup>, ou seja, sobre todas as etapas de produção de um livro digital e de como colocá-lo a disposição do público consumidor. E finalmente, alguém para o departamento de marketing e mídias sociais, pois os livros digitais precisam de divulgação, da mesma maneira que os livros impressos. (CABETE, 2013)

Ednei Procópio<sup>13</sup>, autor e membro da Comissão do Livro Digital, na Câmara Brasileira do Livro, afirma que profissionais graduados em comunicação ou letras podem traçar um bom caminho como editores e destaca a importância de uma boa bagagem cultural, seja para se trabalhar com o formato digital ou com o impresso. "A bagagem cultural serve tanto para trabalhar no mercado impresso quanto no digital. É muito importante ter uma boa base teórica e de leituras". (PROCÓPIO, s.d.)

---

<sup>10</sup> Camila Cabete possui formação em história, foi a responsável pelos setores editorial e comercial da Gato Sabido, primeira livraria digital do Brasil e atualmente é a Gerente de Relações com Editores da Kobo Inc. no Brasil.

<sup>11</sup> Portal brasileiro especializado no tema “Mercado editorial”. - <http://www.publishnews.com.br>

<sup>12</sup> Informação sobre o livro, tais como título, autor, ISBN, breves informações a respeito da obra, além de palavras chave relativas à publicação, que permitem que o livro seja encontrado com maior facilidade pelo consumidor no ambiente digital.

<sup>13</sup> Ednei Procópio é especialista em livros digitais desde o ano de 1998. É fundador da Livrus Negócios Editoriais, empresa especializada em levar autores e suas obras para o campo dos livros digitais.

Ainda hoje, muitos livros digitais são apenas transpostos do formato impresso para o eletrônico, mas o universo dos eBooks oferece uma vasta oportunidade de se trabalhar com diferentes recursos e ferramentas que venham a enriquecer a experiência do leitor, trazendo diferenciais para este modo de publicação. Por isto, profissionais que aliem o conhecimento à criatividade e à capacidade de inovação, certamente, podem encontrar um promissor campo de trabalho nesta área.

## **2. PANORAMA DO MERCADO EDITORIAL GAÚCHO: O LUGAR DO EDITOR**

Tendo em vista a proposta deste estudo em compreender o lugar do editor a partir da amostragem da pesquisa empírica com os profissionais do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul, este capítulo visa apresentar a metodologia utilizada no desenvolvimento deste trabalho, além dos resultados da investigação no levantamento de dados realizada, bem como a análise dos mesmos.

### **2.1 Metodologia da investigação sobre o editor**

A presente monografia consiste em uma pesquisa de caráter exploratório composta de uma pesquisa bibliográfica e de um levantamento de dados. Por meio da pesquisa bibliográfica, que conforme Antonio Carlos Gil, possui a vantagem de “permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (GIL,2010, p.30), foi traçado um perfil do profissional aqui estudado, o editor, com o foco na evolução de sua atividade do século XV aos dias atuais e no papel que o mesmo desempenha no mercado editorial dos dias de hoje.

Gil (2010, p.29) lembra que, hoje em dia, além das tradicionais fontes de material impresso, esta pesquisa pode se valer de fontes encontradas em meios eletrônicos, onde se destaca o material disponibilizado pela internet.

Já a pesquisa através do levantamento de dados visa delinear um panorama do mercado editorial gaúcho e de que forma se insere nele, o profissional que trabalha com as atividades de edição.

Para realizá-la, primeiramente foi preciso definir a amostra que seria utilizada para a pesquisa. Optou-se, aqui, pela amostragem por tipicidade, que consiste na “procura de um subgrupo que seja *típico*, em relação à população como um todo” (LAKATOS; MARCONI, 2010, p.39). Assim, dentro do universo de editoras gaúchas, selecionou-se como amostra, as 24 editoras atualmente integrantes do Clube dos

Editores do Rio Grande do Sul<sup>14</sup>, que por conter editoras de diferentes perfis torna possível a representação do conjunto das demais editoras.

Como instrumento para a coleta de dados, foi adotado o questionário, enviado através de e-mail<sup>15</sup> às 24 editoras, sendo endereçados a seus respectivos editores, solicitando a colaboração destes para com esta pesquisa, contendo questões fechadas de múltipla escolha, assim como questões abertas, abrangendo quatro grandes temas: Editor; Editora/Catálogo; Processo de Produção; Seleção de Pessoal; além de um espaço aberto a comentários e um termo de autorização referente a utilização do nome da empresa e do editor que respondeu a pesquisa, neste trabalho e em uma possível posterior publicação. Após o recebimento dos questionários respondidos, os dados obtidos foram tabulados e analisados pela pesquisadora.

## **2.2 Apontamentos acerca de um mercado editorial sul-riograndense**

Neste subcapítulo são apresentados e analisados os resultados obtidos com o levantamento de dados através de questionário. Todas as tabelas e gráficos confeccionados para melhor compreensão dos dados são de autoria da pesquisadora.

As 24 editoras para as quais o questionário foi enviado são:

- AGE
- Arquipélago Editorial
- Artes e Ofícios
- Belas-Letras
- Besouro Box
- Casa Verde

---

<sup>14</sup> Após a definição do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul como amostra para a pesquisa, foi realizado um esta pesquisadora esteve presente no VI Seminário “O Negócio do Livro”, organizado pelo “Clube dos Editores”, em 15 de agosto de 2014. Além de assistir à mesas-redondas e palestras sobre diversos assuntos do campo editorial, foi possível conversar brevemente com alguns editores a respeito da pesquisa que desejava realizar.

<sup>15</sup> Os e-mails foram enviados por duas vezes, buscando o maior número de respostas. Para obtenção destes endereços eletrônicos, contou-se com a colaboração do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul.

- Cassol
- Concórdia
- Dublinense
- EdiPUCRS
- Editora Sinodal
- Editora Sulina/Sul Editores
- Fábrica de Leitura
- Grupo A
- Imprensa Livre
- L&PM Editores
- Libretos
- Literalis
- Martins Livreiro
- Mediação
- Projeto
- Rígel
- Tomo
- Ulbra

Dos 24 questionários enviados, foram recebidas as respostas de 06 editores, perfazendo, assim, uma amostra de 25%, conforme o gráfico a seguir (Figura 05).

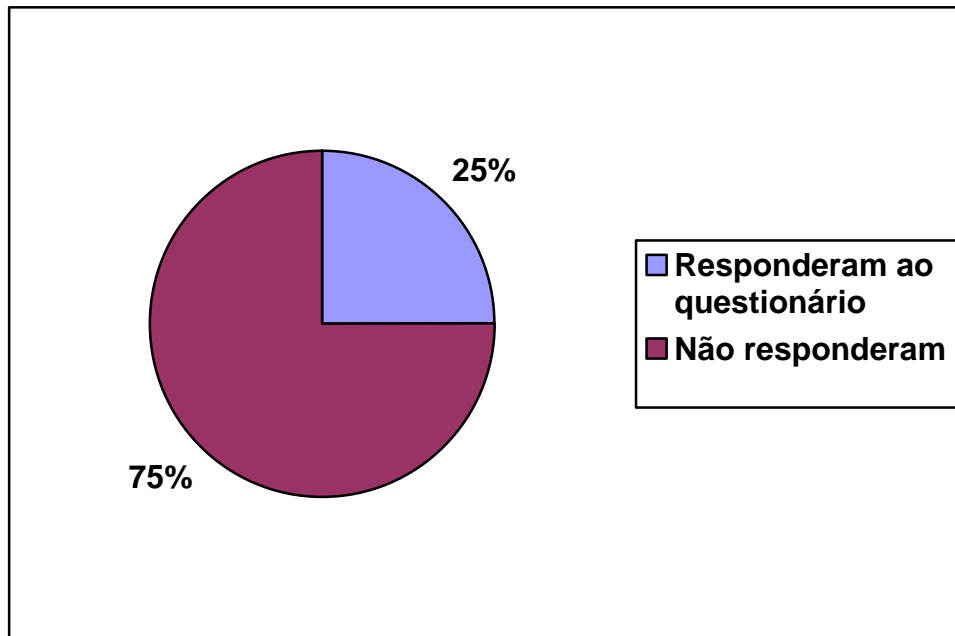


Figura 5 - Gráfico de porcentagem dos questionários respondidos

Estes seis editores responderam de forma integral ou parcial ao questionário, e a partir de sua participação, pode-se aferir algumas considerações, nomeando, primeiramente, as editoras respondentes:

Arquipélago Editorial: Editora fundada em 2006, tem por volta de 40 obras em seu catálogo e sua linha editorial tem como foco principal a combinação da literatura com o jornalismo, publicando diversos livros compostos de reportagens, crônicas e entrevistas.

Artes e Ofícios: Criada em 1991, conta com mais de 220 obras em catálogo, buscando ao longo do tempo reunir nomes consagrados como Luis Fernando Verissimo e Moacyr Scliar, dando também espaço aos autores iniciantes. Conta com uma linha voltada especialmente ao público infanto-juvenil.

Besouro Box: Fundada em 2004, com catálogo de aproximadamente 80 obras, a Besouro Box é direcionada especialmente à publicação de livros de auto-ajuda e temáticas espiritualistas, buscando também sempre dar oportunidades a novos autores.

Dublinense: Editora criada em 2009, com cerca de 80 obras em catálogo, busca conciliar obras com maior foco comercial com outras que permitam a experimentação, buscando sempre preservar o espaço das obras de ficção.

Editora Sulina<sup>16</sup>: Fundada há mais de 67 anos, a Editora Sulina desde 2001 é um dos selos da Editora Meridional Ltda, juntamente com a Sul Editores, tendo em catálogo mais de 370 obras. Entre as temáticas que a Sulina tem como foco estão o cinema, a educação, a filosofia e os livros técnicos.

Grupo A: Fundada em 1973, a editora Grupo A conta com mais de 2000 obras em seu catálogo. Possui os selos Artmed Editora, Bookman Editora, Penso Editora, Artes Médicas e McGraw-Hill. Seu foco é na educação, seja voltada para estudantes, professores, instituições de ensino ou empresas.

Passa-se, então, às respostas e à análise das mesmas. A abordagem, a seguir, está distribuída nos seguintes itens: editor; editora/catálogo; processo de produção; e seleção de pessoal com seus devidos desdobramentos.

### 2.2.1 Editor<sup>17</sup>

O primeiro segmento do questionário trata, especificamente, do profissional da edição, do editor que respondeu a esta pesquisa.

---

<sup>16</sup> Neste trabalho, adotaremos o “Nome Fantasia” da empresa, Editora Sulina, conforme citado pelo editor em sua resposta ao questionário.

<sup>17</sup> A primeira pergunta do questionário referia-se ao nome do editor respondente, mas pelo fato de nem todos terem autorizado a utilização de seu nome, o trabalho irá identificá-los, apenas, por suas editoras.



### 2.2.1.1 Formação

Tabela 1 - Formação dos editores

<b>Editora</b>	<b>Formação do Editor</b>
Arquipélago Editorial	Ensino Superior Completo - Jornalismo
Artes e Ofícios	Ensino Superior Completo - Engenharia Metalúrgica Pós-Graduação: Marketing
Besouro Box	Ensino Superior Completo - Letras
Dublinense	Pós-Graduação - Mestrado em Comunicação
Editora Sulina	Ensino Superior Completo - Filosofia Pós-Graduação: Doutorado em Comunicação Social
Grupo A	Pós-Graduação em andamento: Gestão de Projetos

A partir destas respostas, constata-se a preponderância dos profissionais ligados à área da comunicação. Entre cursos de nível superior ou de pós-graduação, a área está presente em quatro das seis respostas. Além disso, é importante ressaltar o fato de alguém com formação superior em um curso como engenharia metalúrgica ter levado seu caminho profissional para o setor editorial.

### 2.2.1.2 Motivação profissional

Tabela 2 - Motivação profissional dos editores

<b>Editora</b>	<b>O que o motivou a se tornar editor/proprietário de uma editora?</b>
Arquipélago Editorial	Sempre gostei de ler e trabalhei muitos anos como repórter e editor em jornais e revistas. Quando decidi mudar de carreira, a escolha pela edição de livros foi algo natural.
Artes e Ofícios	Ter um negócio
Besouro Box	Amor pelo que faço e a possibilidade de dar acesso a novos conhecimentos às pessoas.
Dublinense	Acaso, mas sempre estive envolvido com literatura e o meio cultural e publicações.
Editora Sulina	Sempre tive o prazer de ler, de estudar história, de conhecer o pensamento etc. Na realidade 3 coisas me levaram ao mundo dos livros, a saber, o próprio livro, a música e o cinema.
Grupo A	Não respondeu

Nota-se que entre os cinco editores que responderam a esta questão, três deles, das editoras Arquipélago, Dublinense e Sulina citaram o amor/apreço/envolvimento pela leitura e o meio cultural como o caminho natural que os levou ao setor editorial. Já outra resposta, da editora Besouro Box, destacou a “possibilidade de dar acesso à novos conhecimentos às pessoas”, citando, também o amor pelo que faz. A exceção ficou por conta do editor da Artes e Ofícios, que escolheu seguir carreira no meio editorial motivado pelo objetivo de “ter um negócio”. Em relação a esta última resposta, convém lembrarmos que o mesmo graduou-se em engenharia metalúrgica, demonstrando que sua incursão pelo mundo dos livros, possivelmente, não era algo que estava desde muito cedo em seus planos.

### 2.2.2 Editora/Catálogo

Este segmento do questionário tem como foco traçar um perfil das editoras, abordando os seguintes aspectos: ano de surgimento, linha editorial, sub-segmento editorial, público-alvo e média de títulos publicados por mês no ano de 2013 (envolvendo lançamentos e reimpressões). Os dados coletados são apresentados, em conjunto, na tabela a seguir:

Tabela 3: Perfil das editoras respondentes

<b>Editora</b>	Arquipélago Editorial	Artes e Ofícios	Besouro Box	Dublinense	Editora Sulina	Grupo A
<b>Ano de Surgimento</b>	2006	1991	2000	2009	Há mais de 70 anos.	1973
<b>Linha Editorial</b>	Plural	Plural	Plural	Plural	Específica/Nicho	Específica/Nicho
<b>Sub-segmento Editorial</b>	Obras gerais-Ficção	Obras gerais-Ficção	Obras gerais-Ficção	Obras gerais-Ficção	Obras gerais-Ficção  CTP (Científico-Técnico-Profissional)	CTP (Científico-Técnico-Profissional)

<b>Público-alvo</b>	Adulto	Adulto Infantil e juvenil	Adultos e jovens	Adulto	Adulto Universitário	Universitário
<b>Média de títulos publicados ao mês em 2013.</b>	1 a 5	13 a 20	1 a 5	1 a 5	1 a 5	13 a 20

Partindo destes dados, o primeiro apontamento que se pode fazer refere-se à editora Grupo A. A especificidade de sua linha editorial abrange o sub-segmento dos livros Científico-Técnico-Profissionais (CTPs), sendo a editora direcionada totalmente ao campo da educação. No entanto, a editora, composta por cinco selos ( Artmed Editora, Artes Médicas, Bookman Editora, Penso Editora, McGraw-Hill), conta com obras de variadas áreas, como medicina, engenharia, psicologia, administração, entre outras, tendo assim uma pluralidade temática dentro do sub-segmento dos CTPs. Percebe-se, também, que além do Grupo A, a única editora a ter uma linha editorial específica/de nicho, a Editora Sulina, engloba, da mesma maneira, o sub-segmento de CTPs. Além disso, pode-se destacar o fato de apenas uma das editoras respondentes, a Artes e Ofícios, ter o público infanto-juvenil como um de seus alvos.

Outros dados importantes desta etapa do questionário, vêm a ser os referentes à média de títulos publicados ao mês, durante o ano de 2013, que servirão, no decorrer do trabalho, para se estabelecer uma relação entre estes números e o quadro de funcionários de cada editora.

### 2.2.3 Processo de Produção

As próximas questões que foram enviadas aos editores tratam do processo de produção editorial e apresentam diversas funções que o integram, questionando se estas são executadas na própria editora, se são serviços terceirizados ou não se

aplicam em sua editora. Nas mesmas questões, foi perguntado qual seria a formação do(s) encarregados de cada atividade.

### 2.2.3.1 Seleção de originais

Tabela 4 - Seleção de originais (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Na editora	Comunicação
Artes e Ofícios	Na editora	Não respondeu
Besouro Box	Na editora	Letras
Dublinense	Na editora	Comunicação/Letras
Editora Sulina	Na editora	Não respondeu
Grupo A	Na editora	Não especificou

Como já se podia esperar, 100% das seis respostas indicam que esta é uma tarefa realizada na própria editora. No capítulo anterior, já se falou sobre a grande importância desta atividade no sucesso ou não de uma editora, que, afinal, depende das vendas e/ou do prestígio de seus títulos, por isso este profissional carrega grande responsabilidade.

### 2.2.3.2 Preparação de originais, cotejamento<sup>18</sup>, bater emendas<sup>19</sup>

Tabela 5 - Preparação de originais, cotejamento, bater emendas (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Na editora	Comunicação
Artes e Ofícios	Na editora	Não respondeu
Besouro Box	Na editora	Letras
Dublinense	Na editora	Letras/Comunicação

<sup>18</sup> Cotejar significa comparar. Compara-se dois livros, minuciosamente, para saber se são efetivamente duas cópias idênticas.

<sup>19</sup> Revisão final do material antes do encaminhamento do mesmo à gráfica.

Editora Sulina	Na editora/terceirizada	Não respondeu
Grupo A	Terceirizada	Letras/Comunicação

Verificamos a presença de profissionais da comunicação nesse conjunto de atividades estritamente ligadas a edição/ preparação de textos em 75% das respostas fornecidas a esse respeito, seja dentro das próprias editoras ou em serviços terceirizados. Observamos também que em 83,33% das editoras respondentes estas são atividades realizadas na própria empresa.

### 2.2.3.3 Copidesque/Revisão

Tabela 6 - Copidesque/Revisão (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Terceirizada	Letras
Artes e Ofícios	Na editora/Terceirizada	Letras/Comunicação
Besouro Box	Terceirizada	Letras
Dublinense	Na editora/Terceirizada	Letras
Editora Sulina	Na editora/Terceirizada	Não respondeu
Grupo A	Na editora/Terceirizada	Letras

Destaca-se aqui, que entre as cinco editoras que, neste item, responderam sobre a formação dos profissionais, apenas a Artes e Ofícios mencionou a área da comunicação. Os profissionais de letras apareceram em 100% das respostas, mostrando-se, portanto, devido aos seus conhecimentos linguísticos, os mais requisitados para esta prática.

#### 2.2.3.4 Texto para orelhas/quarta-capas

Tabela 7- Texto para orelhas/quarta-capas (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Na editora	Comunicação
Artes e Ofícios	Na editora/Terceirizada	Letras/Comunicação
Besouro Box	Na editora	Letras
Dublinense	Na editora	Letras/Comunicação
Editora Sulina	Na editora/Terceirizada	Não respondeu
Grupo A	Na editora	Letras/ Este trabalho é feito pelo editor responsável pelo gerenciamento da obra em questão, logo, a formação dos profissionais é bastante ampla.

Destaca-se a resposta emitida pelo editor do Grupo A, da qual já se pode depreender que a editora conta com um extenso quadro de funcionários envolvidos no setor de edição.

#### 2.2.3.5 Iconografia

Tabela 8 - Iconografia (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Não se aplica	Não se aplica
Artes e Ofícios	Terceirizada	Letras/Comunicação
Besouro Box	Na editora	Profissionais com especialização na área por meio de cursos e experiência.
Dublinense	Terceirizada	Comunicação
Editora Sulina	Não se aplica	Não se aplica
Grupo A	Terceirizada	Não respondeu

2 das 4 editoras que fazem uso desta atividade citaram a formação em comunicação. É sabido que muitos egressos de cursos de comunicação, necessitam ter habilidades com programas de edição de imagens, quer tenham aprendido em sua faculdade, ou por conta própria ou em cursos de preparação e especialização como os mencionados na resposta da editora Besouro Box.

### 2.2.3.6 Projeto Gráfico/ diagramação

Tabela 9 - Projeto Gráfico/ diagramação (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Na editora	Comunicação
Artes e Ofícios	Terceirizada	Artes e design gráfico
Besouro Box	Na editora	Profissionais com especialização na área por meio de cursos e experiência.
Dublinense	Na editora/Terceirizada	Comunicação/Profissional de formação não conhecida.
Editora Sulina	Na editora/Terceirizada	Comunicação
Grupo A	Terceirizada	Não respondeu

60% das cinco respostas recebidas em relação a formação dos que trabalham com esta tarefa, citam a comunicação, e a repetição da resposta da Besouro Box, apresenta a mesma situação do tópico anterior. É preciso saber trabalhar com os programas utilizados para a realização destas tarefas.

### 2.2.3.7 Capa

Tabela 10 - Capa (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Terceirizada	Comunicação
Artes e Ofícios	Na editora/Terceirizada	Comunicação/Design Gráfico
Besouro Box	Na editora	Profissionais com especialização na área por meio de cursos e experiência.
Dublinense	Terceirizada	Comunicação
Editora Sulina	Terceirizada	Não respondeu
Grupo A	Terceirizada	Design

Mais uma vez, profissionais de comunicação e design são citados neste campo das artes gráficas, além disso, o fato de 83,33% das respostas relatarem o uso de

serviços terceirizados sinaliza boas oportunidades para quem trabalha como freelancer<sup>20</sup> na área.

### 2.2.3.8 Liberação de provas<sup>21</sup>

Tabela 11 - Liberação de Provas (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Na editora	Comunicação
Artes e Ofícios	Na editora/Terceirizadas	Comunicação/Design Gráfico/Letras
Besouro Box	Na editora	Letras
Dublinense	Não respondeu	Não respondeu
Editora Sulina	Na editora	Não respondeu
Grupo A	Na editora	Este trabalho é feito pelo editor responsável pelo gerenciamento da obra em questão, logo, a formação dos profissionais é bastante ampla.

Observa-se que em 100% das editoras que responderam a questão, esta é uma tarefa realizada na própria editora, ainda que a Artes e Ofícios, conte também com serviço terceirizado.

### 2.2.3.9 Impressão

Tabela 12 - Impressão (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Terceirizada	Não respondeu
Artes e Ofícios	Terceirizada	Diversos
Besouro Box	Terceirizada	Não sei
Dublinense	Terceirizada	Não sei
Editora Sulina	Terceirizada	Não respondeu
Grupo A	Terceirizada	Não especificou

<sup>20</sup> Profissional autônomo que presta serviços a diferentes empresas.

<sup>21</sup> Conferir amostra da composição tipográfica, a fim de detectar possíveis erros para que sejam corrigidos.



100% das respostas afirmaram que é uma etapa terceirizada pelas editoras. Em relação a formação dos profissionais, nenhum editor soube dar quaisquer informações. Desta questão, se pode concluir que as seis editoras não contam com gráfica própria.

### 2.2.3.10 Tradução

Tabela 13 - Tradução (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Terceirizada	Depende de cada projeto.
Artes e Ofícios	Terceirizada	Letras
Besouro Box	Terceirizada	Letras
Dublinense	Terceirizada	Letras
Editora Sulina	Terceirizada	Não respondeu.
Grupo A	Terceirizada	Letras. Em caso de livros muito técnicos, a tradução é feita por um profissional especialista no assunto

Assim, como no caso da impressão, 100% das respostas indicam a terceirização deste serviço.

### 2.2.3.11 Liberação de direitos autorais e contratos.

Tabela 14 - Liberação de direitos autorais e contratos (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Na editora	Comunicação
Artes e Ofícios	Na editora	Diversos
Besouro Box	Na editora	Não especificou
Dublinense	Na editora	Comunicação
Editora Sulina	Na editora	Não respondeu
Grupo A	Na editora	Direito

Destaca-se aqui, o fato de o grupo A, notavelmente por ser uma editora de maior porte, contar com um profissional do direito nesta atividade.

### 2.2.3.12 Marketing e Divulgação

Tabela 15 - Marketing e Divulgação (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Terceirizada	Comunicação
Artes e Ofícios	Na editora/Terceirizada	Comunicação
Besouro Box	Na editora	Letras
Dublinense	Na editora/Terceirizada	Comunicação
Editora Sulina	Terceirizada	Comunicação
Grupo A	Na editora	Comunicação/Design

Neste setor, previsivelmente, a comunicação prevalece, constando em 83,33% das respostas.

### 2.2.3.13 Vendas

Tabela 16 - Vendas (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Na editora	Comunicação
Artes e Ofícios	Na editora	Diversos
Besouro Box	Na editora	Profissionais com especialização na área por meio de cursos e experiência.
Dublinense	Na editora	Não sabia
Editora Sulina	Na editora	Não respondeu
Grupo A	Na editora	Não há formação específica

Mais uma etapa 100% realizada nas próprias editores. Apenas a Arquipélago Editorial definiu a formação do responsável pelas suas vendas, sendo do campo da comunicação. Já a Besouro Box, novamente mencionou a

utilização de cursos para se adquirir experiência na área, mostrando que preza pela especialização dos seus profissionais nas atividades que desempenham.

#### 2.2.3.14 . Educação: contato com escolas e professores

Tabela 17 - Educação: contato com escolas e professores (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Não se aplica	Não se aplica
Artes e Ofícios	Na editora	Letras/Diversos
Besouro Box	Na editora/Terceirizada	Não sabia
Dublinense	Na editora	Não sabia
Editora Sulina	Não se aplica	Não se aplica
Grupo A	Na editora	Comunicação, dentre outras

Observa-se o fato de apenas duas das seis editoras (33,33%), não realizarem esta atividade. Demonstrando que a maioria preza por este contato com as escolas e dedica atenção a esta área.

#### 2.2.3.15 Custos de Produção

Tabela 18 - Custos de Produção (Realização e Formação Profissional)

<b>Editora</b>	<b>Realização</b>	<b>Formação profissional</b>
Arquipélago Editorial	Na editora	Administração
Artes e Ofícios	Na editora/Terceirizada	Letras
Besouro Box	Na editora	Especialização na área por meio de cursos e experiência.
Dublinense	Na editora	Comunicação
Editora Sulina	Na editora	Não respondeu
Grupo A	Na editora	Varia de acordo com o editor responsável pela obra, pois os custos são planejados projeto a projeto.

Mais um serviço realizado na própria editora, de acordo com 100% das respondentes, tendo a Artes e Ofícios, ainda o serviço de profissional terceirizado. No que se refere a formação dos profissionais, as respostas foram diferentes entre todas as editoras.

## 2.2.4 Seleção de Pessoal

### 2.2.4.1 Busca e seleção de profissionais

A primeira pergunta deste segmento do questionário visa descobrir de que maneira cada editora busca e seleciona seus profissionais.

Tabela 19 - Busca e seleção de profissionais

<b>Editora</b>	<b>De que maneira</b>
Arquipélago Editorial	Não respondeu
Artes e Ofícios	Não respondeu
Besouro Box	A busca inicial é por indicação de empresas parceiras.
Dublinense	Através da rede de contatos. Indicações apenas.
Editora Sulina	Como a editora tem sua linha editorial acadêmica e técnica, apenas alguns livros de literatura, a escolha é feita a partir da busca do editor e de contatos de pessoas que colaboram com a editora.
Grupo A	Não respondeu

Observa-se que apenas três editoras responderam a esta questão, e para todas, o fator prioritário é a rede de contatos e indicações. Mas há, também, diferenças entre as respostas. Através da resposta do editora da “Dublinense” entende-se que este é o único meio de seleção adotado pela empresa, já a resposta da Besouro Box deixa a possibilidade da adoção de outros métodos. A resposta da Editora Sulina, por sua vez, trata da seleção de autores pela editora.

#### 2.2.4.2 Eixos de atuação dos profissionais

Na próxima questão foi questionado, a partir da amplitude de atuação dos profissionais desta área, quais dos eixos, entre impressos, web (sites e redes sociais) e audiovisual, interessavam às editoras participantes.

Tabela 20 - Eixos de atuação dos profissionais

<b>Editora</b>	<b>Eixos de atuação dos profissionais</b>
Arquipélago Editorial	Web/Impressos
Artes e Ofícios	Web/Impressos/Audiovisual
Besouro Box	Web
Dublinense	Web/Impressos
Editora Sulina	Web/Impressos
Grupo A	Web/Impressos/Audiovisual

A partir destes dados, sobretudo pelo manifestado amplo interesse em quem trabalhe com a área de web, é possível inferir que um profissional com habilidades e experiências nas diversas mídias, além do meio impresso, pode ter vantagens na busca por um emprego no setor editorial. O que já havia sido constatado no capítulo anterior deste trabalho.

#### 2.2.4.3 Modalidade das publicações

Esta questão tem como objetivo saber quais os formatos de publicação trabalhados em cada editora, entre o impresso e o digital.

Tabela 21 - Modalidade das publicações

<b>Editora</b>	<b>Modalidade das publicações</b>
Arquipélago Editorial	Impresso/eBook
Artes e Ofícios	Impresso/eBook
Besouro Box	Impresso/eBook
Dublinense	Impresso/eBook

Editora Sulina	Impresso
Grupo A	Impresso/eBook

As respostas dadas à esta pergunta corroboram com o pensamento de que profissionais mais bem preparados para desenvolver seu trabalho em diversos meios encontrarão maior facilidade em conseguir uma colocação neste mercado.

#### 2.2.4.4 Número de funcionários/Média mensal de profissionais terceirizados

Em seguida o questionário abordou o número de funcionários das editoras e a média de profissionais terceirizados utilizados ao mês por cada uma delas. Para melhor visualização destes dados, eles serão apresentados na tabela a seguir juntamente aos números já mencionados anteriormente relativos à média de publicações/mês no ano de 2013 de cada editora.

Tabela 22 - Média de publicações x Número de profissionais

Editora	Média de publicações/mês de 2013	Número de funcionários	Média de profissionais terceirizados/mês
Arquipélago Editorial	1 a 5	2	4
Artes e Ofícios	13 a 20	8	3
Besouro Box	1 a 5	7	“Geralmente terceirizamos apenas a revisão”
Dublinense	1 a 5	4 (dois sócios)	2
Editora Sulina	1 a 5	3	2 a 4
Grupo A	13 a 20	Aproximadamente 300	Aproximadamente 20

Observando a tabela, é possível constatar a relação direta entre a média de títulos publicados por cada editora e o seu número de profissionais, especialmente no que se refere à editora Grupo A, que possui um quadro de funcionários que chega a ser

aproximadamente cem vezes maior que o de outra das respondentes e uma vasto número de obras compondo seu catálogo.

Com base nisto, pode-se dizer que o Grupo A, certamente, conta com um organograma de cargos e tarefas muito mais complexo e com uma divisão de tarefas muito superior ao das outras respondentes, que por contarem com um número pequeno de funcionários, por certo, necessitam que uma mesma pessoa realize diversas funções, entre aquelas executadas na própria editora. Em relação a este aspecto, também nota-se que entre as editoras com média de “1 a 5 publicações/mês”, a Besouro Box, que afirma terceirizar apenas o serviço de revisão, possui o maior número de funcionários em sua própria empresa.

#### 2.2.4.5 Interesse na contratação de profissionais graduados em Produção Editorial

Finalmente, a última questão visava descobrir, efetivamente, o quão abertas as editoras do Rio Grande do Sul estão, aos profissionais graduados em Produção Editorial. A pergunta foi respondida pelas seis editoras.

Tabela 23 - Interesse na contratação de graduados em produção editorial

<b>Editora</b>	<b>Interesse na contratação de profissionais graduados em Produção Editorial</b>
Arquipélago Editorial	GRANDE INTERESSE
Artes e Ofícios	Terceirização de serviços editoriais diversos
Besouro Box	Seria muito interessante
Dublinense	A pessoa e suas características e trabalhos já realizados e recomendação importam pra mim mais do que a instituição/curso pelos quas ela passou.
Editora Sulina	Para mim o que importa é que o profissional consiga reunir todo o aprendizado teórico e técnico e possa preencher os requisitos básicos para trabalhar com livro, ou seja, trabalhar em uma editora, que saiba que criar uma capa não é fazer uma embalagem de sabonete...a capa tem que ter essa interação do texto com a sua proposta, mesmo vale para quem faz projeto gráfico e trabalha na editora.
Grupo A	Acredito que profissionais com esta formação sejam extremamente importantes para as editoras; logo, o interesse por esses profissionais está em franca expansão.

Observando as respostas, pode-se aferir que três dos editores se mostraram bastante interessados. A Arquipélago Editorial, que enfatizou seu interesse com a utilização de letras maiúsculas na resposta, a Besouro Box e o Grupo A.

Já outras duas editoras mostraram-se, também, interessadas no trabalho de um egresso do curso de produção editorial, embora sem a mesma intensidade observada nas respostas anteriores. A Artes e Ofícios e a Editora Sulina. Nota-se que ambas as respostas, apesar de não manifestarem na mesma medida o interesse na contratação destes profissionais, abordam a pluralidade de tarefas que estes podem vir a realizar, seja na própria editora ou como prestador de serviços terceirizados.

E fechando as respostas a esta questão, o editor da Dublinense emite uma resposta que segue a mesma linha da fornecida pela Editora Sulina, mas diferentemente da primeira que menciona o “aprendizado teórico e técnico” como algo a ser utilizado pelo profissional, esta cita diversos fatores prioritários em detrimento à qual seja sua formação universitária, sendo assim a resposta que manifesta o menor interesse na contratação específica dos graduados em produção editorial.

No gráfico a seguir (Figura 6), as respostas foram classificadas como grande, médio e pequeno interesse na contratação específica destes profissionais, devido a sua formação em produção editorial.

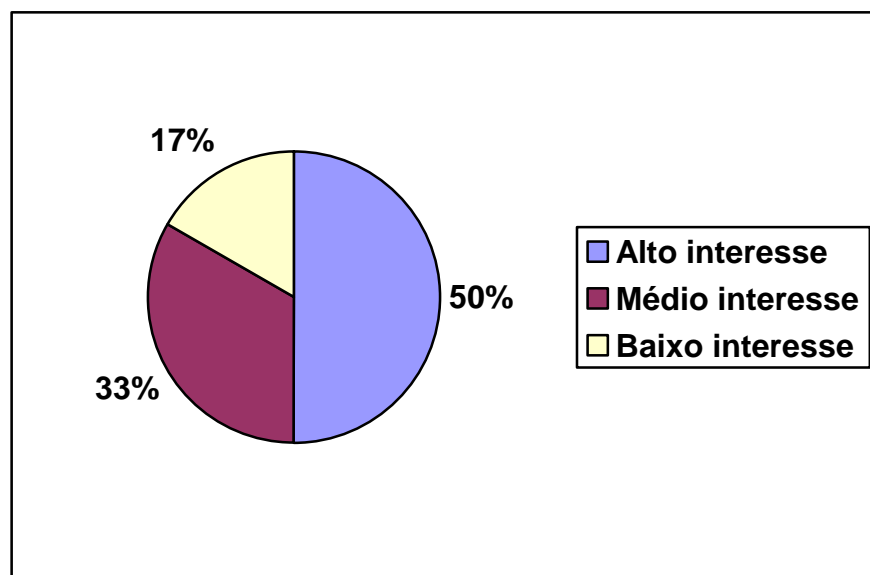


Figura 6 - Gráfico do interesse na contratação de graduados em Prod. Editorial



#### 2.2.4.6 Comentários

Após as questões, havia um espaço para que cada editor pudesse tecer “comentários/críticas/sugestões e/ou complementar informações”, conforme sua vontade, mas apenas o da Editora Sulina fez uso do mesmo. “Meu principal comentário é que quem gosta de livros, deva ler livros, conhecer o que está fazendo..”, escreveu ele. Este comentário encerra uma linha de pensamento já manifestada no segmento inicial do questionário nas respostas à pergunta que desejava saber a motivação de cada um para tornar-se editor. O apreço pelos livros, o amor pelo que se faz, o envolvimento com sua área de atuação, sentimentos e posturas mencionados pelos editores respondentes e que se mostram fundamentais para que um profissional obtenha sucesso neste campo e proporcione o mesmo à editora em que trabalha.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O primeiro fator levado em conta na definição do tema desta monografia foi o desejo pessoal desta pesquisadora em saber mais sobre o campo de atuação na área que mais lhe despertou interesse durante o curso de Comunicação Social - Produção Editorial. Saber qual o lugar, do profissional que trabalha com a edição de livros e de que forma ele pode atuar no mercado editorial, em especial, no estado proveniente do Curso, o Rio Grande do Sul. O segundo fator reside na constatação da falta de pesquisas destinadas ao estudo desta temática.

Para tanto, o trabalho apresentou um resgate histórico da atuação do editor através dos séculos, iniciando com a invenção da prensa por Gutenberg, até os dias atuais, em que tantas possibilidades se abrem com a coexistência dos formatos impressos e digitais. Igualmente, abordou de que maneira este profissional situa-se em uma editora, considerando suas atribuições, tarefas, etc, enfim, a contribuição que tem a dar nas diversas fases do ciclo de produção do livro. Tratou, também, das novas oportunidades que surgem com os novos formatos de publicação. Para isso, teve o amparo teórico de John Thompson, Roger Chartier, Aníbal Bragança, Gérard Genette, André Schiffrin, Joaquim da Fonseca, Ednei Procópio e Camila Cabete. Tal cabedal teórico contribui para percebermos os desafios do editor diante do mercado e as dificuldades que poderá enfrentar no setor, tais como o conflito entre o lucro e a publicação de obras que não tenham o retorno financeiro como meta.

Buscou, por meio da pesquisa de levantamento de dados, através de questionários enviados a editores das empresas integrantes do Clube dos Editores do Rio Grande do Sul, compreender de que forma este profissional atua no mercado editorial gaúcho identificando um lugar em que é possível atuar, bem como, ter um panorama das casas editoriais existentes e as especificidades de cada uma. A pesquisa revelou que o mercado oferece oportunidades a profissionais que saibam trabalhar com diferentes mídias, que tenham amor pela leitura e pelo seu ofício, que saibam que um editor pode ter papel vital na maioria das etapas de produção de uma publicação. Mostrou que uma graduação em produção editorial pode não ser o suficiente para se conseguir uma vaga neste mercado, mas que aliada a outros fatores,

pode ter importância na busca por uma colocação, desde que este profissional saiba utilizar suas habilidades e capacidades desenvolvidas ao longo do curso, buscando, sempre, o aperfeiçoamento em seu ofício. Desta maneira, a pesquisa responde à questão que motivou, pessoalmente, esta pesquisadora a realizar este trabalho.

Conforme já citado, através de pesquisa bibliográfica retratou-se o papel do editor sob variados aspectos. E através dos questionários respondidos, foi possível se ter uma projeção do cenário em que se encontram as editoras do Rio Grande do Sul, no qual convivem uma grande empresa, no caso o Grupo A, com extensos catálogos e muitos funcionários, e pequenas editoras, todas as demais editoras entrevistadas, em que poucas pessoas realizam diversas tarefas, pelo prazer de se publicar um livro.

Pode-se afirmar, portanto, que este estudo tenha conseguido responder aos seus objetivos. Eram eles: saber de que forma o profissional de edição insere-se no mercado editorial gaúcho, traçar um perfil da profissão de editor e apresentar um panorama das editoras sul-riograndenses.

Tendo, assim, atingido seus resultados, ganha relevância a contribuição à sociedade que o presente trabalho pode prestar, sendo por este motivo enviado ao Clube dos Editores do Rio Grande do Sul e aos editores que dele participaram, visando contribuir com o desenvolvimento do mercado editorial gaúcho, a partir da pesquisa e análise realizadas.

Por fim, o presente estudo levou à pesquisadora a vislumbrar oportunidades em novos estudos, uma vez que seria interessante realizar um maior aprofundamento na atuação do editor na produção de e-Books e em como se estrutura uma editora especializada em livros digitais. E fica, também, a possibilidade de, quem sabe em um futuro breve, se poder realizar uma investigação sobre a efetiva contribuição de graduados em produção editorial já empregados nas editoras sul-riograndenses, ou seja, a inserção dos egressos do Curso no mercado.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL - EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Apesar de crescimento de 350% nas vendas, livros digitais não chegam a 1% do faturamento das editoras.** Disponível em < <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-09-05/apesar-de-crescimento-de-350-nas-vendas-livros-digitais-nao-chegam-1-do-faturamento-das-editoras>> Acesso em 18 nov. 2014.

ARQUIPÉLAGO EDITORIAL. Disponível em: < <http://www.arquipelagoeditorial.com.br/>> Acesso em 15 dez. 2014.

ARTES E OFÍCIOS. Disponível em: < <https://arteseoficios.websiteseuro.com/loja/>> Acesso em 15 dez. 2014.

BESOURO BOX. Disponível em: < <http://www.besourobox.com.br/>> Acesso em 15 dez. 2014.

BRAGANÇA, Aníbal. **Sobre o editor. Notas para sua história.** *Em questão*, Porto Alegre, v.11. n.2, p.219-237, jul./dez. 2005.

CABETE, Camila. **Como organizar um setor digital em uma editora.** Disponível em < <http://www.publishnews.com.br/telas/colunas/detalhes.aspx?id=73040>> Acesso em 17 nov. 2014.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador.** Tradução de Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora UNESP/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999. Título original: *Le livre en révolutions*.

CLUBE DOS EDITORES DO RIO GRANDE DO SUL. Disponível em : <<http://www.clubedoseditores.com.br/blog/>. >Acesso em 10 out. 2014.

DUBLINENSE. Disponível em: < <http://www.dublinense.com.br/>> Acesso em 15 dez. 2014.

EDITORA SULINA/SUL EDITORES. Disponível em: < <http://www.editorasulina.com.br/>> Acesso em 15 dez. 2014.

FARIA, Maria Isabel; PERICÃO, Maria da Graça. **Dicionário do livro: da escrita ao livro eletrônico.** São Paulo: EDUSP, 2008.

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros.** Porto Alegre: Bookman, 2008.

GENETTE, Gerard. **Paratextos Editoriais**. Tradução de Álvaro Faleiros. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2009. Título original: *Seuils*

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GRUPO A. Disponível em: < <http://www.grupoa.com.br/>> Acesso em 15 dez. 2014.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil**. Disponível em <<http://prolivro.org.br/home/index.php/atuacao/25-projetos/pesquisas/3900-pesquisa-retratos-da-leitura-no-brasil-48>> Acesso em: 18 nov. 2014

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.

PROCÓPIO, Ednei. **O mercado para editor de livros digitais**. Reportagem de Andréa Maia. Disponível em <<http://www.bradescouniversitario.com.br/html/cub/carreira/mercado-trabalho/editor-digitais.shtm>> Acesso em 18 nov. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Projeto Pedagógico do Curso de Produção Editorial**. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/prograd/not.php?id=1169>> Acesso em 15 dez. 2014

SCHIFFRIN, André. **O dinheiro e as palavras**. Tradução de Celso Mauro Paciornik. São Paulo: BEI Comunicação, 2011.

SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros: como as grandes corporações decidem o que você lê**. Tradução de Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

THOMPSON, John B. **Mercadores de Cultura: o mercado editorial no século XXI**. Tradução de Alzira Allegro. São Paulo: Editora Unesp, 2013. Título original: *Merchants of culture*.

# APÊNDICE

## QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

### 1.EDITOR

1.1 Nome:

1.2 Formação:

- ( ) Ensino fundamental incompleto
- ( ) Ensino fundamental completo
- ( ) Ensino médio incompleto
- ( ) Ensino médio completo
- ( ) Ensino superior incompleto
- ( ) Ensino superior completo Curso: .....
- ( ) Pós-graduação: .....

1.3 . O que o motivou a se tornar editor/proprietário de uma editora?

### 2. EDITORA / CATÁLOGO

2.1 Nome da editora:

2.2 Ano de surgimento da Editora:

Assinale as categorias em que sua editora se enquadra:

2.3 Linha editorial

- ( ) Específica/nicho
- ( ) Plural ( mais de uma linha editorial )

2.4 Subsegmento editorial

- ( ) Didáticos
- ( ) Obras gerais - ficção
- ( ) Religiosos
- ( ) CTP - (Profissional / Técnico-Científico)

2.5 Público-alvo

- ( ) adulto
- ( ) Infantil e juvenil
- ( ) Universitário
- ( ) Outro(s).....

2.6 Produção editorial

Qual a média de títulos publicados ( novos e reimpressões) por mês? (Questão referente ao ano de 2013):

- ( ) de 1 a 5 ( ) de 6 a 12 ( ) de 13 a 20 ( ) outro:.....

### 3. PROCESSO DE PRODUÇÃO

Em relação às etapas do processo de produção do livro listadas abaixo, assinale a alternativa que corresponde à realização de cada tarefa:

#### 3.1 Seleção de originais

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Letras  Comunicação  não sei  outro:  
.....

#### 3.2. Preparação de originais, cotejamento, bater emendas

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Letras  Comunicação  não sei  outro:  
.....

#### 3.3. Copidesque/Revisão

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Letras  Comunicação  não sei  outro:  
.....

#### 3.4. Textos para orelhas, quarta-capa

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Letras  Comunicação  não sei  outro:  
.....

#### 3.5. Iconografia

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Letras  Comunicação  não sei  outro:  
.....

#### 3.6. Projeto Gráfico/ diagramação

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Comunicação  não sei  outro: .....

#### 3.7. Capa

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Comunicação  não sei  outro: .....

#### 3.8. Liberação de provas

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Comunicação  não sei  outro: .....

#### 3.9. Impressão

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional:  Comunicação  não sei  outro: .....

#### 3.10. Tradução

na editora  terceirizado  não se aplica.

Formação do profissional: ( ) Letras ( ) Comunicação ( ) não sei ( ) outro:  
.....

3.11. Liberação de direitos autorais/ contrato

( ) na editora ( ) terceirizado ( ) não se aplica.

Formação do profissional: ( ) Letras ( ) Comunicação ( ) não sei ( ) outro:  
.....

3.12. Marketing e divulgação

( ) na editora ( ) terceirizado ( ) não se aplica.

Formação do profissional: ( ) Letras ( ) Comunicação ( ) não sei ( ) outro:  
.....

3.13. Vendas

( ) na editora ( ) terceirizado ( ) não se aplica.

Formação do profissional: ( ) não sei ( ) outro: .....

3.14. Educação: contato com escolas e professores

( ) na editora ( ) terceirizado ( ) não se aplica.

Formação do profissional: ( ) Letras ( ) Comunicação ( ) não sei ( ) outro:  
.....

3.15. Custos de produção

( ) na editora ( ) terceirizado ( ) não se aplica.

Formação do profissional: ( ) Comunicação ( ) não sei ( ) outro: .....

## 4. SELEÇÃO DE PESSOAL

4.1 De que maneira sua editora busca e seleciona os profissionais?

4.2. Considerando a amplitude da área de atuação dos profissionais da área, quais dos eixos abaixo interessam à sua editora:

( ) atuação na web ( sites e mídias sociais)

( ) atuação com impressos

( ) atuação com audiovisual

4.3. Modalidade de publicações de sua editora:

( ) impressos

( ) eBook

4.4 . Qual o número de funcionários/anual?

4.5 Qual a média/mensal de profissionais terceirizados?

4.6 A partir da criação do curso de Comunicação Social - Produção Editorial na UFSM, qual seria seu interesse na contratação de profissionais com esta formação?



## **5. COMENTÁRIOS**

Questão aberta para que você possa tecer comentários/críticas/sugestões e/ou complementar informações.

Estaria à disposição para aprofundar o tema em novos contatos? ( ) sim ( ) não

## **6. TERMO DE COMPROMISSO**

Solicito que a identificação referente ao nome do(a) editor(a) e da editora:

- ( ) Possam ser utilizados no TCC e em posterior publicação.
- ( ) Autorizo o nome da editora na relação de empresas entrevistadas.
- ( ) Não autorizo o uso do nome do editor(a) e da editora em nenhuma hipótese.

Nome:

Local/data: