

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL**

Clara Beatriz Coriolano Timbó

**O QUE FAZ UM *PUBLISHER*: UMA ANÁLISE A PARTIR DA  
NARRATIVA DA SÉRIE *YOUNGER***

Santa Maria, RS  
2022

Clara Beatriz Coriolano Timbó

**O QUE FAZ UM *PUBLISHER*: UMA ANÁLISE A PARTIR DA NARRATIVA DA  
SÉRIE *YOUNGER***

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao curso de Comunicação  
Social, da Universidade Federal de Santa  
Maria (UFSM, RS), como requisito parcial  
para a obtenção do título de Bacharel em  
Comunicação Social – Produção Editorial.

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

Santa Maria, RS  
2022

**Clara Beatriz Coriolano Timbó**

**O QUE FAZ UM *PUBLISHER*: UMA ANÁLISE A PARTIR DA NARRATIVA DA  
SÉRIE *YOUNGER***

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao curso de Comunicação  
Social, da Universidade Federal de Santa  
Maria (UFSM, RS), como requisito parcial  
para a obtenção do título de Bacharel em  
Comunicação Social – Produção Editorial.

Aprovado em 12 de abril de 2022.

---

**Marília de Araujo Barcellos, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> (UFSM)  
(Presidente, Orientadora)**

---

**Eliane Hatherly Paz, Dr.<sup>a</sup> Letras, especialista**

---

**Leandro Stevens, Prof. Dr. (UFSM)**

Santa Maria, RS  
2022

*Dedico este trabalho a Aucileide Coriolano Gonçalves, minha  
mãe, a pessoa que eu mais amo no mundo.*

## **AGRADECIMENTOS**

À minha mãe, Aucileide Coriolano Gonçalves, em primeiro lugar, que sempre esteve ao meu lado durante todo o processo de escrita deste trabalho, não deixando que eu desistisse em nenhum momento;

À minha orientadora, Marília de Araujo Barcellos, que não desistiu de mim mesmo depois de tantos adiamentos;

A Julianna Moreira, que me ajudou quando eu acreditava que não ia conseguir entregar esta pesquisa a tempo;

Às minhas tias Rai, Adriana e Nice, as quais considero como mães.

## RESUMO

### O QUE FAZ UM *PUBLISHER*: UMA ANÁLISE A PARTIR DA NARRATIVA DA SÉRIE *YOUNGER*

Autor: Clara Beatriz Coriolano Timbó  
Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marília de Araujo Barcellos

O diploma do curso de Comunicação Social – Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) possibilita o exercício de diversas profissões, dentre elas a de *publisher*. Em uma editora do mercado literário, este profissional possui várias funções, as quais o presente trabalho tem como objetivo principal analisar, a partir de sua representação na série televisiva *Younger*, uma obra ficcional que retrata, de maneira dramatizada, o mercado editorial de Nova York. Para tanto, realizou-se uma pesquisa descritivo-exploratória, que emprega o método bibliográfico e o procedimento documental. Com isso, observamos quais são e como funcionam as funções do *publisher* por meio de exemplos retirados da narrativa da série, que apresenta um mercado editorial com aspectos semelhantes aos da vida real, o que oferece embasamento para a condução da atual pesquisa. Além disso, a análise da série permitiu melhor entendimento de situações que ocorrem no mercado editorial que foram explicadas durante o curso de Produção Editorial.

**Palavras-Chave:** Produção Editorial; *Publisher*; Funções; Série; *Younger*.

## **ABSTRACT**

### **WHAT A PUBLISHER DOES: AN ANALYSIS FROM THE NARRATIVE OF THE YOUNGER SERIES**

**AUTHOR:** Clara Beatriz Coriolano Timbó  
**ADVISOR:** Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marília de Araujo Barcellos

A degree from the Social Communication – Editorial Production course at the Federal University of Santa Maria enables the exercise of several professions, among them that of a publisher. In a book publishing house, the publisher has several duties, the main objective of the present study is to analyze their representation in the television series *Younger*, a fictional work that portrays, in a dramatic way, the New York publishing market. To this end, a descriptive-exploratory research was carried out, using the bibliographic method and the documentary procedure. Finally, it was observed what the duties of the Publisher are and how they work based on examples taken from the narrative of the series, which, in turn, presents an editorial market with aspects similar to those of real life, which offers a basis for conducting the current research. In addition, the analysis of the series allowed a better understanding of situations that occur in the publishing market that were explained during the Editorial Production course.

**Keywords:** Editorial Production; Publisher; Duties; Series; *Younger*.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pôster da primeira temporada da série Younger .....	14
Figura 2 - Os três livros do universo de Younger .....	18
Figura 3 - Imagem explicando a conexão entre os livros e a série.....	18
Figura 4 - Os personagens principais da sexta temporada de Younger.....	23
Figura 5 - Cadeia de suprimentos do livro.....	28
Figura 6 - Cadeia de valor na área editorial .....	29
Figura 7 - Principais recursos ou capitais da editora.....	30
Figura 8 - Principais funções do publisher .....	32
Figura 9 - Prêmios no escritório de Diana .....	36
Figura 10 - John Green e Rob Olive lado a lado .....	37
Figura 11 - Cat Marnell e Jade Winslow lado a lado .....	39
Figura 12 - George R. R. Martin e Edward L. L. Moore lado a lado .....	42
Figura 13 - Karl Ove Knausgård e Anton Bjornberg lado a lado.....	46
Figura 14 - Duas cenas de desenvolvimento de conteúdo mostradas em Younger..	53
Figura 15 - Candace Bushnell e Annabelle Bancroft lado a lado .....	56
Figura 16 - Marie Kondo e Kiko Kakami lado a lado .....	58

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 A SÉRIE FICCIONAL <i>YOUNGER</i></b> .....	14
2.1 O QUE É UMA SÉRIE?.....	15
2.2 OS LIVROS DE <i>YOUNGER</i> .....	17
2.3 O ENREDO DE <i>YOUNGER</i> .....	19
<b>2.3.1 Compreendendo a série</b> .....	20
<b>2.3.2 Personagens</b> .....	22
<b>3 O PROCESSO EDITORIAL DO LIVRO</b> .....	27
3.1 CADEIA E CAMPOS EDITORIAIS E CAPITAIS .....	27
3.2 O <i>PUBLISHER</i> E SUAS FUNÇÕES.....	32
<b>4 AS FUNÇÕES DE UM <i>PUBLISHER</i> IDENTIFICADAS EM <i>YOUNGER</i></b> .....	35
4.1. A EDITORA FICCIONAL <i>EMPIRICAL</i> .....	35
4.2 AS FUNÇÕES DO <i>PUBLISHER</i> EM <i>YOUNGER</i> .....	45
<b>4.2.1 Aquisição de conteúdo e construção do catálogo</b> .....	45
4.2.1.1 Ofertas Realizadas por editores/ <i>publishers</i> da <i>Empirical/Millennial</i> .....	46
4.2.1.2 Agenciamento literário e a <i>slush pile</i> .....	48
4.2.1.3 Leilões .....	49
4.2.1.4 Livros sob encomenda .....	50
<b>4.2.2 Investimento financeiro e avaliação de riscos</b> .....	51
<b>4.2.3 Desenvolvimento de conteúdo e controle de qualidade</b> .....	52
<b>4.2.4 Gerenciamento e coordenação</b> .....	54
<b>4.2.5 Vendas e <i>marketing</i></b> .....	55
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	63
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	67
<b>APÊNDICE A – RESUMO DE <i>YOUNGER</i>: EPISÓDIO 1, TEMPORADA 1</b> .....	72
<b>APÊNDICE B – RESUMO DE <i>YOUNGER</i>: EPISÓDIO 2, TEMPORADA 2</b> .....	73
<b>APÊNDICE C – RESUMO DE <i>YOUNGER</i>: EPISÓDIO 1, TEMPORADA 3</b> .....	75
<b>APÊNDICE D – RESUMO DE <i>YOUNGER</i>: EPISÓDIO 12, TEMPORADA 4</b> .....	76
<b>APÊNDICE E – RESUMO DE <i>YOUNGER</i>: EPISÓDIO 7, TEMPORADA 5</b> .....	77
<b>APÊNDICE F – RESUMO DE <i>YOUNGER</i>: EPISÓDIO 2, TEMPORADA 6</b> .....	78

## 1 INTRODUÇÃO

Um livro é uma forma de transmitir narrativas, sendo considerado uma das mídias mais antigas do mundo. Uma vez que as obras audiovisuais muitas vezes retiram referências da vida real para criar suas histórias, era uma questão de tempo até que um filme ou uma série televisiva utilizasse, como inspiração para o enredo de seus produtos, narrativas provenientes da literatura disponível no mercado editorial e produzidas no âmbito da indústria do livro.

O sociólogo John B. Thompson (2021), na obra intitulada *As guerras do livro*, destaca que o mercado editorial, sendo uma das mais antigas indústrias de mídia,

[...] desempenhou um papel fundamental na configuração da cultura moderna, da revolução científica nos primórdios da Europa moderna, a grande quantidade de obras literárias e formas de conhecimento que se tornaram hoje parte tão importante das nossas vidas e das nossas sociedades (THOMPSON, 2021, prefácio).

Diante disso, fazem-se essenciais os seguintes questionamentos: como funciona esse mercado editorial que traz para a realidade diversas narrativas em formato de livro? Trata-se de um mercado interessante a ponto gerar entretenimento para o público em geral?

Tais questões encontram respostas com *Younger*<sup>1</sup>, uma série audiovisual que utiliza o mercado editorial como um palco para o desenrolar de sua narrativa, mostrando-se interessante o suficiente para ser renovada por sete temporadas.

No entanto, a referida série não é a primeira obra audiovisual que se valeu do mercado editorial como base para sua história – a série *Being Erica*, por exemplo, mostra sua protagonista trabalhando nesse campo profissional (VINEYARD, 2020). O que diferencia *Younger* de outras obras situadas nesse âmbito é a imersão: a maioria de seus conflitos giram em torno dos livros, autores e funcionários (e suas respectivas responsabilidades) de uma editora ficcional – a *Empirical*, que mais tarde mudaria seu nome para *Millennial*.

A partir desse enredo, a série demonstra, de diversas maneiras – mesmo que dramatizadas –, como funciona o mercado editorial e o campo das relações entre os elementos nele instaurados. Dentro dele (e da organização que é uma editora), um

---

<sup>1</sup> Em português, o título significa “mais jovem” (tradução nossa).

dos seus principais agentes é o *publisher*, que possui as mais variadas funções. Tendo esse contexto em mente, o objetivo geral de nossa pesquisa é justamente analisar as funções desse profissional a partir da sua representação na série *Younger*.

Com isso em vista, o primeiro capítulo do presente trabalho apresenta a série em um plano geral: informações gerais, enredo e história profissional das personagens principais, além de explicar o que é uma série em termos audiovisuais e por qual motivo *Younger* carrega esse rótulo.

No segundo capítulo, por sua vez, apresenta-se a teoria editorial necessária para explicar como *Younger* dispõe o mercado editorial e as funções do *publisher*. Para tanto, utiliza-se principalmente a teoria do autor John B. Thompson em seu livro *Mercadores de Cultura* (2013), em que ele explica como funciona a referida área e enumera o que considera ser as seis principais funções desse profissional.

Finalmente, o terceiro capítulo tem por intuito aplicar a teoria apresentada de Thompson (2013) à narrativa da série, para que seja possível identificar e exemplificar quais são as funções de um *publisher* demonstradas na série. Além disso, traz-se uma contextualização sobre a editora ficcional (*Empirical*), na qual tais funções, em sua maioria, ocorrem, com vistas a situar o leitor no ambiente apresentado pela obra.

Quanto à justificativa para o desenvolvimento de nosso estudo, em primeiro lugar, vale dizer que a série *Younger* é um dos motivos principais pelo qual decidimos cursar Produção Editorial, formação que prepara seus estudantes para o ingresso no mercado editorial, ambiente profissional representado na série. Para uma pessoa que, desde criança, sempre adorou ler e se interessou pelo processo editorial em todas as etapas de produção do livro até a sua publicação, a profissão de *publisher*, de editor, tornou-se, assim, um sonho. Poder acompanhar histórias que abordam esses temas e contextos profissionais é inspirador. Foi justamente esse o nosso caso, tomando agora *Younger* como ponto de partida para a investigação deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Além disso, o artigo “O filme no campo editorial: *The Words*, 2012, de B. Kugman e L. Sternthal”, escrito por Marília de Araujo Barcellos (2021), orientadora desta pesquisa, igualmente serviu de inspiração para a escolha da referida série como um objeto de estudo, no sentido de que *Younger* é uma obra audiovisual que retrata elementos do processo editorial em sua narrativa, assim como o filme utilizado como base para o estudo realizado no artigo da escritora.

É com essa perspectiva que visamos contribuir cientificamente com a observação e análise das funções do *publisher*, tomando por base sua representação em uma obra ficcional que possibilita perceber, a partir de verossimilhanças, o universo de uma editora. Além disso, a obra, como uma série, também é considerada parte do que se aprende no currículo do curso de Produção Editorial, uma vez que nele é ensinada não somente a edição de livros, mas também de produtos audiovisuais.

Isto posto, nossa análise parte das seguintes questões: quais são as principais funções do *publisher*? Como elas são representadas na série televisiva ficcional *Younger*? As respostas para essas perguntas foram obtidas a partir de uma pesquisa descritivo-exploratória, utilizando o método bibliográfico, em que as referências são levantadas em livros e artigos científicos que constituem o aporte teórico de partida do estudo (GIL, 2008).

Além disso, a metodologia também empregou o procedimento documental, por recorrermos a uma fonte dispersa (GERHARDT; SILVEIRA, 2009), no caso uma série de televisão. Ou seja, para que a análise pudesse ser realizada, assistimos às temporadas da série disponíveis na plataforma Prime Video (a única em que é possível assisti-la no Brasil).

Apenas assistir à série, entretanto, não é suficiente para levar uma análise adiante. Por ser uma produção extensa, com doze episódios a cada temporada, não seria possível evocar todos os detalhes de sua história sem recorrer a anotações. Tal recurso constituiu-se como resumos dos episódios, que serviram para facilitar uma posterior checagem de informações.

Em um primeiro momento, os resumos enquadraram episódios completos. Posteriormente, percebemos que criar resumos somente das partes dos episódios que poderiam ser úteis à pesquisa era a melhor estratégia, pois existem aqueles em que apenas uma ou duas cenas tinham conteúdo sobre o mercado editorial. Nos apêndices, foram colocados um resumo de um episódio de cada uma das seis temporadas analisadas para exemplificar os que foram criados.

Essa primeira etapa do trabalho serviu para observar a série como um todo e perceber se seria possível analisar as funções do *publisher* através de seu enredo. Confirmada essa possibilidade, partimos para a pesquisa, trazendo para nossa análise a teoria de Thompson (2013), presente no livro “Os Mercadores de Cultura”.

Desse modo, foi criada uma lista de possíveis momentos da série que poderiam ser citados aqui e explicados com essa perspectiva teórica.

A partir disso, iniciamos o processo de escrita, decidindo que o melhor a ser feito seria iniciar o trabalho com uma apresentação sobre o objeto de estudo, que é a série *Younger*. Para tanto, fez-se necessária a pesquisa de outros autores que não tratam necessariamente do mercado editorial, mas, sim, da área audiovisual, uma vez que era preciso explicar os termos utilizados para designar e explicar a série como um produto audiovisual.

Isto feito, introduzimos, então, a explicação sobre a teoria principal do trabalho: a teoria editorial de Thompson, que aborda não somente as funções do *publisher*, mas também a cadeia editorial, os campos editoriais e os capitais necessários para que uma editora funcione. Isso porque, para explicar as funções do *publisher*, é essencial apresentar o local em que, predominantemente, essas funções são desempenhadas, isto é, a editora.

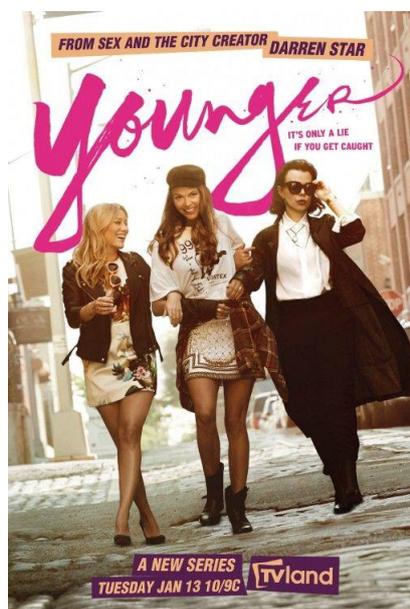
Nesse sentido, a editora ficcional *Empirical* é explicada antes da análise das funções do *publisher* observadas em *Younger*, que consiste na parte final de nosso trabalho. A partir da lista criada, foram escolhidos pelo menos um exemplo de cada uma das seis principais funções desse profissional tal como definidas por Thompson. Para algumas delas havia mais exemplos do que para as outras, portanto a quantidade de exemplos para cada função é variável.

Além disso, é importante ressaltar que a sétima e última temporada não foi analisada, por não estar disponível na Prime Video. Sendo assim, mesmo que alguns detalhes sobre o enredo desta última temporada tenham sido citados, com base em fontes presentes em matérias *online* sobre a série (para fins explicativos sobre certas informações presentes nas temporadas anteriores), não foi possível analisá-la e, conseqüentemente, apresentar o seu final com propriedade.

## 2 A SÉRIE FICCIONAL *YOUNGER*

*Younger* é uma série estadunidense que estreou em 2015 na emissora TV Land, tendo chegado ao fim em 2021. Criada por Darren Star, famoso produtor de televisão (conhecido pela série *Sex and the City*), a obra conta com sete temporadas. No Brasil, é possível assisti-la na plataforma de *streaming* da Amazon, Prime Video (YOUNGER, [2015?]).

Figura 1 - Pôster da primeira temporada da série *Younger*



Fonte: Imagem Extraída da Plataforma Pinterest (YOUNGER TV POSTER, [2022?]).

Embora vários escritores tenham trabalhado no roteiro, quem liderou o projeto foi seu criador, Darren Star, em conjunto com Pamela Redmond Satran, autora do livro homônimo a partir do qual a série foi adaptada – obra publicada em 2005 pela Simon & Schuster<sup>2</sup>. Ademais, foram doze diretores diferentes (incluindo o próprio Star) trabalhando ao longo das sete temporadas da produção – cada um responsável por episódios diferentes (YOUNGER, [2022?]).

O enredo da série gira em torno de Liza Miller, uma mulher de quarenta anos que mente sobre sua idade em busca de um emprego no mercado editorial, após

---

<sup>2</sup> A Simon & Schuster é uma editora fundada em 1924 por Richard L. (Dick) Simon e M. Lincoln (Max) Schuster nos Estados Unidos. Hoje, ela é uma grande empresa internacional que publica aproximadamente dois mil títulos anualmente, títulos esses que são enviados para mais de duzentos países ao redor do mundo (SCHUSTER; SIMON, [2021?]).

anos dele afastada para criar a sua filha. Ao ser contratada pela *Empirical Press*, a narrativa foca no trabalho e na escalada profissional de Miller na editora, posteriormente ganhando maior complexidade – conforme veremos mais adiante.

## 2.1 O QUE É UMA SÉRIE?

De acordo com o dicionário Aulete Digital (SÉRIE, 2022), uma série é um “filme exibido em episódios” ou, então, um “conjunto de filmes com os mesmos personagens, apresentados ger. em mesmo horário e dia da semana”. Podemos considerar o termo “filmes”, nesse caso, como um sinônimo para “obra audiovisual”.

Jacobsen e Rangel (2020), por sua vez, utilizam o termo “ficção seriada”, que abrange não só séries, mas qualquer tipo de obra audiovisual “produzida de forma descontínua” – o que inclui novelas, minisséries, microsséries, seriados e *sitcoms*. A estrutura dessas obras se dá por meio da “suspensão sistemática” em capítulos ou episódios:

Entendemos capítulo como parte de uma trama cujas causas e consequências estão necessariamente ligadas a um drama maior definido na sinopse e a mercê da audiência. Um capítulo é, assim, a parte de um todo no qual várias suspensões orbitam e/ou sustentam a suspensão diária de uma trama principal fracionada. Todo capítulo é, portanto, parte articulada internamente a uma obra com começo e fim e articulada externamente a determinada audiência. Este é o caso de novelas [...], minisséries [...] e microsséries [...]. Já episódio definimos como parte independente de uma trama que se articula em temporadas fechadas. Um episódio é uma situação ou conflito que se resolve em si, a despeito de suas causas e consequências dramáticas no interior de uma temporada. Todo episódio é, portanto, uma suspensão independente articulada internamente a uma temporada que, por sua vez, se articula externamente a uma audiência específica. Este é o caso de séries [...], seriados [...] e *sitcoms* (JACOBSEN; RANGEL, 2020, p. 2-3).

Uma ficção seriada pode ter sua suspensão realizada de quatro formas: dentro de um capítulo; de um capítulo para outro; de um episódio para outro; de uma temporada para outra. Como série, *Younger* tem o formato de suspensão tanto de um episódio para outro quanto de uma temporada para outra. Isso significa que, mesmo que cada episódio tenha sua trama individual, é necessária uma conexão entre suas histórias, um elo (que não necessariamente precisa ser entre a última cena de um episódio e a primeira cena do seguinte). Já a conexão entre uma temporada e outra acontece por meio do que Jacobsen e Rangel (2020, p. 5) chamam de “suspensões” ou “ganchos”. Tal recurso ocorre ao final de uma temporada, com o objetivo de

conectar os conflitos da trama – que não necessariamente são os pontos centrais de uma temporada ou mesmo da série.

Vale ressaltar ainda que, além de ser uma ficção seriada, *Younger* constitui-se como uma adaptação. Para Aumont e Marie (2003, p. 11-12), uma adaptação está relacionada à "especificidade" e à "fidelidade", não precisando ser (e, na maioria das vezes, não é) uma cópia da sua versão original. Muitas obras foram criticadas pelos "primeiros críticos de cinema", em torno de 1920, por serem "diretas" demais, passando então a serem separadas em "literalidade mais ou menos absoluta e busca de 'equivalentes' que transpõem a obra, seja transportando a ação para outros lugares ou épocas [...], seja transformando suas personagens [...]".

Dentro dessa perspectiva, um dos exemplos mais famosos de uma adaptação de livro para obra audiovisual são os filmes da saga *Harry Potter*<sup>3</sup>. A história desta obra é extremamente parecida com a dos livros, mas pequenas diferenças ainda existem, uma vez que é praticamente impossível colocar todos os detalhes dos livros em filmes, que duram geralmente em torno de duas horas e meia.

O caso de *Younger*, porém, é um pouco diferente de *Harry Potter*, porque, exceto pela premissa (de uma mulher que finge ser mais nova para conseguir um emprego na área editorial), a história é bem diferente: os nomes das personagens são outros; a carreira de alguns não é a mesma; uma das personagens da série não existe no livro; por fim, a série obviamente aumenta a história, uma vez que ela teve a duração de sete temporadas.

Diante disso, cabe aqui o seguinte questionamento: se a série possui tantas diferenças quando comparada ao livro, ela ainda pode ser considerada uma adaptação? De acordo com Marta Sousa (2010, p. 34), quando se adapta um livro para um filme (ou, no caso aqui sob análise, para uma série), mudanças podem ocorrer com relação a "ações, personagens, tempo, narrador e ponto de vista". Nessa lógica, *Younger* manteria, assim, o seu *status* de adaptação de uma obra literária para uma produção audiovisual. Entretanto, o universo de *Younger* não se restringe somente a essas duas versões iniciais, pois mais dois livros foram publicados posteriormente com base na história: um como continuação direta do livro original;

---

3 *Harry Potter* é originalmente uma série de sete livros escrita pela autora J. K. Rowling, que foi adaptada para o cinema na forma de oito filmes diferentes, um para cada livro e dois para o livro final.

outro como um adendo à história como retratada na série. Tais produções são abordadas na seção seguinte.

## 2.2 OS LIVROS DE *YOUNGER*

Como dito ao fim da seção anterior, a partir da exibição da série, outro livro foi criado, o qual não reproduz a mesma premissa das obras anteriores, retratando, por seu turno, a história de um livro fictício publicado na editora *Empirical Press* (presente na série).

Intitulado “Marriage Vacation” (ou “Férias do Casamento<sup>4</sup>”), o livro foi publicado em 2018 pela Simon & Schuster (BROOKS, 2018) e conta a história do casamento fracassado de Charles Brooks (uma das personagens principais da série – não existente no livro original) com sua ex-esposa, Pauline Turner Brooks, escritora do livro retratado na narrativa.

Pauline apresenta sua obra como a história da sua vida enquanto uma mulher casada no *Upper East Side*, quando ela não tinha tempo para escrever em meio ao cuidado das crianças e aos compromissos em eventos de caridade. Ela precisava, basicamente, de férias do próprio casamento. Com tal enredo, “Marriage Vacation” agrega ao universo da série, mas sem adaptar a mesma história.

“Older”<sup>5</sup> (2020), por sua vez, um livro escrito por Pamela Redmond Satran – também publicado pela Simon & Schuster –, é uma continuação direta da obra literária original *Younger*, retomando a história de Alice (personagem do primeiro livro), mas agora sob o nome de Liza Miller – sua versão na série. A narrativa aborda como a história escrita por Liza sobre sua vida será, coincidentemente, adaptada para a televisão. Além da personagem principal, Satran também altera os nomes originais de algumas das personagens para os de suas versões da série.

---

<sup>4</sup> Tradução nossa.

<sup>5</sup> Em português, o título significa “mais velha” (tradução nossa).

Figura 2 - Os três livros do universo de Younger



Fonte: Imagens ilustrativas das capas dos livros do universo Younger (REDMOND, 2005; 2020; BROOKS, 2018).

Vê-se, assim, que o livro original possui a mesma premissa da série, enquanto “Férias do Casamento” foi criado a partir da história de um livro fictício publicado na série e “Older” configura-se como continuação direta do livro original. A imagem a seguir explica como cada um desses livros se conecta com a série.

Figura 3 Imagem explicando a conexão entre os livros e a série



Fonte: Imagem criada pela autora.

Todavia, não são os três livros o objeto de estudo de nossa pesquisa, que pretende, isso sim, fazer análise da série televisiva. Para tanto, faz-se necessário um aprofundamento sobre seu enredo e seus personagens, tema da próxima seção.

### 2.3 O ENREDO DE *YOUNGER*

*Younger* gira em torno da personagem Liza Miller, uma mulher de quarenta anos que deu uma pausa em seu trabalho como editora para criar sua filha, Caitlin. Anos depois, com Caitlin já crescida, Liza decide voltar ao mercado editorial, mas, por conta da sua idade e do tempo que passou sem trabalhar, não consegue encontrar um emprego.

Diante da dificuldade da personagem principal, sua amiga Maggie Amato sugere que ela minta sobre sua idade, fingindo ser uma garota de vinte e seis anos que passou os últimos quatro anos depois da universidade realizando trabalho voluntário na Índia. Ao aderir à ideia de Maggie, Liza consegue, finalmente, um emprego, na editora *Empirical Press*, no cargo de assistente de Diana Trout, a diretora de marketing.

A história se passa principalmente em Nova York – infere-se que em torno de 2015 (que é quando a série foi lançada pela primeira vez); a incerteza reside no fato de que, em nenhum momento, os personagens citam qual é o ano corrente nessa primeira temporada e, mesmo com informações dispersas ao longo das temporadas, como as idades dos personagens, não é possível dizer quantos anos se passaram. Como exemplo desse contexto incerto, tem-se o fato de Liza começar a história com vinte e seis anos (sua idade falsa) e depois, já na quinta temporada, ter vinte e sete, enquanto outra personagem, Kelsey, tem vinte e seis na segunda temporada e quase trinta na sétima (JACKSON, 2021) – mesmo que seja impossível tantos anos terem passado, pois as personagens citam com frequência que certos livros foram lançados no ano anterior, sendo assim impossível haver muitos saltos temporais.

Para inserir o leitor no contexto de *Younger*, é fundamental apresentar o formato utilizado pela série. Nele, o primeiro episódio apresenta a maioria das personagens principais e também o seu principal conflito – a questão em torno da idade de Liza, algo que afeta todas as temporadas de maneiras diferentes, já que a reação das pessoas ao descobrirem a verdade é uma parte importante da história.

*Younger* constitui-se como uma comédia-romântica, o que significa que boa parte de seu enredo gira em torno dos romances do elenco principal. Ademais, o fato de ser uma comédia significa que, muitas vezes, sua representação do mercado editorial é para ser vista como uma sátira, como quando são criadas versões cômicas de autores do mundo real – o que retomaremos mais adiante.

### 2.3.1 Compreendendo a série

A trama de *Younger* se inicia com a entrevista de emprego de Liza na editora *Stanford Publishing*, na qual é perguntada sobre suas experiências profissionais anteriores. Em um primeiro momento, Liza é rejeitada, justamente por estar sem atuar na área há um tempo, ou seja, ela não estaria atualizada em relação a como o mercado funciona atualmente. Nessa cena, são citadas todas as redes sociais que afetam o mercado no mundo atual e Liza não entende o que as entrevistadoras estão falando. Porém, quando a personagem se dispõe a começar como uma assistente, percebe-se claramente que ela também está sendo rejeitada pela sua idade.

A cena, então, muda para uma casa no subúrbio, que está à venda. Uma mulher está apresentando-a a um casal, contando a história dos antigos donos: Liza e seu ex-marido, que se divorciaram porque ele a traiu e gastou todo o seu dinheiro com jogos de azar. Liza escuta a conversa e decide interromper. Depois que eles vão embora, ela liga para sua filha Caitlin (que está realizando um intercâmbio na Índia) para lhe contar da venda da residência.

De noite, Liza encontra sua amiga Maggie em um bar e reclama a ela que sua idade afeta suas chances de conseguir um emprego. Quando Maggie vai ao banheiro, Liza conhece Josh, um tatuador de vinte e seis anos que flerta com ela. Quando ele a pergunta sobre sua jornada para conseguir um emprego, Liza mente sobre o motivo pelo qual ela passou um tempo longe do mercado, dizendo que estava escrevendo um romance e realizando trabalho voluntário na Índia, o que faz Josh pensar que ela é mais nova do que realmente é.

Maggie retorna depois de Liza recusar um encontro com Josh, considerando-o muito jovem. Quando elas estão indo embora, Liza conta o que aconteceu para a amiga, que tem uma ideia. No apartamento de Maggie, ela mostra que Liza parece ser muito mais jovem do que realmente é e, portanto, pode mentir sobre sua idade para conseguir um emprego.

Liza fica relutante em um primeiro momento, mas logo aceita; e elas começam os preparos para que ela finja ter vinte e seis anos, em vez de quarenta. Com esse intuito, Liza muda seu estilo de maquiagem, seu penteado, seu modo de se vestir, atualiza seu currículo e e-mail, cria uma documentação falsa e estuda sobre assuntos atuais.

A cena muda para a entrevista de Liza na *Empirical*, em que ela está tentando conseguir o emprego de assistente de Diana Trout, diretora de *marketing* na empresa, que realiza a entrevista ela mesma. Trout acredita nas mentiras de Liza, que consegue impressioná-la com seu discurso. Quando vai ao banheiro, a personagem envia uma mensagem para Maggie, avisando que conseguiu o emprego. É aqui que ela conhece Kelsey, editora júnior da *Empirical*, que a parabeniza e oferece conselhos, já que não faz muito tempo em que também era uma assistente. Ela também alerta que trabalhar com Diana não será fácil.

Em seu primeiro dia no trabalho, Liza entrega o café de Diana e recebe sua primeira tarefa: criar uma conta no Facebook para Jane Austen, famosa autora já falecida – tarefa que será explicada com mais detalhes na parte da análise deste trabalho. No entanto, a nova funcionária tem dificuldades em lidar com as redes sociais, não estando a elas acostumada. Em seguida, Kelsey a convida para assistir a uma aula de Krav Magá, que Liza não sabe que é uma forma de luta como defesa pessoal.

Depois da aula, Liza conhece Lauren, melhor amiga de Kelsey, que trabalha como assessora de imprensa, e é convidada para o bar para conhecer o namorado da editora júnior. No bar, Liza quase é pega na mentira pelo namorado de Kelsey ao dizer ter estudado na mesma universidade que ele em épocas próximas. Embora não conheça as pessoas que ele cita, ela, por fim, consegue enganá-lo.

No dia seguinte, Liza conta para Diana sobre seu sucesso na tarefa que lhe foi incumbida; a chefe, contudo, a ignora. A funcionária também oferece a ela uma ideia, tendo como resposta a negativa por se tratar de uma ideia ruim, antes de pedir um café e dizer que elas têm uma reunião. Liza, então, reclama de Diana para Kelsey enquanto pega o café; depois entrega a bebida em meio à reunião, em que Diana oferece a ideia de Liza como se fosse sua.

Em uma situação constrangedora, o telefone de Liza toca no meio da reunião, com uma música inapropriada. Ela sai da sala para atendê-lo, e Kelsey vai atrás e descobre que é um alarme para um encontro com Josh – colocado por ele mesmo no

telefone de Liza, no dia em que eles se conheceram. Liza tenta dizer que tem muito trabalho para namorar agora, mas Kelsey a convence a ir no encontro.

De noite, antes de encontrar Josh, Liza recebe uma ligação de Caitlin, que pede para ela não vender a casa, o que logo lhe é negado. A filha diz que quer voltar, e Liza a encoraja; depois de desligar a chamada, desiste do encontro e tenta ir embora, mas Josh a vê e a chama de volta.

### 2.3.2 Personagens

O primeiro episódio apresenta, então, a maior parte das personagens principais, mas para desenvolver melhor o enredo da série e alcançar o objetivo deste trabalho, é importante aprofundar as informações sobre eles, além de trazer maiores detalhes sobre essas personagens e suas respectivas profissões.

*Younger* é uma série extensa que possui diversos personagens principais e secundários, estes últimos sendo citados quando relacionados a algum exemplo de uma função (somente no último capítulo). Em seu elenco principal, a série conta com sete personagens, que aparecem com regularidade durante todas as seis temporadas aqui analisadas, sendo eles: Liza Miller, em torno da qual a trama se desenvolve; Kelsey Peters, sua colega de trabalho; Diana Trout, sua chefe, no início; Maggie Amato, sua melhor amiga; Josh, um dos pares românticos de Liza ao longo da série; Charles Brooks, com o qual Liza desenvolve outro relacionamento romântico, sendo ele também o dono da *Empirical*; e, por fim, Lauren Heller, melhor amiga de Kelsey. Os atores que representam esses papéis são, respectivamente: Sutton Foster; Hillary Duff; Miriam Shor; Debi Mazar; Nico Tortorella; Peter Hermann; Molly Bernard. Nesse caso, o elenco principal consiste dos sete personagens.

Uma personagem que não figura nessa lista, mas também se faz importante para a nossa análise por estar em cenas tomadas aqui, é Zane Anders (representado pelo ator Charles Michael Davis), que aparece pela primeira vez na quarta temporada, tendo um papel principal durante as temporadas cinco e seis, ao trabalhar por um tempo na *Empirical*.

Figura 4 - Os personagens principais da sexta temporada de Younger



Fonte: (YOUNGER..., 2019). \*Da esquerda para a direita: Lauren, Charles, Diana (primeira fileira), Zane, Liza, Maggie (segunda fileira), Kelsey e Josh (terceira fileira).

Destes, dois (Josh e Maggie) não são relevantes para os fins deste trabalho, uma vez que eles não trabalham na editora e/ou não estão relacionados de alguma forma ao mercado editorial. Em contrapartida, quanto às outras seis personagens, apesar de alguns não serem chamados de *publishers*, eles realizam, juntos, as seis funções desse profissional elencadas por Thompson (2013). Pode-se dizer, assim, que estas seis personagens em conjunto funcionam como um só grande *publisher*.

É importante ressaltar que a versão original possui nomes diferentes da versão dublada para as posições destas pessoas na empresa. Em inglês, Liza, Kelsey e Zane são considerados editores (*editors*) e Charles, dono da editora, é considerado um *publisher*. (DONNELLY, 2021). Diana, por sua vez, é diretora de *marketing*, enquanto Lauren é estrategista de redes sociais (a partir da sexta temporada).

No decorrer da trama, Kelsey e Liza vão conquistando promoções, com a primeira alcançando a posição de *publisher* ao final da quinta temporada (TSINTZIRAS, 2021). Na versão dublada, porém, tal posição recebe nomes diferentes a cada episódio: depois da promoção, em diferentes episódios, Kelsey é chamada de editora, publicadora e até mesmo editora-chefe.

Dentro de *Younger*, cada personagem tem a sua trajetória profissional, mesmo que suas funções na editora não sejam tão específicas – por exemplo, diversas vezes Kelsey e Liza trabalham com *marketing*, o que tecnicamente seria o cargo de Diana

e Lauren. Em meio a esse contexto, faz-se essencial explicar a história e a trajetória profissional dos seis personagens aqui observados para apresentar um pouco das funções do *publisher* da forma como são demonstradas em *Younger*.

Para isso, tomaremos como ponto de partida a vida de Liza Miller, a protagonista da série. Sua história começa com a realização de uma entrevista em uma editora, momento em que ela conta que trabalhou na Random House<sup>6</sup> por três anos, tendo sido promovida, nesse tempo, de assistente do vice-presidente de *marketing* à posição de editora júnior. Contudo, em sua busca por emprego, a personagem não vinha conseguindo ser contratada por nenhuma editora, por ser considerada muito velha e ter ficado muito tempo longe do mercado (em seu hiato para cuidar da filha). É nesse ponto, então, que Liza decide fingir ser mais jovem.

A partir de sua mentira, Liza Miller consegue um emprego na *Empirical*, como assistente da diretora de *marketing* da empresa, Diana Trout. Seu pouco contato com a tecnologia – o que é explicado na série como sendo resultado de sua idade – faz com que ela precise de ajuda com tarefas que atualmente são consideradas básicas, como realizar postagens na rede social Twitter. Mesmo assim, Liza consegue desenvolver um rápido aprendizado, demonstrando também suas habilidades em *marketing*, além de seu talento na área editorial.

Na quarta temporada, Liza é promovida, tornando-se editora – embora Charles se refira a ela como assistente de edição em um episódio, no outro ele a chama de editora propriamente. Na versão em inglês, Liza é considerada uma *associate editor*<sup>7</sup> (TARANEH, 2017). Sua promoção se dá em função da escala da personagem, ao lado de Kelsey, para a coordenação oficial da *Millennial* (selo da editora) – algo que já vinha desempenhando, não oficialmente, desde a segunda temporada.

Mesmo com a promoção, Liza ainda precisa trabalhar como assistente de Diana por um tempo, porque a editora não tem dinheiro para lhe dar um aumento e, ao mesmo tempo, contratar uma nova subordinada para Diana. Com o tempo, a editora consegue dinheiro o suficiente para que Liza possa deixar sua dupla jornada. Também é digno de nota que, na última temporada (não analisada no presente

---

<sup>6</sup> A Random House é uma das mais conhecidas editoras do mundo. Fundada em 1925 nos Estados Unidos, por Bennet Cerf e Donald Klopfer, ela se juntou a Penguin, outra grande editora, em 2013, tornando-se uma das maiores corporações editoriais do mundo, com mais de trezentos selos editoriais diferentes. (OUR STORY, [2022?]). Desde o final de 2021, a Penguin Random House está tentando comprar a Simon & Schuster (HARRIS, 2021).

<sup>7</sup> Editora associada (tradução nossa).

trabalho), Liza se torna *editor-in-chief* (editora chefe) da *Empirical*, e Charles lhe solicita que ela comande a empresa em seu lugar, enquanto ele vai em um retiro para escritores buscar inspiração para terminar o seu livro (PHILIANIA, 2021; WAGMEISTER, 2021).

Já a personagem Kelsey Peters é apresentada logo no começo da série como editora júnior da *Empirical*. No início da trama, Kelsey narra que também começou como assistente, quando ela tinha acabado de se formar na universidade. Inference-se, nessa parte da história, que ela tem a mesma (ou ao menos aproximadamente) idade de Liza – ainda que ela não fale explicitamente o número. Na segunda temporada, porém, Liza comenta que Kelsey tem vinte e seis anos.

Assim como Liza Miller, ela logra uma escala profissional dentro da editora, tornando-se editora chefe do próprio selo *Millennial* na segunda temporada. Charles explica que ela, com a nova função, tem “a decisão dos projetos, controle editorial e escolha da equipe”. Liza, por seu turno, escreve um comunicado de imprensa sobre Kelsey quando o selo é lançado: “Kelsey Peters tornou-se um sucesso no seu breve período de *Empirical*. Com a inauguração da *Millennial*, Peters, vinte e seis, será uma das profissionais mais jovens a administrar um selo respeitável”. (YOUNGER, [2015?]).

Na quinta temporada, Kelsey é promovida a *publisher* (TSINTZIRAS, 2021), enquanto Charles (quem anteriormente desempenhava essa função) torna-se presidente do Conselho. A sexta temporada apresenta Kelsey perdendo seu cargo, por conta de uma postagem inapropriada na rede social Instagram através do recurso *stories*, o que a leva a retornar à sua posição como editora chefe da *Millennial*. Ao final da série, Kelsey se despede da editora para abrir seu próprio negócio.

Quanto a Charles Brooks, na trama esta personagem é o dono da *Empirical*, detendo o cargo de *publisher* durante todas as temporadas, exceto por um tempo entre a quinta e o final da sexta temporada. Consequentemente, ele poderia ser considerado o personagem que mais demonstra as funções de *publisher* do que qualquer outro – com exceção do desenvolvimento de conteúdo e do controle de qualidade.

Infelizmente, como ele não aparece por muito tempo na tela durante essas atividades – apenas repassando ordens e direções –, não é produtivo focar toda a nossa análise somente nele. Charles aparece cuidando, principalmente, da parte

financeira da editora e é o responsável por buscar e assinar contratos com investidores – junto de Kelsey, em alguns momentos.

Na quinta temporada, por conta do escândalo causado por seu relacionamento com Liza (sendo ela assistente e ele, seu chefe), Charles perde sua posição de *publisher*, mas se torna presidente do Conselho. Entretanto, ao final da sexta temporada, ele volta à sua antiga função.

Diana Trout, por sua vez, é a diretora de *marketing* da *Empirical*. Ela não recebe promoções nem perde seu cargo, pelo menos até a sexta temporada. Porém, ao final da quinta temporada, Diana viaja em sua lua de mel e não retorna durante toda a sétima temporada. Mesmo que Diana seja tecnicamente a responsável pelo *marketing*, muitas vezes Liza (sua assistente por várias temporadas) e Kelsey lidam com o serviço – em verdade, até mesmo Zane se responsabiliza pelo *marketing* vez ou outra.

Prosseguindo a com contextualização das personagens principais de *Younger*, trazemos agora Lauren Heller. Com trabalho relacionado às relações públicas, ela só começa a trabalhar na *Empirical* especificamente na sexta temporada, no encargo de estrategista de redes sociais, focando na mídia *online* e em eventos. Na última temporada, Lauren basicamente substitui Diana, que, como dito, não aparece nessa parte da trama.

Uma nota de rodapé na versão brasileira do livro de Thompson (2013, p. 27) afirma que, no Brasil, um “gerente de comunicação ou assessor de imprensa [...] trabalham com a chamada mídia espontânea, além de ações de *marketing* e outras no campo da comunicação visando à promoção do livro”, o que corresponde exatamente ao que Lauren faz, mesmo que sua posição tenha outro nome.

Por fim, temos Zane Anders, que aparece pela primeira vez na quarta temporada, como editor de uma editora rival, porém logo contratado pela *Empirical* como editor executivo. Seu relacionamento com Kelsey consiste em muita competição, trabalhando ao seu lado algumas vezes e contra ela em outras – mesmo quando ele entra para a *Empirical*. Ao longo da narrativa, ele sai da editora por um tempo, retornando na metade da sexta temporada, quando Kelsey compra a editora que ele abriu com Charles, a *Mercury*.

### 3 O PROCESSO EDITORIAL DO LIVRO

A série *Younger*, ao mesmo tempo em que é um produto audiovisual, retrata partes do processo editorial do livro, ou seja, é o processo de criação de uma mídia representado em outra mídia. Para explicar esse processo, este capítulo pretende apresentar nosso referencial teórico editorial, que é constituído principalmente pela teoria de John B. Thompson (2013), sociólogo e pesquisador que postula a noção de campo e as relações entre os agentes no mercado editorial britânico e estadunidense. Em nosso entendimento, uma vez que o mercado referente aos EUA é o espaço em que a série acontece, a teoria torna-se apropriada para o acompanhamento e análise deste trabalho.

A teoria de Thompson inclui como ele descreve e nomeia tal processo, suas considerações sobre o mercado editorial enquanto campo (a partir do termo utilizado primeiro por Pierre Bourdieu em suas obras), sobre como uma editora é uma organização dentro dele e também como ela funciona (ou quais são seus principais recursos ou capitais).

Além disso, faz-se necessário apresentar quais são as seis principais funções do *publisher* na perspectiva de Thompson e que tarefas estão nelas dispostas – o que é imprescindível para a eventual análise e identificação dessas funções na série *Younger*.

#### 3.1 CADEIA E CAMPOS EDITORIAIS E CAPITAIS

Antes que um livro possa alcançar seu ponto final, isto é, ter sido finalizado, editado, impresso, pronto para ser lido, ele precisa primeiro passar por diversas etapas do processo editorial. Thompson (2013, p. 20) utiliza o termo “cadeia editorial” para explicar esse processo, definindo-a como uma “cadeia de atividades em que diferentes agentes ou organizações desempenham diferentes papéis, voltados para um objetivo comum – ou seja, produção, venda e distribuição dessa mercadoria especial, o livro”.

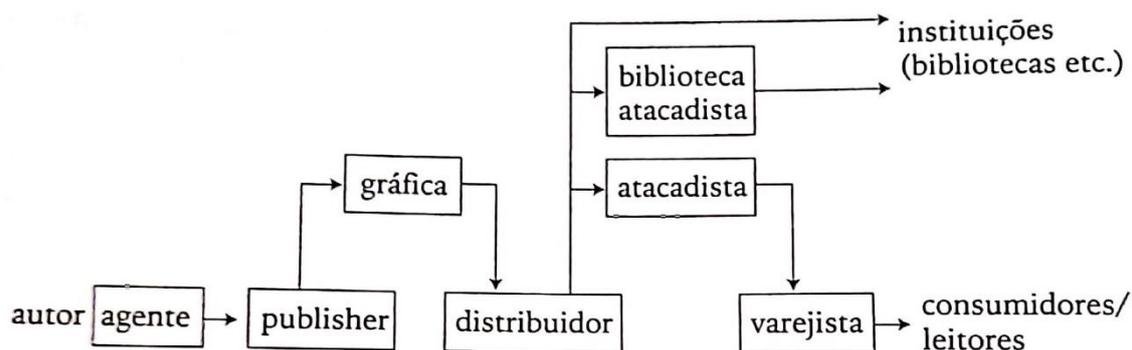
Para ele, tal processo pode ser considerado tanto uma cadeia de suprimentos como uma cadeia de valor. Isso significa que, ao mesmo tempo que cada etapa oferece os meios necessários para que o livro seja criado, editado, finalizado, transportado e, finalmente, alcance as mãos do leitor (cadeia de suprimentos), elas

também agregam valor ao processo (cadeia de valor). Se um elo não está oferecendo um valor que justifique seus gastos, “a editora (ou outro participante) pode decidir romper o elo da cadeia - isto é, ‘desintermediá-lo’” (THOMPSON, 2013, p. 21-22).

A cadeia de suprimentos demonstra os elos necessários para que um produto alcance seu objetivo final. Nesse sentido, depois de um livro ser criado pelo autor, ele passa pelas mãos do agente literário, antes de passar pelas mãos do *publisher*. Posteriormente, a obra segue para a gráfica, onde é impressa, passando, então, para o distribuidor, que vai enviá-lo para instituições, bibliotecas, atacadistas e varejistas. Só após todas essas etapas é que, finalmente, um livro alcança as mãos do leitor.

Basicamente, a cadeia de suprimentos demonstra os principais agentes e organizações envolvidos no processo editorial do livro, desde a pessoa que o escreve até as lojas que o vendem para os consumidores.

Figura 5 - Cadeia de suprimentos do livro

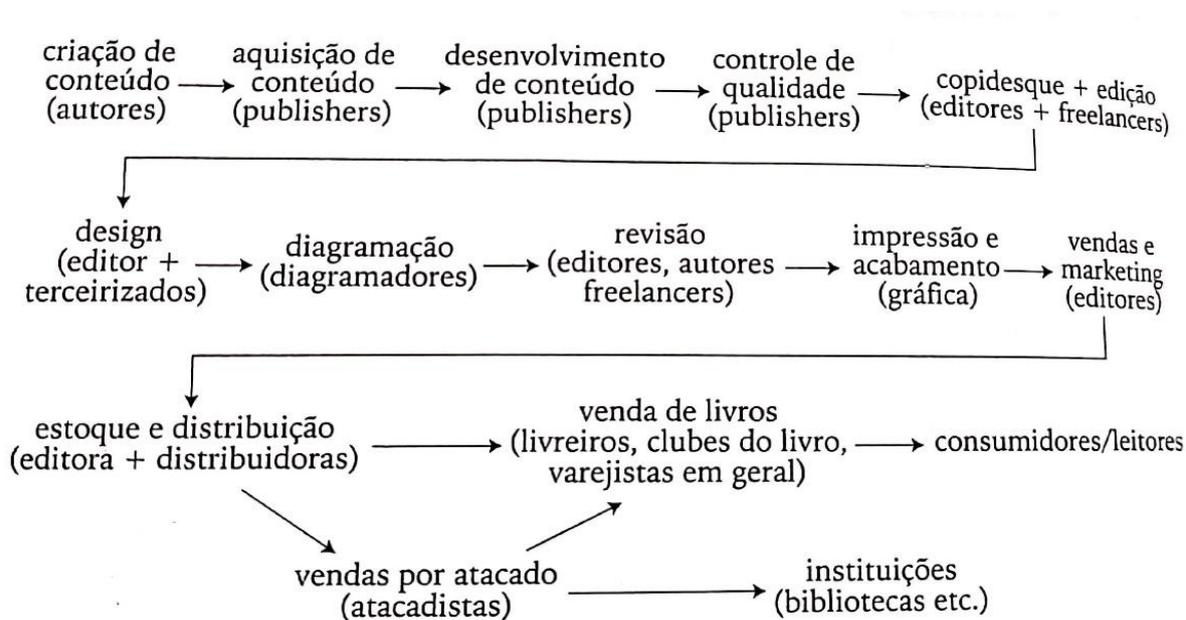


Fonte: Thompson (2013, p. 21).

A cadeia de valor, por sua vez, divide o processo editorial em treze etapas (ou atividades) principais: criação de conteúdo; aquisição de conteúdo; desenvolvimento de conteúdo; controle de qualidade; copidesque + edição; design; diagramação; revisão; impressão e acabamento; vendas e marketing; estoque e distribuição; venda de livros; consumidores/leitores.

Vê-se, desse modo, que a cadeia de valor divide o processo editorial em etapas necessárias para que o livro seja criado. Ela detalha mais o que acontece entre a escrita do livro e sua impressão, além das atividades necessárias para que as vendas ocorram e sejam grandes: a distribuição e o *marketing*.

Figura 6 - Cadeia de valor na área editorial



Fonte: Thompson (2013, p. 22).

Thompson utiliza o termo campo para explicar o mercado editorial como um todo, valendo-se, assim, da teoria de Pierre Bourdieu:

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 (BOURDIEU *apud* THOMPSON, 2013, p. 9-10).

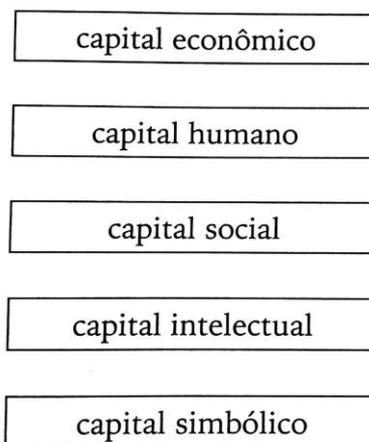
Há quatro motivos para que o autor utilize o termo *campo* como base para sua teoria do mercado editorial. O primeiro se dá pelo fato de ele considerar o mercado editorial um conjunto de campos ("o campo de publicações comerciais, o campo de monografias acadêmicas, o campo de livros ilustrados de arte", entre outros) (THOMPSON, 2013, p. 10).

O segundo motivo é que tal teoria chama a atenção para o fato de que um campo não funciona se seus diferentes agentes e organizações não trabalharem juntos. Ou seja, há uma interdependência entre esses agentes e organizações, sendo ela necessária para que o processo não seja interrompido.

Já o terceiro motivo é que, de acordo com a teoria de Bourdieu, os agentes e organizações de um campo precisam de recursos ou capitais para funcionar. Dentro disso, é possível considerar o *publisher* e a editora, respectivamente, como agente e

organização que fazem parte do campo editorial. Nessa lógica, a editora precisa de capitais, divididos por Thompson em cinco, considerados essenciais: o capital econômico; o capital humano; o capital social; o capital intelectual; o capital simbólico.

Figura 7 - Principais recursos ou capitais da editora



Fonte: Thompson (2013, p. 11).

O *capital intelectual* de uma editora é o direito que ela tem de utilizar a propriedade intelectual de um autor. Dentro disso, a partir de contratos, as editoras e os autores decidem o que pode ser publicado ou não. Thompson (2013) explica que uma grande quantidade de contratos pode ser algo muito bom para uma editora, mas isso depende de alguns detalhes, porque o valor do contrato varia em função de algumas variáveis: se o livro será entregue na data limite; se a obra será boa o suficiente para trazer lucro para a empresa; se a publicação tem outros direitos em outras partes do mundo.

Já o *capital simbólico* se baseia no respeito e prestígio que uma editora possui dentro do mercado editorial, isto é, se seus livros são ou não de boa qualidade. Dependendo da imagem de uma editora, ela pode conseguir mais ou menos livros, uma vez que a fama que a editora possui em determinado nicho ou não, pode atrair ou repelir autores e agentes literários. Um livro pode ser considerado de boa qualidade de diversas formas, entre elas sua capacidade de possivelmente receber prêmios literários (THOMPSON, 2013, p.14).

Segundo Thompson (2013, p. 11), o *capital econômico* são todos os “recursos financeiros acumulados, incluindo estoques e instalações, bem como a reserva de capital”, direta ou indireta. A reserva de capital direta é aquela que está nas contas

da própria editora; enquanto a indireta é aquela que a editora consegue através da matriz ou através de bancos/instituições. Para isso, o tamanho da editora faz-se muito importante, posto que quanto menor uma editora, menor capital econômico ela terá para utilizar em gastos como adiantamentos e *marketing*.

Usualmente, uma editora de pequeno porte utiliza de outros recursos para produzir seus livros e manter seus autores. Uma boa relação com um autor, por exemplo, pode mantê-lo na editora mesmo que outras lhe façam ofertas maiores. Outra maneira é o que Thompson (2013, p. 171) chama de “economia de favores”, em que essas pequenas editoras ajudam-se mutuamente através do compartilhamento de “competências, conhecimento e contatos” que elas detêm.

Em relação ao *capital humano*, importa dizer que ele é composto basicamente pelos funcionários da editora e suas respectivas habilidades. Isso porque, assim como qualquer outra empresa, uma editora precisa de uma boa equipe para funcionar – em seu caso específico, publicar obras de qualidade. Nesse sentido, um bom capital humano é uma equipe “bem qualificada e motivada”, sendo a equipe editorial a parte mais importante, pois um bom editor/*publisher* consegue trazer bons livros e bons autores para a editora (THOMPSON, 2013, p. 12).

O *capital social*, por sua parte, configura, conforme Thompson (2013, p. 11), as “redes de contatos e relações que um profissional ou uma organização construiu ao longo do tempo”. Isso significa que a equipe de uma editora precisa de conexões com o mundo fora da editora, ou seja, com o resto do mercado editorial.

Todos esses cinco capitais são igualmente importantes para uma editora. Porém, os capitais econômico e simbólico são imprescindíveis, uma vez que são capazes de tornar uma editora mais competitiva dentro do mercado editorial.

O último dos motivos para que Thompson se valha do conceito de Bourdieu é o fato de que cada campo editorial funciona de uma maneira diferente, o que é denominado pelo autor como “lógica do campo”:

A lógica de um campo editorial é um conjunto de fatores que determinam as condições sob as quais agentes individuais e organizações podem participar do campo – ou seja, as condições sob as quais eles podem participar do jogo (e obter sucesso) (THOMPSON, 2013, p. 17).

Como afirmado anteriormente, um campo é formado por organizações e agentes. Entre estes, o *publisher* é um dos mais importantes, já que está envolvido

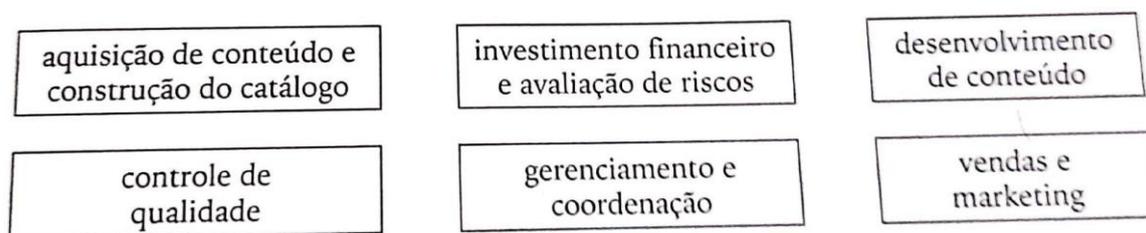
em basicamente todo o processo editorial. Tendo isso em vista, a próxima seção enumera as principais funções e tarefas desse profissional.

### 3.2 O PUBLISHER E SUAS FUNÇÕES

Na versão brasileira de seu livro *Mercados de Cultura* – lançada em 2013 e traduzida por Alzira Allegro –, há uma nota de rodapé em que Thompson explica que no Brasil o *publisher* é o “profissional que faz a prospecção de novos títulos e define a linha editorial de uma editora [...]”. Outros termos para essa função em nosso país são: “editor”, “diretor editorial” e “editor executivo”. Entretanto, um editor também pode ser considerado como uma pessoa que trabalha somente no processo de edição (THOMPSON, 2013, p. 16)

Antes de analisarmos como o *publisher*/editor é nomeado em *Younger*, assim como observar as funções destinadas a ele na série, é necessário, primeiramente, explicar as seis principais funções do *publisher* trazidas na teoria de Thompson (2013).

Figura 8 - Principais funções do publisher



Fonte: Thompson (2013, p. 25)

A primeira função é a **acquirição de conteúdo e construção do catálogo**, que se constitui como uma função fundamental de um *publisher*. É necessário talento para encontrar bons livros no mercado ou ter ideias para livros e encontrar os autores certos para eles, ou ainda se basear na ideia de um autor e criar um ótimo livro a partir dela.

De acordo com Thompson (2013, p. 86-87), os editores passaram a deixar que os agentes literários dividam a função de aquisição de conteúdo para que estes procurem por novos escritores em “revistas literárias, [...] conferências e festivais literários”, diminuindo, assim, o volume de trabalho dos editores.

A seleção que é realizada por agentes literários serve, também, para diminuir os “riscos de avaliação do original”, uma vez que o processo de decisão para publicar um livro requer riscos muito grandes. Uma proposta de um agente literário de renome pode ser considerada uma prova de que o livro é bom. Thompson explica que, no mercado editorial, existe uma “rede de crença coletiva”, em que, na falta de provas concretas de que determinado livro será um sucesso, os profissionais se baseiam na palavra de outras pessoas do meio (como agentes ou outros editores).

A aquisição de conteúdo e construção do catálogo podem ser realizadas de várias formas. Em *Younger*, as formas exemplificadas são os já citados agentes literários, os leilões, as ofertas diretas realizadas por um *publisher* ao autor, e, por fim, a *slush pile*, ou pilha de manuscritos.

A segunda função de um *publisher*, na teoria do autor, é **o investimento financeiro e a avaliação de riscos**. Basicamente, é o *publisher* que é responsável pelo pagamento dos adiantamentos e pelas despesas que o livro terá durante todo o processo editorial, desde a aquisição até a publicação. Para Thompson (2013, p. 25), isso significa que se um livro não vender bem, o *publisher* “dá a baixa parcial de qualquer estoque não vendido e dá a baixa contábil de qualquer adiantamento para o qual não houve retorno”.

O *publisher* é responsável, também, por decidir se vale ou não a pena publicar um determinado livro, por exemplo: se um livro tiver um conteúdo ambíguo, que parece ser muito bom, mas precisa de muito trabalho para alcançar a qualidade necessária para a sua publicação; ou ainda se o autor está envolvido em algum escândalo – dependendo do escândalo, a editora ainda pode publicar o livro, mas muitas vezes o escândalo pode trazer má reputação à editora.

O agente literário serve aqui como uma segunda opinião, que firma a decisão de um *publisher* em publicar ou não o livro, já que a aprovação de um agente literário respeitado no mercado pode ser considerada um bom motivo para a publicação, visto que ele precisa encontrar e publicar bons livros para manter um certo *status* dentro do mercado editorial.

Thompson junta a terceira e a quarta funções, **desenvolvimento de conteúdo e controle de qualidade**, respectivamente. Isso porque é raro que um livro esteja bom o suficiente para publicação sem antes ser revisado e comentado por *publishers*. Com isso, além do trabalho de desenvolvimento, o *publisher* também precisa manter o texto com uma certa qualidade. Isso significa que o *publisher* (ou editor) trabalha

diretamente com o autor, sugerindo mudanças para a melhora do livro, para que ele esteja em um nível de qualidade que garanta a sua popularidade dentro do mercado editorial e nas vendas.

A quinta função é **gerenciamento e coordenação**. Tarefas como o copidesque, a diagramação, o design e a impressão precisam ser gerenciados, mesmo que elas sejam realizadas por outras pessoas ou terceirizadas. Além do mais, o *publisher* também precisa decidir quanto o livro vai custar e quantas cópias serão impressas, cuidando ainda dos direitos autorais e “direitos subsidiários (traduções, reimpressões, serializações etc.)” (THOMPSON, 2013, p. 27).

Essas funções não são realizadas diretamente pelo *publisher*, mas são observadas de perto por eles a cada etapa. Nessa lógica, o *publisher*, estando responsável pelo livro enquanto ele passa por esse processo editorial, precisa ter certeza de que estas tarefas estão sendo realizadas da maneira correta e de uma forma que beneficie a obra.

A última função são as **vendas e o marketing**. Enquanto o *marketing* é basicamente uma maneira de apresentar os livros para possíveis leitores, o *publisher* que trabalha com vendas tem como objetivo basicamente cuidar da relação entre a editora e os locais onde o livro será vendido.

A série *Younger* não trabalha muito com as vendas físicas do livro, citando com mais frequência suas vendas na Amazon – o que será explicado em um momento mais oportuno. Como resultado, as personagens não costumam ter contato com as livrarias, bibliotecas ou outras instituições de venda. Entretanto, todas as outras seis funções possuem exemplos (inclusive o *marketing*), ainda que não realizadas todas as vezes por uma personagem que trabalhe como *publisher*. O capítulo a seguir foca em descrever a série como um todo, inclusive as pessoas que realizam as funções do *publisher* na editora *Empirical*.

#### 4 AS FUNÇÕES DE UM *PUBLISHER* IDENTIFICADAS EM *YOUNGER*

Em *Younger*, Charles detém o posto de *publisher*, enquanto Liza, Kelsey e Zane são considerados editores e Lauren e Diana trabalham com *marketing*. Entretanto, pode-se dizer que as seis personagens, como um conjunto, realizam as seis funções de *publisher* postuladas por Thompson.

O objetivo deste terceiro capítulo é analisar como essas funções são representadas na série. No entanto, é preciso lembrar que nossa análise foca nas funções, não no *publisher*, por isso o fato de Charles e eventualmente Kelsey serem, nomeadamente, os *publishers* da editora não impede que nossa observação seja realizada usando como base as atividades desempenhadas pelos outros personagens.

Ademais, também faz-se necessário apresentar a editora ficcional em que essas funções ocorrem, a *Empirical Press*. Para explicar as atividades dos personagens dentro da editora, é preciso explicar primeiro como ela funciona como uma organização dentro da cadeia editorial, além de apresentar seus selos editoriais, que são muito importantes para o enredo da série.

##### 4.1. A EDITORA FICCIONAL *EMPIRICAL*

A *Empirical Press* é a editora ficcional em que a maior parte das cenas de contexto profissional de *Younger* se passa. Apesar de ser ficcional, ela lida com um mercado editorial que é ora ficcional, ora real, ou seja, a série, por vezes, apresenta editoras, autores, organizações e eventos que existem na vida real – como no caso das já citadas Random House e a Simon & Schuster –, além de basear alguns personagens em escritores da vida real.

A idade da editora é incerta, pois, na sexta temporada, Charles comenta que a ela foi criada há seis décadas, enquanto que, ao final da sétima temporada, a empresa realiza uma festa de aniversário de cem anos (FREMONT, 2021).

Contando com setenta e cinco empregados – de acordo com o que é dito por Charles na quarta temporada –, não é possível afirmar o seu tamanho (se é uma editora de pequeno, médio ou grande porte), posto que a série configura-se como um trabalho ficcional que exagera alguns aspectos para aumentar o drama da história. Dentro desse raciocínio, a *Empirical* é citada como uma “editora quebrada de família”

– por uma personagem secundária chamada Cheryl ao final da sexta temporada –, porém, ao mesmo tempo, ela compete diretamente com editoras gigantes como a Random House. Ademais, seu dono, Charles, comenta, na sexta temporada, que eles lograram competitividade no mercado editorial e até mesmo roubaram autores de grandes editoras. Nota-se, portanto, que as informações passadas pela série são conflitantes.

Conforme exposto anteriormente, uma editora precisa de recursos ou capitais. Em *Younger*, os cinco capitais citados por Thompson (humano, social, econômico, simbólico e intelectual) são exemplificados de maneira extensa.

O capital humano da *Empirical* é composto pelos seus setenta e cinco empregados. Destes, Kelsey e Liza são claramente duas das melhores editoras da empresa, encontrando e publicando bons livros, que frequentemente se tornam *best-sellers*. Já Diana é uma premiada diretora de *marketing*. Há pelo menos cinco prêmios em seu escritório em algum momento da série, tendo recebido um deles por seu trabalho no *marketing* de um livro chamado “P de Pombo”.

Figura 9 - Prêmios no escritório de Diana



Fonte: Imagem extraída da plataforma de *streaming* Prime Video (YOUNGER, [2015?])

Por outro lado, Zane demonstra muito mais talento na área editorial quando não está trabalhando na *Empirical*. Sua dificuldade em conseguir livros durante seu tempo na editora é uma de suas características mais marcantes na quinta temporada. Lauren, todavia, é muito talentosa na promoção realizada via redes sociais, mesmo que suas contribuições não recebam muita atenção durante a série.

A motivação desse capital humano pode ser demonstrada por um exemplo da segunda temporada, a partir da introdução de Rob Olive na trama, um personagem baseado em John Green, autor do conhecido “A culpa é das estrelas” (JOHN Green,

[2022?]) – livro que conta um romance entre um casal que encontra desafios na doença terminal de um dos pares, tal como na obra de Rob.

Figura 10 - John Green e Rob Olive lado a lado



Fonte: UOL (CASARIN, 2017) e Prime Video (YOUNGER, [2015?]), respectivamente.

No segundo episódio da segunda temporada, “A Função Mao”<sup>8</sup>, Olive aceita a oferta de outra editora, a Hachette<sup>9</sup>, deixando a *Empirical*. Ele pede que Kelsey o acompanhe para sua nova editora, que faz uma oferta generosa a ela. A funcionária, sentindo-se pouco apreciada na *Empirical* já há um tempo, pensa seriamente na troca de empresa. No último instante, contudo, Liza convence Charles a demonstrar, de alguma maneira, como Kelsey é apreciada na editora dirigida por ele. O chefe, então, oferece para a funcionária a chefia de um selo completamente novo, a *Millennial*, além de um aumento. Duas temporadas depois, ele oferece também oferece um aumento a Liza, além de uma nova posição (editora associada).

Fica claro, ao longo da série, que Charles preza pelo bem-estar de seus funcionários e mantém com eles uma boa relação. Algumas exceções ocorrem, no entanto, já que o exemplo da criação do selo *Millennial* não é a última vez em que Kelsey quer sair da editora.

No último episódio da sexta temporada, “Para sempre”, quando Kelsey perde sua posição como *publisher*, suas decisões realizadas em seu período no cargo são revogadas por Charles, que a substitui na função. Ela somente decide continuar na editora porque Charles oferece a ela ações da empresa e um lugar no Conselho.

Já o *capital social* é demonstrado em diversos episódios, tanto por meio de almoços, jantares e festas quanto através de favores pedidos pelos funcionários da

<sup>8</sup> É importante citar que todos os nomes dos episódios aqui citados são as versões da série dublada disponível na Prime Video.

<sup>9</sup> A Hachette é um grupo editorial que faz parte da Hachette Livre, uma companhia editorial global que está situada na França (ABOUT HACHETTE BOOK GROUP, [2022?])

editora a outras pessoas do mercado editorial – ambos os recursos são citados por Thompson (2013) como necessários para um bom *networking*.

No episódio 6 da terceira temporada, “Eu, Eu e O”, Redmond, um agente literário, aparece na *Empirical* para oferecer um livro, intitulado “Eu, eu mesma e O”, a Kelsey e ao seu selo, a *Millennial*. A narrativa relata a história de uma mulher que viaja por quatro continentes diferentes buscando o orgasmo perfeito. Redmond afirma que está trazendo o livro primeiro para a *Millennial*, mas, como condições, diz que ele vai sair caro e a autora, Aubrey Alexis, não quer revelar sua identidade.

Kelsey não aceita os termos de Redmond, afirmando que a *Millennial* não pode gastar uma grande quantia de dinheiro com uma autora novata que não quer revelar a própria identidade. Mais tarde, porém, descobre-se que o autor por trás do livro é na verdade o famoso Edward L. L. Moore – personagem que será retomado mais à frente em nossa análise. Tendo em vista que a *Empirical* não pode perder seu maior autor, a editora acaba por adquirir os direitos da obra.

Essa situação demonstra o capital social da empresa de duas formas: primeiro, com a relação entre Kelsey e Redmond, que comenta estar levando a oferta para ela primeiro justamente pelo fato de os dois serem próximos; segundo, com a relação de Edward com a editora.

No segundo caso, Edward demonstra sua lealdade em relação à editora, mesmo ao escrever um novo livro sob um pseudônimo. É importante ressaltar que o contrato de Moore com a *Empirical* não envolvia outros livros além de sua série mais famosa, “A Coroa dos Reis”.

Em relação aos contextos de almoços, jantares e festas, um exemplo que explicita bem a importância do capital social acontece no episódio dez da quarta temporada, “Um Novo Casamento”, quando Kelsey, Lauren, Pauline e Lauren vão a um evento no *The Nest*, afirmado por elas como o clube mais exclusivo de mulheres de Nova York. Kelsey consegue um contato nesse evento, o que faz com que seja possível que Pauline consiga uma entrevista em um programa.

Quanto a exemplificar o *capital intelectual* na série, utilizaremos o arco de Jade Winslow, uma blogueira de moda com vinte e cinco anos de idade que compõe o elenco da segunda temporada – personagem baseada na blogueira real Cat Marnell, uma escritora que começou trabalhando no mercado de beleza e estética e foi conhecida, por um tempo, pelo seu vício em drogas (GOULD, [2022?]).

Figura 11 - Cat Marnell e Jade Winslow lado a lado



Fonte: Page Six (BACARDI, 2019) e Prime Video (YOUNGER, [2015?]), respectivamente.

No episódio quatro, “A Cruzada da Jade”, Kelsey está nervosa quanto a uma apresentação que tem que fazer para Jade e seu agente, Redmond, para que eles concordem em publicar o livro da blogueira na *Millennial*.

Na reunião, Jade começa a explicar a ideia de seu livro para Kelsey, Liza e Diana. Entretanto, ela tem um pequeno desentendimento com Diana e decide ir embora. Na saída, Redmond diz para Kelsey que se elas quiserem a obra, precisarão oferecer muito dinheiro como adiantamento, porque várias outras editoras estão interessadas nela. Já no dia seguinte, Kelsey conta para Liza que fez sua oferta: duzentos e cinquenta mil dólares.

Mesmo com essa oferta, por motivos pessoais, Jade pretende assinar com a concorrência, mas Kelsey e Liza conseguem convencê-la do contrário. No episódio cinco, “Jersey, claro”, Kelsey insiste em ver o manuscrito do livro, mas a autora nega todas as vezes. A funcionária, então, liga para Redmond para explicar que se Jade não entregar o que foi solicitado, ela quebrará o contrato e terá que devolver todo o dinheiro adiantado, inclusive sua comissão enquanto agente.

Ela descobre, depois, através de publicações na conta da blogueira no Twitter, que Jade está gastando todo o dinheiro do adiantamento de uma só vez. Posteriormente, Kelsey encontra Jade em um hotel, que a revela que o livro nunca existiu. Tal conflito instaura um problema: Kelsey gastou todo o orçamento do selo editorial no adiantamento de um livro que nem existe.

No episódio seis, “Un-Jaded<sup>10</sup>”, Liza e Kelsey resolvem a situação inusitadamente. Liza escreve o primeiro capítulo do livro com base em tuítes de Jade, que são propriedade intelectual da autora (sob contrato com a *Empirical*). Elas vazam

---

10 “Sem Jade” (tradução nossa).

esse primeiro capítulo para a imprensa, o que desperta o interesse de Brad Weslake, da editora ficcional Achilles. Kelsey acaba por ver nisso a oportunidade de fazer um acordo com ele, para vender o suposto livro de Jade pelo dobro do adiantamento pago à autora, ou seja, quinhentos mil dólares. Sendo assim, elas recebem de volta todo o dinheiro que gastaram com Jade.

Em uma situação real, não importaria que Jade tivesse gastado todo o adiantamento, visto que ela quebrou o contrato com a *Millennial*, tendo, portanto, que pagar de volta o que recebeu da editora. Além disso, Kelsey teria, provavelmente, conferido se o manuscrito existia ou não e, se não, quando estaria pronto, antes de oferecer o dinheiro à autora.

De acordo com John B. Thompson (2013, p. 13), “o valor de um contrato para um livro em particular depende, por exemplo, se ele será realmente escrito e entregue dentro de um prazo adequado [...]”. É fato que o livro de Jade seria muito rentável, uma vez que a blogueira configura-se uma celebridade muito famosa – outro motivo que afeta o valor de um contrato –; e essa é a razão para Kelsey querer publicar o livro em primeiro lugar. Porém, a data de entrega do manuscrito também afeta o valor do contrato.

O *capital simbólico*, como dito anteriormente, depende do prestígio que uma editora possui no mercado editorial, o que pode ser conquistado através da venda de bons livros, tais como *best-sellers* ou livros que ganhem prêmios literários, por exemplo.

Em *Younger*, há exemplos de ambos os casos. Em relação aos *best-sellers*, a mais famosa série de livros da *Empirical Press* é, como dito, “A Coroa dos Reis”, de Edward L. L. Moore. Já sobre os prêmios literários, há diversos exemplos. Um deles é o prêmio literário que o autor sueco Anton Björnberg recebe logo na primeira temporada. Outro é o livro “P de Pombo”, que, apesar de não se sair bem em questão de vendas, recebe um prêmio literário de prestígio e uma homenagem de uma sociedade.

No que lhe diz respeito, o *capital econômico* pode ser demonstrado pelas diversas ofertas citadas durante as temporadas, que chegam até a quase oitocentos mil dólares. Mesmo com essas ofertas altas, e apesar de possuir diversos *best-*

*sellers*<sup>11</sup>, a *Empirical* está em constante dívida, chegando até mesmo a não conseguir pagar seus empregados durante a quinta temporada.

Logo, é natural que os espectadores se perguntem: como a *Empirical* não só sobrevive, mas consegue pagar quantias enormes de dinheiro em adiantamentos, competindo com ofertas de grandes editoras como a Random House? Isso pode ser explicado com a teoria de Thompson (2013, p. 230) sobre os autores de renome e o *backlist*, fatores que provêm às editoras um “fluxo de receita confiável”, se comparadas à receita do *frontlist*. Assim, uma editora geralmente não consegue se sustentar só com seu *frontlist* (livros recém-publicados, com maior possibilidade de se tornarem *best-sellers*), pelos riscos envolvidos nesse contexto. Quanto aos autores de renome, importantes por já possuírem um *fandom*<sup>12</sup> estabelecido e por não serem novos no mercado, Thompson (2013, p. 231) afirma: “autores de renome são aqueles que já tiveram outras obras publicadas. Eles escrevem um livro por ano ou talvez um livro a cada dois anos. Isso significa que a editora “[...] pode planejar o seu programa futuro com muito mais exatidão e confiabilidade [...]”.

O catálogo da *Empirical* gira principalmente em torno do *best-seller* do famoso autor Edward L. L. Moore, “A Coroa dos Reis”. Isso até a quinta temporada, quando um escândalo sexual envolvendo o autor força a editora a parar de publicar suas obras. A personagem de Moore é baseada em George R. R. Martin, autor da saga *A Song of Ice and Fire*<sup>13</sup> – adaptada para o formato de série, intitulada *Game of Thrones*<sup>14</sup> (O Jogo dos Tronos).

---

11 Os livros mais vendidos, mais populares.

12 Um grupo de pessoas que são fãs de algo em comum, como uma série, um artista ou um livro.

13 Em português, “Uma Canção de Gelo e Fogo” (tradução nossa).

14 Em português, “O Jogo dos Tronos” (tradução nossa).

Figura 12 - George R. R. Martin e Edward L. L. Moore lado a lado



Fonte: IGN Portugal (RODRIGUES, 2019) e Prime Video (YOUNGER, [2015?]), respectivamente.

Poderíamos basear a popularidade desta série ficcional de livros na comparação com a popularidade de sua equivalente na vida real; mas isso não é necessário, uma vez que a própria série nos mostra a dimensão de “A Coroa dos Reis”: séries de televisão baseadas nos livros, eventos enormes de lançamento que acontecem em locais públicos como a Times Square e um recorde de vendas na Amazon minutos depois do lançamento são alguns dos exemplos do sucesso da saga apresentada em *Younger*.

O próprio dono da editora, Charles, revela que “A Coroa dos Reis” mantém a editora inteira, algo que nos revela o grande problema enfrentado pela *Empirical* quando se encontra em meio ao escândalo sexual de Edward, impedindo-a de publicar mais livros da série, sua grande fonte de capital financeiro. Observa-se, assim, que Moore, fora do contexto da acusação, é para a *Empirical* tanto um autor de renome quanto parte da *frontlist* (sempre que lança um novo livro).

Além dele, a empresa possui outros exemplos de autores de renome, como a autora do livro “Hedonismo Feminino”, Annabelle Bancroft, que aparece durante a primeira temporada; ou a autora de romances Belinda Lacroix, que aparece durante a quarta temporada e está na *Empirical* desde que Charles era adolescente, sendo, antes de Edward L. L. Moore, a autora mais vendida da editora.

Já a *backlist* (que é o contrário da *frontlist*, ou seja, livros que não podem ser mais considerados novos no mercado) fornece uma “contribuição relativamente estável à renda bruta da editora como também traz uma contribuição desproporcionalmente grande ao resultado líquido” (THOMPSON, 2013, p. 238).

Isso acontece porque os investimentos realizados quando um livro é lançado pela primeira vez já foram realizados, logo a editora só precisa se preocupar com “os

preços de impressão, estocagem e distribuição, além dos pagamentos de *royalties* ao autor” (THOMPSON, 2013, p. 238). A série foca mais nos lançamentos de novos livros, porém os livros que eram *frontlist* na primeira temporada se tornam parte da *backlist* nos episódios ou temporadas seguintes.

Outra forma pela qual a *Empirical* consegue o dinheiro para sobreviver é através de capital econômico indireto, ou investimentos de outras instituições, algo que ocorre, ao longo da narrativa, em três momentos diferentes.

O primeiro acontece na terceira temporada: no segundo episódio, “A Experiência do Marshmallow”, Bryce Reiger, um bilionário de vinte e seis anos que fundou um aplicativo de carteira digital chamado *Tap That*<sup>15</sup>, investe na editora. O investimento dura até o momento em que as diferenças de ideias entre ele e o resto da equipe se acentuam, alguns episódios mais tarde.

O segundo é trazido na quinta temporada: a autora de um livro publicado pela editora, Quinn Tyler, outra bilionária com a própria empresa, oferece investimento à empresa. Sua injeção de dinheiro também não dura, já que Kelsey (nesse momento já trabalhando como *publisher*) recusa-se a demitir Liza, desejo de Quinn durante o episódio nove da sexta temporada, “Próxima Top Model Millennial”.

O terceiro e último é um investimento que ocorre logo depois da *Empirical* perder os recursos de Tyler. Kelsey e Charles viajam para Chicago no episódio dez da sexta temporada, “É tudo uma questão de dinheiro, querida”, para uma reunião com uma empresa de aços especiais, ligas imutáveis.

Eles conseguem o investimento, todavia, em troca, a empresa pede que Charles retome seu lugar como *publisher* no lugar Kelsey, quando esta está envolvida em um escândalo por conta de postagens inapropriadas na função *stories* da rede social Instagram. O investimento da referida empresa continua, pelo menos, até o fim da sexta temporada.

Além da marca principal, a *Empirical*, a série também apresenta ao público outros dois selos editoriais da editora, *Millennial* e *Mercury*, analisados a seguir.

---

15 “Toque aqui” (tradução nossa).

#### 4.1.1 Selos editoriais

Um selo editorial é, essencialmente, uma editora dentro da editora, constituindo-se como uma marca que foca em um público ou tema específico. Um exemplo aqui no Brasil é o grupo editorial Companhia das Letras, dentro do qual há diversos selos, como a Editora Seguinte, que tem o foco na literatura juvenil (LOUREIRO, 2021).

Como já citado anteriormente, dentro da *Empirical* há um selo que é criado durante a segunda temporada, o selo *Millennial*, que nasce quando Charles oferece a Kelsey a chefia de seu próprio selo, voltado para a geração *millennial*, geração à qual Kelsey pertence e Liza finge pertencer.

De acordo com o Pew Research Center (DIMOCK, 2019), os *millennials* são todas as pessoas que nasceram entre 1981 e 1996 – a geração que cresceu acompanhando o desenvolvimento da Internet (ao contrário da atual, Geração Z, que nasceu já tendo contato com a Internet). Em 2016, quando a segunda temporada de *Younger* foi lançada, os *millennials* teriam em torno de vinte a trinta e cinco anos de idade.

No último episódio da quinta temporada, “*Lizability*”, a *Millennial* se torna o carro-chefe da editora. Isso significa que o nome da empresa muda de *Empirical* para *Millennial*, e o principal foco da editora, a partir de então, são as publicações dos livros do que antes era apenas um selo editorial.

Outro selo da *Empirical* (nesse caso, *Millennial*, já que a troca já havia ocorrido) é a *Mercury*. Charles, então como presidente do Conselho, não possui muito envolvimento no processo editorial, sua paixão; por isso, cria uma editora com Zane (que pediu demissão da *Millennial*). No episódio seis da sexta temporada, “Fusão, ela escreveu”, Kelsey compra a *Mercury* por um dólar (um favor de Charles à funcionária, uma vez que ele não quer competir nem ela nem com Liza).

Zane e Kelsey brigam pelos livros que serão publicados. Kelsey comenta, no episódio sete da sexta temporada, “Amigos com benefícios”, que eles precisam definir as marcas, isto é, os selos, para que eles consigam trabalhar em harmonia dentro da editora. Ela define a *Mercury* como um selo voltado para um público masculino que seja mais velho do que a geração *millennial*. Infelizmente, Charles, agora editor, recusa as ideias de Kelsey. Na sexta temporada, a *Mercury* já não é mais citada como um selo existente.

Enquanto a *Empirical* como editora possui seus capitais, seus funcionários (capital humano) realizam tarefas que resultam na publicação de seus livros. Na seção seguinte, identificam-se as funções de *publisher* que eles desenvolvem no decorrer das temporadas da série.

## 4.2 AS FUNÇÕES DO *PUBLISHER* EM *YOUNGER*

Uma vez que o local – a editora *Empirical* – onde a maioria das funções do *publisher* ocorrem durante a série foi apresentado, agora é possível focar nas seis funções descritas por Thompson (2013), a saber: aquisição de conteúdo e construção do catálogo; investimento financeiro e avaliação de riscos; desenvolvimento de conteúdo; controle de qualidade; gerenciamento e coordenação; vendas e *marketing*.

### 4.2.1 Aquisição de conteúdo e construção do catálogo

A aquisição do conteúdo é um meio utilizado para se construir o catálogo de uma editora. Para se construir um bom catálogo, é necessário ter talento para ver o que outros não veem ou dinheiro para conseguir aqueles livros que todos (outras editoras) acreditam que serão populares. Thompson cita alguns dos métodos utilizados por um bom *publisher* para a aquisição de um livro:

Alguns dos melhores *publishers* são aqueles que conseguem ter boas ideias para livros e encontrar os autores certos para escrevê-los, ou que conseguem transformar o que poderia ser uma ideia bastante incipiente na mente de um autor em algo especial, ou que sejam simplesmente capazes de ver potencial onde outros veem apenas disparate. Há, aqui, uma habilidade real, que envolve uma combinação de criatividade intelectual e bom senso em *marketing*, e isso diferencia editores e *publishers* notáveis dos comuns (THOMPSON, 2013, p. 25).

Dentro de *Younger*, Liza Miller pode ser considerada uma editora talentosa, posto que frequentemente encontra livros com potencial de *best-seller* para a editora. É inclusive por conta desse talento (visto ao longo das temporadas por Kelsey e Charles) que a Liza é promovida para trabalhar na *Millennial*, com Kelsey, que mantém o segundo lugar no quesito talento.

Na trama, a aquisição ocorre de diversas maneiras. Nesta seção, apresentaremos todas as formas de aquisição presentes na série, com base nos

seguintes exemplos: as ofertas realizadas pelos editores/*publishers* da *Empirical/Millennial*; as ofertas que chegam até a editora por outros meios (através de agentes literários e da *slush pile*); os leilões que ocorrem entre uma editora e outra; as situações em que os próprios editores/*publishers* propõem uma ideia de um livro para um autor (livros sob encomenda).

#### 4.2.1.1 Ofertas Realizadas por editores/*publishers* da *Empirical/Millennial*

Na primeira temporada, o arco do personagem Anton Bjornberg começa com uma oferta presencial. Bjornberg é um autor sueco muito famoso em seu país de origem que está nos Estados Unidos à procura de uma editora para a publicação da tradução de seu livro (“Caleidoscópio da Vida”) em língua inglesa.

No universo de *Younger*, ele é tão famoso na Suécia que, de acordo com Kelsey, sua popularidade se compara a Stieg Larsson, autor do livro “Os homens que não amavam as mulheres” no mundo real. Todavia, Bjornberg, na verdade, é baseado no escritor Karl Ove Knausgård, considerado o autor norueguês mais importante de sua geração, tendo ganhado alguns prêmios (assim como ocorre com Bjornberg na trama) (KARL Ove Knausgård, [2022?]).

Figura 13 - Karl Ove Knausgård e Anton Bjornberg lado a lado



Fonte: O Globo (CAZES, 2016) e Prime Video (YOUNGER, [2015?]), respectivamente.

Kelsey se apaixona pelo livro, mas infelizmente o agente de Anton quer que ele assine com a Editora Knopf<sup>16</sup>. Para conseguir assinar o contrato com o autor, Kelsey comparece à leitura do livro de Anton no consulado sueco nos EUA. Depois

---

16 A Knopf é uma editora fundada em 1915 por Alfred A. Knopf. Hoje ela é parte de um grupo editorial chamado Knopf Doubleday, que inclui também as editoras Doubleday, Pantheon, Schocken, Vintage Books, Anchor Books, Vintage Español, Black Lizard, Nan. A. Talese e Everyman’s Library (KNOPF DOUBLEDAY PUBLISHING GROUP, [2022?]).

da leitura, os dois seguem até um bar, onde Kelsey consegue convencê-lo a ir até a editora para conhecer o resto da equipe. No episódio seguinte, ela anuncia ao resto da equipe, durante uma reunião, a assinatura do contrato com o escritor.

O arco de Anton Bjornberg é interessante por dois motivos: o primeiro é o fato de ele ser um autor estrangeiro, o que resulta no único processo de tradução demonstrado ao longo da série; o segundo é o prêmio PEN, recebido pelo sueco no episódio oito da primeira temporada.

Diana comenta, no mesmo episódio, “Sk8<sup>17</sup>”, que a “PEN America” é o evento literário mais importante da temporada. Trata-se de um evento de premiação real fundado em 1922, realizado por um conjunto de organizações que constituem o “PEN International”. “PEN” significava, a princípio, “Poets, Essayists, Novelists” (Poetas, Ensaístas, Romanistas – tradução nossa), mas hoje a organização não utiliza mais esse significado.

No episódio oito da segunda temporada, “Além da terapia”, Liza e Kelsey vão ao *podcast*<sup>18</sup> de uma mulher chamada Dra. Jane Wray, para realizar uma oferta para seu livro. O livro em si (intitulado “A Década Decisiva”) ainda não existe, apenas um capítulo de amostra, mas Kelsey afirma que a especialidade da Dra. Wray é “chutar os jovens preguiçosos de vinte e poucos anos dos porões da casa dos pais para a vida adulta”, um assunto que se alinha com o que ela quer publicar na *Millennial*.

Outro exemplo acontece no episódio três da quinta temporada, “O fim do passeio”. Kelsey assiste a uma entrevista de Jake Devereux – redator de discursos da Casa Branca na época em que Obama estava no poder –, em que ele conta que quer escrever um livro de memórias sobre o seu tempo na Casa Branca. Kelsey e Zane viajam para Washington para, respectivamente, tentar conseguir o livro para o selo *Millennia* e para a *Empirical*.

Em Washington, Kelsey vende a *Millennial* como a melhor editora para publicar o livro (de título “Letras Maiúsculas”)<sup>19</sup>; enquanto Zane tenta fazer com que Jake publique pela *Empirical*. De início, Jake decide trabalhar com os dois ao mesmo tempo. Mais adiante, por motivos pessoais, Jake pede para trabalhar somente com

---

17 Modo de falar skate.

18 Um programa de áudio gravado que o público pode consumir quando quiser, ao contrário de um programa de rádio (BOSCARIOL, 2019).

19 Originalmente *Capitol Letters*, de acordo com os *banners* vistos na série.

Kelsey, o que retira o nome de Zane da lista de editores do livro. Ou seja, ele trabalhou no livro, mas não recebeu crédito.

#### 4.2.1.2 Agenciamento literário e a *slush pile*

A função de aquisição de conteúdo do editor é, muitas vezes, dividida com os agentes literários, que servem como uma forma de diminuir o risco da compra de um livro para o *publisher*, já que ele divide essa responsabilidade com o agente. Um bom agente possui respeito dentro da indústria editorial pelo seu bom gosto em livros, ou seja, se um bom agente leva um livro para uma editora, é quase como se o livro estivesse recebendo, aos olhos do *publisher*, um carimbo de qualidade.

Em *Younger*, há um agente literário que é personagem recorrente da série: Redmond. Ele aparece pela primeira vez no episódio quarto da segunda temporada, “A Cruzada de Jade”. Ao longo das próximas quatro temporadas, ele aparece em pelo menos um episódio. Na segunda temporada, seu objetivo como personagem é, exclusivamente, representar Jade Winslow. A partir da terceira temporada, ele começa a mostrar outras funções como agente.

No episódio nove da terceira temporada, “Sexta de Verão”, Kelsey realiza o caminho contrário e leva um autor, Colin, para Redmond. Ela acredita em um acordo para que Colin seja publicado pela *Millennial*, já que foi ela quem os apresentou. O livro, chamado “Os Algonquinos”, é um “épico distópico brilhante sobre Nova York” (YOUNGER, [2015?]).

A *Millennial* oferece setenta e cinco mil de adiantamento, com uma taxa de *royalties* padrão e bônus caso o livro entre para a lista de mais vendidos do The New York Times<sup>20</sup>. Redmond, porém, vende o livro por um milhão e meio para a Random House e explica que, como agente, ele tem a responsabilidade fiduciária de conseguir o melhor acordo para seu cliente.

Além dos agentes literários, os livros podem chegar às mãos dos editores, através da *slush pile* – processo que Thompson (2013, p. 86) define como um “lamaçal de pilhas de cartas, e-mails e originais” que as editoras recebem de pessoas esperançosas de que seus livros sejam publicados.

---

20 A lista de mais vendidos (ou *best-sellers*) da The New York Times é considerada, de acordo com Korda *apud* Sorensen (2004, p. 8), como a lista mais influenciável na indústria editorial, já que influencia a quantidade de livros vendidos, caso eles sejam citados.

Na *Empirical*, há uma pilha de livros que foram enviados para a editora e que são considerados pela equipe como ruins demais para serem publicados. Essa pilha é citada no episódio nove da primeira temporada, “Estou com estúpido”, quando Charles sugere que Liza procure nela livros para publicar. Ela pergunta a Kelsey sobre a pilha e as duas se divertem lendo frases de livros ruins, até que Liza encontra um bom livro em meio ao monte, “A Echarpe”. No fim das contas, o livro acaba não sendo publicado, pois Diana descobre que ele é um plágio de outra obra.

#### 4.2.1.3 Leilões

Thompson (2013, p. 227) considera o leilão como “o grande e essencial mecanismo que serve mais do que qualquer outro para definir a importância dos livros e determinar seu valor antes que qualquer um saiba seu valor real”. Tal evento é uma forma de aumentar o adiantamento do autor, sendo usada com frequência pelos agentes literários.

Se apenas uma editora se interessar pelo livro, não há leilão. É necessário que exista uma competição: quanto mais editoras presentes em um leilão com interesse em uma determinada obra, mais ela será considerada importante. Nesse sentido, o leilão é uma “máquina de fazer burburinho” (THOMPSON, 2013, p. 227).

É como quando um filme estreia nos cinemas: quanto mais pessoas assistem ao filme, mais ele chama a atenção do resto do público, o que, por sua vez, causa diretamente o aumento na quantidade de espectadores – num ciclo vicioso.

Em *Younger*, há vários exemplos de leilões: no último episódio da primeira temporada, “A Velha Senhora e o C”, Charles conta, em uma reunião na *Empirical*, que a artista Ellen DeGeneres escreveu outro livro de memórias, o que todos concordam que provavelmente se tratar de outro *best-seller*, por conta de seu *status* como celebridade. Além disso, ele revela que a agente de Ellen concedeu a *Empirical* a oportunidade de realizar a primeira oferta.

Na segunda temporada, no episódio dois, “A Função Mao”, há um pequeno exemplo: uma frase em que Diana pede que Liza Miller fique perto do telefone pelas próximas 48h, visto que o novo livro de Laura Hillenbrand será leiloado. Há vários outros exemplos, mas eles se configuram geralmente como uma citação esparsa, aqui e ali.

#### 4.2.1.4 Livros sob encomenda

Como afirmado por Thompson, um *publisher* pode ter uma ideia para um livro e ir em busca de um escritor para a sua publicação. Em *Younger*, há uma variedade de exemplos dessa situação, em que, a partir de suas ideias, os funcionários da *Empirical* vão à procura de um autor para desenvolver uma determinada obra.

O exemplo que mais chama a atenção, por estar relacionado a um dos personagens principais que não trabalham no mercado editorial, acontece no episódio nove da quarta temporada, “O Incidente em Pound Ridge”. Nele, Charles comenta que as vendas de livros de colorir para adultos cresceram muito no ano anterior, e Kelsey demonstra surpresa com o fato de essa moda ter continuado e explica que a maioria do público desse tipo de livro são mulheres da geração *millennial*.

Mais tarde, Kelsey apresenta uma ideia para Josh, que é tatuador, para criar um livro de colorir com suas tatuagens, já que ele detém direitos autorais sobre elas. Ela afirma poder oferecer pelo menos dez mil dólares de adiantamento. Embora Josh tenha aceitado a oferta em um primeiro momento – influenciado pela estatística de treze milhões de pessoas que compraram livros de colorir para adultos no ano anterior –, no final do episódio uma briga entre Charles e Josh evita que o contrato seja assinado.

Outro exemplo acontece na segunda temporada, no primeiro episódio (“Tatuagem você”), quando Kelsey tem a ideia de publicar um livro a partir de uma conta popular na rede social Tumblr, chamada “100 coisas que as mulheres pensam enquanto fazem sexo oral”, de uma escritora *freelancer*. O livro seria um conjunto de frases postadas no perfil do site em nuvens de pensamentos, como se as mulheres estivessem pensando naquilo naquele exato momento.

Infelizmente, Charles nega o pedido da funcionária para publicar essa obra, explicando que não é um livro bom para o catálogo da *Empirical* (a *Millennial* ainda não existia – esse é o estopim para a criação do selo). Entretanto, trata-se, na verdade, de uma ideia tão boa que mais tarde Kelsey descobre que o livro vai ser publicado pela Little Brown<sup>21</sup>.

---

21 A Little Brown é um grupo editorial que foi fundado em 1837 e hoje faz parte do grupo editorial da Hachette (KING, [2022?]).

#### 4.2.2 Investimento financeiro e avaliação de riscos

No caso desta função, mesmo que Kelsey e Liza estejam envolvidas na oferta de adiantamentos na maioria das vezes – e, uma ou outra vez, na avaliação de riscos, como no caso de Jade, no qual Kelsey correu risco e quase perdeu duzentos e cinquenta mil dólares –, quando a questão é dinheiro, quem mais se preocupa é Charles, dono da editora e *publisher*. Kelsey também se envolve nessa questão na sexta temporada, quando também se torna *publisher*.

Os adiantamentos oferecidos pela *Empirical* para possíveis autores variam de setenta a quase setecentos mil dólares. No episódio três da sexta temporada, “O suspeito incomum”, por exemplo, Kelsey e Liza oferecem seiscentos e cinquenta mil dólares requisitados por Redmond – agente da autora Audrey Colbert, uma mulher que foi acusada (mas absolvida) de assassinar um casal em um hotel de luxo.

Charles passa boa parte das temporadas preocupado com dinheiro. Geralmente é ele quem consegue os investimentos de outras instituições que fazem com que a *Empirical* continue em atividade. É ele quem realiza decisões finais relacionadas aos livros que têm as vendas postas em risco por um motivo ou outro.

Como exemplos temos que, no primeiro episódio da quinta temporada, “*Liza Too*<sup>22</sup>”, Charles anuncia que Edward L. L. Moore planeja lançar um novo livro no mesmo universo de “A Coroa dos Reis”, chamado de “As Crônicas de Pam Pam” – obra que pode trazer muito lucro para a editora. Entretanto, denúncias anônimas escritas em um site de fãs acusaram o autor de realizar comentários inapropriados. Charles, então, tem que pensar se vale ou não a pena publicar esse livro, porque se ele for lançado e as denúncias forem verdadeiras, o escândalo pode afetar as vendas. Assim, ele pergunta a Liza se ela se sentiu desconfortável com algum comentário de Edward quando eles trabalharam juntos, já que a pedido do autor ela foi para o lançamento de sua obra vestida como a princesa Pam Pam.

Em um primeiro momento, Liza nega qualquer constrangimento, mas depois ela volta atrás e ainda comenta que outras mulheres que já foram princesas Pam Pam também se sentiram desconfortáveis com o que Edward falou para elas. Sendo assim, Charles decide anunciar, no meio do evento de lançamento, que a obra não será publicada, justamente por conta das denúncias realizadas contra Edward.

---

<sup>22</sup> Liza Também (tradução nossa).

Quando Kelsey se torna *publisher* – assumindo a posição de Charles –, também precisa começar a se preocupar com as finanças da editora como um todo. No primeiro episódio da sexta temporada, “Grande dia”, Kelsey comenta com Zane que seu novo trabalho é com orçamentos, estudos e planilhas, e não mais com livros de verdade.

No mesmo episódio, em uma reunião com Ramesh (não fica claro quem ele é exatamente) e Quinn (a investidora atual), Kelsey o pergunta – quando este está apresentando os detalhes financeiros da editora –, se a empresa está tendo lucro. Ramesh responde que, pelo contrário, a empresa está perdendo dinheiro. Quando está de saída da reunião, Quinn deseja a Kelsey um “bom corte de gastos” (YOUNGER, [2015?]).

#### 4.2.3 Desenvolvimento de conteúdo e controle de qualidade

Essas duas funções são explicadas por Thompson de forma conjunta, afirmando que, no processo de conferir se um livro tem uma boa qualidade e desenvolver seu conteúdo para que ele alcance um certo padrão,

[...] diversos procedimentos de avaliação podem ser usados, variando da apreciação crítica dos editores da casa até avaliações feitas por um ou mais leitores externos especialistas na área (embora no campo de publicações comerciais essa avaliação raramente seja feita fora da editora) (THOMPSON, 2013, p. 26).

Não há tantos exemplos dessas funções em *Younger*, e quando aparecem, não há muitos detalhes – geralmente consiste em uma cena pequena, na qual o editor senta com o autor ou outro editor para trabalhar no livro.

Um dos poucos exemplos mais detalhados dessa etapa é, ironicamente, de um livro publicado por outra editora. Colin, namorado de Kelsey na terceira temporada e cliente de Redmond, assina um contrato com a Random House. No episódio dez (“Pombos, Papagaios e Cegonhas”), ele liga para Kelsey para explicar que sua editora, Pippa, não entende seu livro, detalhando as notas que ela fez no manuscrito: Pippa diz que há inconsistências na linha do tempo do livro e que o relacionamento entre o personagem Nick e sua irmã é um pouco turvo. Kelsey acalma Colin explicando que toda obra pode ser melhorada e que nenhum editor espera que o

autor realize todas as mudanças pedidas. Esse é um dos poucos exemplos em *Younger* que expõem as notas do editor (ou, nesse caso, editora) dessa maneira.

Um segundo exemplo é do livro da Pauline (“Férias do Casamento”). Há três cenas de Liza e Pauline trabalhando juntas no livro. Na primeira – que acontece no episódio dez da quarta temporada (“Um Novo Casamento”) –, Charles está presente (porque o livro é sobre a vida dele) e comenta que não estava apaixonado por Donna Tartt<sup>23</sup>, apenas pela escrita dela. Pauline refuta que o livro seja ficção e que ela esteja demonizando Charles, afirmando que, na verdade, está o colocando em um pedestal. Não fica claro se ela e Liza conseguem convencer Charles a deixar essa parte como está. Nas duas outras cenas, não há nenhum comentário de Liza sobre a obra, mas o fato de que elas estão a editando fica claro por conta dos papéis, post-its e computadores espalhados pela mesa.

Figura 14 - Duas cenas de desenvolvimento de conteúdo mostradas em *Younger*



Fonte: Imagens extraídas da Plataforma da Prime Video (YOUNGER, [2015?]).

Outro exemplo é sobre o livro de Jake Devereux (“Letras Maiúsculas”). No episódio seis da quinta temporada (“Sexo, Liza e Rock & Roll”), Zane conversa com Kelsey sobre como o capítulo que ele enviou está chato. Eles ligam para Jake e explicam que o texto precisa de mais “energia, humor e escândalo” e que ficaria melhor com “algumas observações perspicazes junto de anedotas bem escolhidas sobre sua vivência na Casa Branca” (YOUNGER, [2015?])

Mais tarde, quando Kelsey encontra Jake pessoalmente, ela diz não ter odiado o capítulo e que a voz dele no *podcast* é engraçada, fazendo-a ela rir de política. Além disso, ela afirma querer que os leitores tenham a mesma sensação que teve quando escutou o *podcast* pela primeira vez. Quando Zane e Kelsey recebem o capítulo de

---

23 Escritora real que nasceu em 1963 e escreveu o livro “A história secreta” (DONNA Tartt. [2022?]).

volta, reescrito, eles comentam em trocar algumas partes de lugar e retirar outras do texto.

O último exemplo é o livro de Quinn Tyler, bilionária com milhares de seguidores no Instagram que aparece no episódio dez da quinta temporada (“Buzine se você estiver com tesão”). Sua obra, intitulada “Garra”, aborda como criar oportunidades para si mesma nos negócios e transmite a ideia de que as mulheres deveriam parar de se ajudar e começar a pensar mais em si mesmas. Quinn explica que Garra “não é um livro de amizade, é de se dar bem nos negócios” (YOUNGER, [2015?]).

No episódio seguinte (“Garotas na lateral”), Kelsey e Liza sugerem para Quinn que o capítulo doze devia ser o capítulo um, porque nele a autora explica sobre como perdeu seu primeiro emprego e que “o leitor [...] quer saber quem você é antes de comprar o que você vende” (YOUNGER, [2015?]). Quinn basicamente ignora todas as sugestões dadas. No segundo episódio da sexta temporada (“Encher de amor”), quando elas recebem críticas bem ruins de possíveis leitoras do livro, Liza comenta que tentou fazer com que Quinn aliviasse o tom do livro, mas ela a ignorou.

Mais tarde, em um almoço com a escritora, Kelsey explica que o livro “no cenário atual [...] pode soar um pouco antimulher”. Quando Quinn, mais uma vez, ignora o que elas estão falando, Liza explica que ela é a editora e que “é importante saber que esse é um trabalho de mão dupla: se o autor não aceita sugestões, então ele tem que publicar tudo sozinho” (YOUNGER, [2015?]). Como Quinn está investindo na editora, elas têm que aceitar que a autora não vai acatar suas sugestões.

#### **4.2.4 Gerenciamento e coordenação**

Um *publisher* basicamente gerencia todo o processo de edição de um livro. Isso significa que ele tem que coordenar todas as tarefas que possibilitam a sua publicação depois que a obra é desenvolvida, desde a revisão até a impressão. Para Thompson:

Todas essas atividades requerem muito tempo e *expertise*, e na maioria dos casos quem lida com elas são os gerentes da própria casa editorial, responsáveis por setores específicos do processo de produção e publicação (THOMPSON, 2013, p. 27).

Em *Younger* as tarefas gerenciadas não aparecem na tela, mas são citadas por personagens em um episódio ou outro: em um alguém fala que uma capa está pronta, em outro se pede o design do livro para a semana seguinte, entre outros pequenos exemplos.

A única exceção é o episódio onze da primeira temporada (“Mitzvah quente”), em que Diana apresenta tudo o que ela tem pronto para o *marketing* do livro “Novos Truques”, de Megyn Vernoff, e afirma que ela está somente esperando que ele fique pronto. Kelsey explica, então, que o rascunho final já está finalizado, mas está uma confusão, e que ela está procurando uma pessoa para arrumar o livro.

A versão dublada diz que ela está procurando um PhD em literatura, ou seja, alguém com um doutorado em literatura. Entretanto, essa é uma tradução ruim. Na versão original, o que Kelsey está procurando é um *book doctor* ou médico de livros (SMITH, 2015). De acordo com Scott Francis (2008), em seu artigo para a *Writer’s Digest*, um doutor de livro é uma pessoa (diferente de um revisor) que lê o livro para encontrar problemas grandes, como “desenvolvimento, estrutura e organização”.

Na série, a pessoa que Kelsey contrata para realizar essa função é a própria Liza, que alega ter tido experiência em redação criativa e edição em um jornal dos seus tempos de faculdade. Liza se oferece para prestar esse serviço porque precisa do dinheiro.

Além do gerenciamento dessas tarefas, o *publisher* cuida dos direitos autorais e decide o preço do livro e a quantidade de cópias que serão impressas. A série não traz exemplos dessas funções, sendo a que chega mais perto a decisão sobre a quantidade de cópias impressas. No primeiro episódio da quinta temporada (“LizaToo”), Liza, Kelsey e Pauline abrem caixas dos livros desta última, as primeiras cópias. No entanto, a obra tem que ser reimpressa mais tarde, pois Charles decide imprimir o livro (que era do selo *Millennial* inicialmente) pela *Empirical*. Porém, com o escândalo envolvendo Edward L. L. Moore, a *Empirical* perde um pouco de sua credibilidade no mercado, e o livro volta ser publicado pela *Millennial*.

#### **4.2.5 Vendas e *marketing***

As atividades realizadas dentro das funções de vendas e o *marketing* deveriam tecnicamente ser responsabilidade de Diana e Lauren, cujos cargos estão relacionados a essa área. Contudo, além delas, muitas vezes Liza, Kelsey, Charles e

Zane se envolvem no processo de promoção das obras literárias. Essas atividades podem ser várias, diversificando-se de acordo com as necessidades do livro. Thompson cita algumas delas:

Tais atividades incluem a elaboração de um catálogo, a remessa postal, a divulgação, a mala direta, o envio de exemplares para a imprensa e, mais recentemente, vários tipos de *marketing* digital. [...] A maioria das editoras comerciais também tem um agente de publicidade e/ou departamento em separado, cuja tarefa é cultivar relações com a mídia e garantir a cobertura de um livro - cobertura que varia de resenhas, trechos e entrevistas na imprensa até entrevistas no rádio e na televisão, lançamento de livro com sessão de autógrafos e turnês do autor (THOMPSON, 2013, p. 27).

Em *Younger*, um livro que exemplifica as várias atividades de *marketing* citadas por Thompson é “Hedonismo Feminino”<sup>24</sup>, de Annabelle Bancroft – personagem baseada em Candace Bushnell, jornalista conhecida por escrever o livro *Sex and the City* (CANCE Bushnell, [2022?]), coincidentemente adaptado e produzido para o formato de série por Darren Star, assim como *Younger*.

Figura 15 - Candace Bushnell e Annabelle Bancroft lado a lado



Fonte: Us Weekly (NARDINO, 2021) e Prime Video (YOUNGER, [2015?]), respectivamente.

No episódio seis da primeira temporada (“Shedonismo”), Diana apresenta a narrativa da obra de Bancroft como uma história sobre três melhores amigas recém-divorciadas que fazem um “pacto de putas”, para nunca se casarem novamente. Ao cuidar da promoção do livro, ela cita o cronograma da autora: entrevista no programa de Andy Cohen em uma noite e no programa de Hoda e Kathie Lee no dia seguinte<sup>25</sup>;

24 Ou *Shedonism*, de acordo com os *banners* mostrados na cena.

25 Todos os apresentadores citados são reais. Andy Cohen apresenta o programa *Watch what happens live*, enquanto Hoda e Kathie Lee apresentam o *Today* (KATHIE Lee & Hoda, [2022?]; WATCH WHAT HAPPENS LIVE, 2021).

depois uma turnê do livro em dez cidades. Ademais, há camisetas de divulgação criadas para venda e distribuição na festa de lançamento da publicação.

Uma das maiores festas de lançamento da série acontece no episódio onze da segunda temporada, “Segredos e Liza”. O livro “A Coroa dos Reis” é o último da série de Edward L. L. Moore, autor citado anteriormente como o maior da *Empirical* – pelo menos até a quinta temporada, quando ele sai da editora por conta do escândalo mencionado. A festa de lançamento ocorre na Times Square, famosa “praça” de Nova York, contando com centenas de fãs, inclusive pessoas famosas. No evento, os fãs têm a oportunidade de se sentar no famoso trono e tirar fotos com a Princesa Pam Pam – que, nesse caso, é Liza fantasiada, a pedido de Edward.

Outro exemplo de promoção de obra literária na série se dá no último episódio da quarta temporada (“Adeus Irlândes”), em que Pauline aparece no *Good Morning America*<sup>26</sup> para conversar sobre seu livro “Férias do Casamento”, entrevista conseguida por Kelsey e Zane, através de seus contatos. Além do programa, a obra também conta com uma turnê em diversos locais, como livrarias e templos, e é divulgada no programa de rádio *Bookworm*<sup>27</sup>. Uma característica interessante deste último exemplo é que ele é um dos poucos que mostram o autor na entrevista realizada. Geralmente, os autores em *Younger* aparecem mais na etapa do *marketing* em festas de lançamento ou eventos de assinaturas.

Outro livro que aparece em programas de televisão e tem sua turnê citada é “Blissful Living”<sup>28</sup>, da personagem Kiko Kagami, escritora *best-seller* no Japão por dois anos que aparece no primeiro episódio da terceira temporada (“Um beijo é só um beijo”). Essa personagem é baseada em Marie Kondo, escritora também japonesa que aborda em sua obra os métodos de organização (minimalismo) (MARIE Kondo, [2022?]).

---

26 Good Morning America é um programa real da rede televisiva ABC, tendo ganhado diversos prêmios. Sua transmissão pode ser vista através do link: <https://abc.com/shows/good-morning-america>.

27 Trata-se de um programa de rádio real, com programação literária. Pode ser acessado pelo link: <https://www.kcrw.com/culture/shows/bookworm/host#anchor>.

28 Vivendo Mais Feliz, tradução nossa.

Figura 16 - Marie Kondo e Kiko Kakami lado a lado



Fonte: Revista Due (DANTAS, 2019) e Prime Video (YOUNGER, [2015?]), respectivamente.

O livro de Kiko também tem uma aparição no programa das apresentadoras Kathie Lee e Hoda, além de ganhar uma turnê de sete dias. Sua narrativa traz a questão de se livrar de objetos que não servem mais para aliviar a carga espiritual.

Também como forma de promoção de uma obra literária são os eventos de assinatura em meio à turnê de livros. No episódio seis da quarta temporada (“Um Barbear Rente”), Emily Burns participa de um evento de assinatura para o seu livro, “Pérolas de Sabedoria”. A história se insere no gênero autoajuda, mas escrito do ponto de vista da cadela de Emily, chamada Pérola. O livro é um sucesso de vendas – segundo Kelsey, pelo fato de que Liza praticamente o reescreveu –, esgotando seu estoque no site da Amazon.

A Amazon é uma empresa do setor varejista, fundada em 1995, por Jeff Bezos. Atuando no mercado global com a venda de diversos itens de forma *online* (incluindo obras literárias), a empresa logo tornou-se um fenômeno, chegando a deter “70% do mercado online de livros” em 2006. Com isso, tornou-se muito importante tanto para pequenas editoras quanto para grandes corporações, sendo quase essencial para as primeiras e uma grande cliente para as últimas (THOMPSON, 2013).

*Younger*, porém, cita o surgimento da Amazon como algo ruim. No segundo episódio da quinta temporada (“Um problema do Titanic”), Charles comenta que a *Empirical* sobreviveu a Amazon, assim como a crises e greves de gráficas. Ou seja, ela equipara a Amazon a exemplos que impactaram sua editora de forma nociva.

Considerando essa cena, uma pergunta se faz pertinente: se a Amazon se tornou uma cliente tão importante para as editoras, por que uma série que retrata o mercado editorial falaria de seu surgimento como algo prejudicial? Thompson (2013, p. 53) estabelece, para essa questão, dois motivos: i) o fato de a Amazon vender livros usados juntamente com os novos, o que afeta as vendas da editora; ii) o tamanho da Amazon – quanto mais ela crescia, mais podia usar a quantidade de livros que ela vendia para realizar mais pedidos à editora (descontos, mais dinheiro para *marketing*, prazos melhores, entre outros).

A Amazon é citada diversas vezes em *Younger*, principalmente para demonstrar como o *marketing* está sendo realizado ou como forma de apresentar as vendas de um determinado livro. O primeiro exemplo acontece logo no primeiro episódio, com o livro de Jane Austen: a Amazon promete o uso da primeira página para o *marketing* do livro por três dias, além de guias de estudo interativos para escolas. É implícito que o *marketing* na primeira página da Amazon seria através de um *banner* – assim como outros tipos de *banner* são utilizados para o livro “Novos Truques”, citado anteriormente, na primeira temporada: *banners* físicos e *banners* do Kindle e do NOOK.

Na série, o livro de Edward L. L. Moore (“A Coroa dos Reis”) chega à primeira posição no *ranking* dos mais vendidos na Amazon minutos depois de ser lançado. Já “Eu, Eu Mesma e O”, de Aubrey Alexis (pseudônimo de Edward), figura no terceiro lugar.

Thompson (2013, p. 52) explica que “quanto maior a frequência de encomendas de um livro na Amazon, mais bem colocado ele fica no seu *ranking* de vendas”. Isso significa que mesmo que um livro não venda bem em lojas físicas, o contrário pode acontecer na Amazon, ou ainda as vendas da empresa podem influenciar as vendas das lojas físicas e, portanto, o tamanho do pedido que ela irá realizar para a editora.

*Younger* cita o sucesso de vendas de um livro geralmente a partir de citações da lista de mais vendidos da Amazon ou da lista de mais vendidos do *New York Times*. Um caso interessante é o do livro da Quinn (“Garra”), que tem suas vendas falsificadas: a quantidade de livros vendida foi alcançada a partir da compra em grande escala pela própria Quinn.

No terceiro episódio da sexta temporada (“O suspeito incomum”), Diana conta que “Garra” alcançou o primeiro lugar da lista dos mais vendidos do *New York Times*; mas, em uma ligação com Redmond, este conta da fralde.

Nesse contexto, a obra entrou para a referida lista com uma *dagger*<sup>29</sup> do lado (†) (NICOLAS, 2021). Isso significa que o próprio *New York Times* acredita que o livro foi comprado em atacado pela própria editora ou autora, aumentando, conseqüentemente, suas vendas. Como o jornal é respeitado, suas formas de conseguir os dados necessários para decidir se um livro é uma fraude ou não também assim são tidas, logo uma publicação com o símbolo † do lado causa uma péssima imagem tanto para o autor quanto para a editora.

Uma forma de aumentar as vendas do livro (de forma não fraudulenta) são os “clubes de livros”. No episódio nove da primeira temporada, quando Liza pergunta se esses clubes não são compostos por aquelas mulheres de meia-idade que se reúnem no subúrbio para ler livros, Kelsey responde que são justamente essas mulheres que fazem um livro virar *best-seller*.

Além desse tipo de “clubes do livro”, existem também aqueles criados por empresas, como o de Reese Whitterspoon, famosa atriz de Hollywood, que é citado no segundo episódio da quinta temporada (“Um problema do Titanic”). Ele faz parte da empresa fundada por Reese (Hello Sunshine), com parceria com a *Millennial*.

Ainda no contexto de promoção, podemos afirmar que, em uma era digitalizada, é impossível lançar um livro sem realizar marketing *online*. Em *Younger*, tal forma de divulgação ocorre de diversas maneiras. No primeiro episódio da primeira temporada, o trabalho inicial de Liza como secretária de Diana é criar uma conta no Twitter para postar como se ela fosse Jane Austen<sup>30</sup>, uma vez que a editora vai relançar “Orgulho e Preconceito” em formato e-book e precisa “fazer barulho” *online*. Além disso, Liza também cria contas para Jane Austen no Facebook, no match.com e no Christian Mingle.

Mais exemplos de marketing *online* em *Younger* acontecem no segundo episódio da primeira temporada (“Liza semeia seus oates”), quando Liza cria uma *hashtag* no Twitter baseada em uma *hashtag* que já existe. Dentro desse enredo, a cena em que Lauren faz uma *selfie* mostrando seus seios, explicando que este é um

---

29 Punhal (tradução nossa).

30 Escritora real que nasceu na Inglaterra em 1775. Seus livros incluem clássicos como Orgulho e Preconceito, Razão e Sentimento e Persuasão (VIDA & OBRA, [2014?]).

movimento em apoio ao empoderamento feminino, já que seios não são motivo de vergonha. Nessa postagem, ela faz uso da *hashtag* #ToplessTuesday<sup>31</sup> (RUSSO, 2017).

Liza explica para Diana, a partir disso, que elas deveriam mudar o lançamento do livro da autora Joyce Carol Oates para terça – uma vez que Sue Grafton<sup>32</sup>, autora de uma editora rival, mudou o lançamento de sua nova obra para a mesma data. Com isso, elas poderiam utilizar a *hashtag* #MostreSuasOates, com mulheres postando fotos segurando a *hashtag* escrita em um papel na frente dos seios. No fim, a ideia acaba muito bem-sucedida.

Nesse mesmo episódio, Liza oferece uma ideia para a reedição de *Orgulho e Preconceito*: pedir para alguma escritora famosa – como J. K. Rowling (autora de “Harry Potter”) ou Stephanie Meyer (autora de “Crepúsculo”) – elaborar a introdução. No entanto, uma vez que utilizar uma autora de uma editora concorrente não seria uma boa ideia, quando Diana explica a sugestão para Charles, ela oferece a ideia de utilizar uma autora da própria *Empirical*.

O marketing pode ser realizado também através de matérias em jornais, que atualmente são lidos mais comumente em sua versão *online*. Na série, no episódio sete da quinta temporada (“Um milagre de natal”), Kelsey comenta que a *New York Magazine* vai lançar um resumo do livro de Devereux (“Letras Maiúsculas”), antes de sua publicação.

Outro exemplo acontece no episódio nove da terceira temporada, em que Colin é assinado por Redmond. Kelsey e Liza encontram Emily, autora de “Pérolas de Sabedoria” (ainda não publicado à época), e esta consegue uma entrevista para elas na *Entertainment Weekly* para falar da *Millennial* e do livro de Colin. Infelizmente, a publicidade resultante dessa entrevista é tão boa que, como explicado antes, chama a atenção da Random House, que oferece mais pelo livro que a *Millennial*.

Por fim, o *marketing* demonstrado em *Younger* também cita o meio dos blogs e *podcasts*. Na terceira temporada, é citado que o livro de Jane Wray, ou Dra. Wray,

---

<sup>31</sup> #TerçadoTopless (tradução nossa).

<sup>32</sup> Ambas são escritoras reais. Joyce Carol Oates nasceu em Nova York e escreveu livros como “Blonde”, que foi finalista do *National Book Award*. Já Sue Grafton nasceu em Louisville e escreveu uma série alfabética famosa, que começou com o livro “A de Alibi”, protagonizado pela personagem Kinsey Milhone. Sue morreu em 2017, com setenta e sete anos de idade (JOYCE Carol Oates, [2022?]; MORREU..., 2017).

teve seu *marketing* através dessas plataformas. Infelizmente, os números de pré-venda do livro são muito ruins, mas a maneira de realizar a publicidade não o é.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O curso de Comunicação Social – Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria apresenta mais de um eixo em seu currículo, de maneira a possibilitar diferentes abordagens midiáticas sobre a edição. Com isso, os alunos deste curso aprendem sobre edição em diversas mídias, desde a edição de livros até a edição de produtos audiovisuais.

A série *Younger* é um produto midiático que apresenta a mesma pluralidade disponível no curso de Produção Editorial: é uma série televisiva que apresenta, em seu conteúdo, o processo editorial do livro. Ou seja, é parte da mídia audiovisual ao mesmo tempo que apresenta um processo relacionado à mídia livro. Dentro desse processo, a série demonstra de diversas maneiras as funções de um *publisher*, as quais foram analisadas aqui a partir dos exemplos ficcionais presentes em sua narrativa.

Para alcançar esse objetivo, dividiu-se o texto em três capítulos. O primeiro capítulo buscou apresentar a série *Younger*. Em primeiro lugar, fez-se necessário identificar o que *Younger* é como um produto audiovisual. A conclusão alcançada foi que a obra é uma série televisiva e uma adaptação.

*Younger* como uma série, ou ficção seriada, se divide em episódios e temporadas. Cada episódio possui sua trama individual que se conecta de alguma maneira aos outros episódios. As temporadas, por sua vez, possuem conflitos individuais que se conectam com as outras através de suspensões (ou ganchos).

Como uma adaptação, *Younger* é baseada, ou adaptada, de um livro de mesmo nome da autora Pamela Redmond Satran, que conta a história de uma mulher mais velha que finge ser mais nova para conseguir um emprego na área editorial. Essa mesma história é contada na série, mas com algumas diferenças, como o nome dos personagens e a profissão de alguns deles. A série, como uma obra de tamanho bem maior que o livro, aumenta a história da personagem principal (Alice no livro, Liza na série).

Ainda neste capítulo, apresentou-se o enredo da série e seus personagens, além de outras informações fundamentais, como os nomes dos criadores, a quantidade de temporadas, onde foi transmitida, como assistir no Brasil, entre outras informações. Fez-se importante, também, a elucidação das trajetórias profissionais

dos personagens principais – ou pelo menos daqueles que trabalham no mercado editorial ou estão relacionados a ele.

O segundo capítulo teve como foco a explicação da teoria editorial necessária para se analisar o mercado editorial apresentado na série e as funções do *publisher* que são demonstradas por diferentes personagens. Para isso, utilizou-se principalmente a teoria de Thompson em seu livro *Mercadores de Cultura*.

Thompson denomina o mercado editorial como um campo, no sentido de que ele possui agentes e organizações que precisam de recursos ou capitais para funcionar. Esses agentes e organizações realizam atividades que, em conjunto, formam a cadeia editorial. Ele divide a cadeia editorial em duas: a cadeia de suprimentos e a cadeia de valor. A cadeia de suprimentos divide o processo editorial em elos, ou agentes, enquanto a cadeia de valor divide o processo em atividades, ou tarefas.

O autor também cita e explica o que ele considera as seis principais funções de um *publisher* como um dos principais agentes da organização dentro do campo mercado editorial: aquisição de conteúdo e construção do catálogo, investimento financeiro e avaliação de riscos, desenvolvimento de conteúdo, controle de qualidade, gerenciamento e coordenação e, por fim, vendas e *marketing*.

No capítulo final, antes de identificar essas seis funções em *Younger*, situamos o leitor no ambiente em que a maioria dessas funções ocorrem, ou seja, na editora ficcional em que os personagens trabalham, a *Empirical*. A editora, como uma organização, precisa ser explicada para que seja possível demonstrar as funções que ocorrem dentro dela: sua história, quem é o dono, quantos funcionários ela possui, quais são os capitais que ela, como organização do campo editorial, precisa e como a série demonstra isso, entre outros aspectos.

A partir de tal contextualização, foi possível finalmente utilizar o referencial teórico editorial para se identificar na série as seis funções principais do *publisher* definidas por Thompson, exemplificando cada uma delas com cenas da narrativa – mesmo que essas funções não fossem realizadas literalmente por um *publisher* (pelo menos não todas as vezes), e sim por outros personagens importantes para a história e para a bolha editorial criada dentro da trama.

Assim, pensamos que o presente trabalho contribuiu para evidenciar as funções de um *publisher* através de exemplos demonstrados em uma série televisiva. Nesse sentido, o ato de se utilizar uma produção audiovisual para realizar essa

evidenciação facilita a explicação das seis funções postuladas por Thompson, com exemplos mais fáceis de entendimento por pessoas que não estão inseridas no mercado editorial.

Entretanto, uma vez que a série analisada é uma obra ficcional, é impossível confirmar que a série mostra o mercado editorial da maneira como ele funciona hoje (mesmo que um pouco dramatizado para manter o entretenimento do público com a história). Para isso, seria necessário fazer uma pesquisa diferente, envolvendo pessoas que trabalham no mercado editorial no atual contexto – especificamente no mercado editorial de Nova York, que é onde se passa a série e em que se baseia Thompson para escrever sua teoria (além do mercado editorial britânico).

Além disso, pensamos, inicialmente, que seria possível realizar a demonstração de todo o processo editorial a partir da cadeia de valor proposta por Thompson, mas como não há cenas de diversas etapas desta cadeia (como a diagramação, o design e a impressão), esse caminho não pôde ser seguido. Também não foi possível analisar a sétima temporada da série, visto que não existe uma forma legal de assistir no Brasil.

Mesmo assim, a série *Younger* é uma série ficcional rica em exemplos que, mesmo que dramatizados, foram baseados em situações da vida real que ocorreram no mercado editorial e, portanto, serve como um caso interessante para se realizar uma pesquisa, uma vez que, a partir da análise da série, é possível uma melhor compreensão da dinâmica no mercado editorial.

No curso de Produção Editorial da UFSM, aprende-se muito sobre a teoria necessária para o trabalho em uma editora: como editar, diagramar e revisar um livro, além de ter contato com as experiências de profissionais do mercado editorial e com o funcionamento desta área. Todavia, experimentar a dinâmica desse mercado na prática não costuma ocorrer a menos que se consiga um estágio nele.

Em nosso caso, sem tal oportunidade, contemplar o mercado editorial em vídeo – mesmo que com exemplos não completamente reais – foi importante para a nossa escolha por uma futura carreira e também para entender melhor situações que foram explicadas durante o curso, como o modo que as redes sociais afetam o mercado editorial atual, a perda de um autor para outra editora, a importância do hábito da leitura para esse tipo de trabalho, entre outros exemplos.

Nesse sentido, a série foi um caminho para o curso, mas este também se fez importante para nossa experiência com a série – no sentido de que ela possibilitou

nossa escolha pela formação em Produção Editorial, que, por sua vez, nos levou a um melhor entendimento dessa produção audiovisual (do que é real ou não – seus aspectos exagerados – e de seus pontos positivos e negativos). Esperamos, assim, que esse trabalho seja para outras pessoas o mesmo que *Younger*, mesmo com seus pontos negativos, foi para nós: inspiração.

## REFERÊNCIAS

ABOUT Hachette Book Group. **Hachette Book Group**, [2022?]. Disponível em: [https://www.hachettebookgroup.com/about/#:~:text=Hachette%20Book%20Group%20\(HBG\)%20is,the%20French%20media%20company%2C%20Lagard%C3%A8re](https://www.hachettebookgroup.com/about/#:~:text=Hachette%20Book%20Group%20(HBG)%20is,the%20French%20media%20company%2C%20Lagard%C3%A8re). Acesso em: 22 jan. 2022.

AUMONT, Jacques; MARIE. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. Tradução: Eloísa Araújo Ribeiro. Campinas: Papirus, 2003. Disponível em: <https://cineartestoamaro.files.wordpress.com/2011/05/dicionario-teorico-e-critico-de-cinema-jacques-aumont-michel-marie.pdf>. Acesso em: 21 jan. 2022.

BACARDI, Francesca. Cat Marnell recalls overdosing on heroin, sleeping underneath a rescue boat. Page Six, 2019. Disponível em: <https://pagesix.com/2019/03/18/cat-marnell-overdosed-on-heroin-slept-underneath-a-rescue-boat/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

BARCELLOS, Marília de Araujo. O filme no campo editorial: *The Words*, 2012, de B. Klugman e L. Sternthal. Animus. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**. [S. l.], v. 20, n. 42, 2021. DOI: 10.5902/2175497744572. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/44572>. Acesso em: 4 abr. 2022.

BOSCARIOL, Matheus. Podcast: o que é, para que serve e como fazer um podcast. Rock Content, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/o-que-e-podcast/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

BROOKS, Pauline. **Marriage Vacation**. New York: Simon & Schuster, 2018. 256 p.

CANDACE Bushnell. Record. [2022?]. Disponível em: <https://www.record.com.br/autores/candace-bushnell/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

CASARIN, Rodrigo. Com personagens bobinhos, novo romance de John Green é ingênuo demais. UOL Entretenimento, 2017. Disponível em: <https://paginacinco.blogosfera.uol.com.br/2017/10/27/com-personagens-bobinhos-novo-romance-de-john-green-e-ingenuo-demais/?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 22 jan. 2022.

CAZES, Leonardo. Flip: Knausgård conta por que voltou atrás na decisão de parar de escrever. O Globo, 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/livros/flip-knausgrd-counta-por-que-voltou-atras-na-decisao-de-parar-de-escrever-19606095>. Acesso em: 21 jan. 2022.

DANTAS, Valná. Japonesa Marie Kondo, A Fada da Organização. Due, 2019. Disponível em: <http://www.revistadue.com/japonesa-marie-kondo-a-fada-da-organizacao/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

DIMOCK, Michael. **Defining generations: Where Millennials end and Generations Z begins**. Pew Research Center, 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. Acesso em: 3 nov. 2021.

DONNA Tartt. Companhia das Letras, [2022?]. Disponível em: <https://www.companhiadasletras.com.br/autor.php?codigo=00496>. Acesso em: 22 jan. 2022.

DONNELLY, Keryn. Reliving our favourite moments from Stan's Younger before the final chapter. Mamamia, 2021. Disponível em: <https://www.mamamia.com.au/younger-season-7/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

FRANCIS, Scott. What is a book doctor? Should I pay to have my book edited before submitting it?. Writer's Digest University, 2008. Disponível em: <https://www.writersdigest.com/improve-my-writing/what-is-a-book-doctor-should-i-pay-to-have-my-book-edited-before-submitting-it>. Acesso em: 21 jan. 2022.

FREMONT, Maggie. Younger Series-Finale Recap: Everything New Is Old Again. Vulture, 2021. Disponível em: <https://www.vulture.com/article/younger-series-finale-recap-season-7-episode-12-older.html>. Acesso em: 22 jan. 2022.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo [org.]. **Métodos de Pesquisa** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOULD, Emily. Cat Marnell Is Still Aline And the “unhealthy health writer” has a new memoir. The Cut, [2022?]. Disponível em: <https://www.thecut.com/2017/01/cat-marnell-how-to-murder-your-life.html>. Acesso em: 22 jan. 2022.

HARRIS, Elizabeth A. What Happens When a Publisher Becomes a Megapublisher?. The New York Times, 2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/02/25/books/penguin-random-house-simon-schuster-publishing.html>. Acesso em: 22 jan. 2022.

JACKSON, Dory. Hilary Duff's Kelsey Peters Freaks Out About Turning 30 in Younger Season 7 Sneak Peek. People, 2021. Disponível em: <https://people.com/tv/younger-season-7-sneak-peek-hilary-duffs-kelsey-peters-freaks-out-about-turning-30/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

JACOBSEN, Daniel Rossmann; RANGEL; Leonardo Miranda. A historicidade da ficção seriada: temporalidades e modos de narração teledramatúrgica. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020, Modalidade Virtual. **Anais Eletrônicos** [...], 2020. Disponível em: <https://docplayer.com.br/202184965-A-historicidade-da-ficcao-seriada-temporalidades-e-modos-de-narracao-teledramaturgica-daniel-rossmann-jacobsen-leonardo-miranda-rangel.html>. Acesso em: 21 jan. 2022.

JOHN Green. Intrínseca, [2022?]. Disponível em: <https://www.intrinseca.com.br/autor/116/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

JOYCE Carol Oates. Companhia das Letras, [2022?]. Disponível em: <https://www.companhiadasletras.com.br/autor.php?codigo=04757>. Acesso em: 22 jan. 2022.

KARL Ove Knausgård. Companhia das Letras, [2022?]. Disponível em: <https://www.companhiadasletras.com.br/autor.php?codigo=03233>. Acesso em: 22 jan. 2022.

KATHIE Lee & Hoda. Today, [2022?]. Disponível em: <https://www.today.com/klgandhoda/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

KING, Charlie. Who we are. Little Brown Book Group, [2022?]. Disponível em: <https://www.littlebrown.co.uk/imprint/little-brown/page/lbbg-who-we-are/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

KNOPF DOUBLEDAY PUBLISHING GROUP. Imprints, [2022?]. Disponível em: <http://knopfdoubleday.com/imprints/>. Acesso em: 4 mar. 2022.

KONDO, Marie. **About Marie Kondo**. Kon Mari. [2022?]. Disponível em: <https://konmari.com/about-marie-kondo/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

KORDA APUD SORESEN. **Bestseller Lists and Product Variety: The Case of Book Sales**. Stanford GSB Research Paper No. 1878, 2004. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=647608](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=647608). Acesso em: 22 jan. 2022.

LOUREIRO, Juliano. Editora seguinte: conheça o selo da jovem Companhia das Letras. Bingo, 2021. Disponível em: <https://www.livrobingo.com.br/editora-seguinte>. Acesso em: 22 jan. 2022.

MARIE Kondo. About Marie Kondo. Kon Mari. [2022?]. Disponível em: <https://konmari.com/about-marie-kondo/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

MORREU a escritora norte-americana Sue Grafton. Cultura Ípsilon, 2017. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/12/29/culturaipsilon/noticia/morreu-a-escritora-norteamericana-sue-grafton-1797646>. Acesso em: 22 jan. 2022.

NARDINO, Meredith. 'SATC' Author Candace Bushnell Claims HBO Is Exploiting the Series to Make Money With New Revival. US Magazine, 2021. Disponível em: <https://www.usmagazine.com/entertainment/news/candace-bushnell-hbo-is-exploiting-satc-with-new-revival-series/>. Acesso em: 22 jan. 2021.

NICOLAS, Sarah. A history of buying books onto the bestseller list. Book Riot, 2021. Disponível em: <https://bookriot.com/buying-books-onto-the-bestseller-list/#:~:text=Or%20more%20accurately%2C%20a%20dagger,the%20help%20of%20bulk%20purchases.&text=They%20put%20copies%20of%20the,pillows%20during%20turn%2Ddown%20service>. Acesso em: 22 jan. 2022.

OUR Story. Penguin Random House, [2022?]. Disponível em: <https://www.penguinrandomhouse.com/about-us/our-story/>. Acesso em: 22 Jan. 2022.

PHILIANIA, NG. 'Younger' Series Finale: Hope for Liza and [SPOILER]? Sutton Foster on That Final Scene (Exclusive). ET OnLine, 2021. Disponível em: <https://www.etonline.com/younger-series-finale-liza-josh-reunion-sutton-foster-interview-167005>. Acesso em: 22 jan. 2022.

REDMOND, Pamela. **Older**. New York: Gallery Books (Simon & Schuster), 2020. 320 p.

REDMOND, Pamela. **Younger**. New York: Pocket Books (Simon & Schuster), 2005. 304 p.

RODRIGUES, Abílio. HBO impede cinema de George R. R. Martin de exibir episódio final de Game of Thrones. IGN Portugal, 2019. Disponível em: <https://pt.ign.com/george-r-r-martin/76102/news/hbo-impede-cinema-de-george-rr-martin-de-exibir-episodio-final-de-game-of-thrones>. Acesso em: 22 jan. 2022.

RUSSO, Gianluca. **26 Times Younger Made Us Feel Older**. Paste Magazine, 2017. Disponível em: <https://www.pastemagazine.com/tv/younger/26-times-younger-made-us-feel-older/#season-one-episode-3-be-brutally-honest>. Acesso em: 22 jan. 2022.

SCHUSTER, Max Lincoln; SIMON, Richard Leo. **Corporate History**: a brief history of Simon & Schuster. Simon & Schuster, [2021?]. Disponível em: <https://about.simonandschuster.biz/corporate-history/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

SÉRIE. In: AULETE Digital – Dicionário. On-Line: Lexikon Editora Digital, 2022. Disponível em: <https://www.aulete.com.br/Serie>. Acesso em: 21 jan. 2022.

SMITH, Matt. BWW Recap: Liza Doctors a Book, Attends a 'Hot Mitzvah' & More on YOUNGER. Broadway World, 2015. Disponível em: <https://www.broadwayworld.com/bwwtv/article/BWW-Recap-Liza-Doctors-a-Book-Attends-a-Hot-Mitzvah-More-on-YOUNGER-20150602>. Acesso em: 22 jan. 2022.

SOUSA, Marta Sofia Freitas de Noronha e. **A Narrativa na encruzilhada**: a questão da fidelidade na adaptação de obras literárias ao cinema. Relatório de Projecto de Investigação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho. Braga – Portugal, 2010. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/41015/1/Marta%20Sofia%20Freitas%20de%20Noronha%20e%20Sousa.pdf>. Acesso em: 21 jan. 2022.

TARANEH. Younger S4E4: Seeing Pink. Pop Culturalist, 2017. Disponível em: <http://pop-culturalist.com/younger-s4e4-seeing-pink/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

THOMPSON, John Brookshire. **As guerras do livro**: a revolução digital no mundo editorial. Tradução: Fernando Santos. São Paulo: Ed. Unesp, 2021.

THOMPSON, John Brookshire. **Mercadores de cultura**. Tradução Alzira Allegro. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

TSINTZIRAS, Aya. Younger: 10 Reasons Why Kelsey Is Really The Main Character. ScreenRant, 2021. Disponível em: <https://screenrant.com/younger-kelsey-main-character-explained/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

VIDA & OBRA. Jane Austen. L&PM Editores, [2014?]. Disponível em: [https://www.lpm.com.br/site/default.asp?TroncoID=805135&SecaoID=0&SubsecaoID=0&Template=../livros/layout\\_autor.asp&AutorID=818372](https://www.lpm.com.br/site/default.asp?TroncoID=805135&SecaoID=0&SubsecaoID=0&Template=../livros/layout_autor.asp&AutorID=818372). Acesso em: 22 jan. 2022.

VINEYARD, Jennifer. Comfort Viewing: Why I Love 'Being Erica'. The New York Times, 2020. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/10/23/arts/television/being-erica.html>. Acesso em: 25 mar. 2022.

WAGMEISTER, Elizabeth. Sutton Foster breaks down the love triangle and surprise ending of 'Younger' series finale. Variety, 2021. <https://variety.com/2021/tv/features/younger-series-finale-recap-josh-charles-liza-1234993016/>. Acesso em: 22 jan. 2022.

WATCH What Happens Live. Bravo TV, [2021?]. Disponível em: <https://www.bravotv.com/watch-what-happens-live>. Acesso em: 22 jan. 2022.

YOUNGER. Criação de Darren Star. Estados Unidos: TV Land, 2015-2021. son., color. Série exibida pela Amazon Prime. ([2015?]). Disponível em: [https://www.primevideo.com/detail/0PDQTW56RQ4KWVXVLSJ5DZCR22/ref=atv\\_hm\\_hom\\_|1\\_c\\_cjm7wb\\_2\\_.1](https://www.primevideo.com/detail/0PDQTW56RQ4KWVXVLSJ5DZCR22/ref=atv_hm_hom_|1_c_cjm7wb_2_.1). Acesso em: 2021-2022.

YOUNGER – Full Cast & Crew. IMDB. [2022?]. Disponível em: [https://www.imdb.com/title/tt3288518/fullcredits?ref\\_=ttloc\\_sa\\_1](https://www.imdb.com/title/tt3288518/fullcredits?ref_=ttloc_sa_1). Acesso em: Acesso em: 22 jan. 2022.

YOUNGER Season 6 Trailers, Promos, Clip, Featurettes, Images and Posters. The Entertainment Factor, 2019. Disponível em: <https://entertainment-factor.blogspot.com/2019/07/younger-season-6-trailers-clip-images-posters.html>. Acesso em: 21 jan. 2022.

YOUNGER TV POSTER (#5 of 15). Pinterest. [2022?]. Disponível em: <https://pin.it/1u48eQM>. Acesso em: 21 jan. 2022.

## APÊNDICE A – RESUMO DE *YOUNGER*: EPISÓDIO 1, TEMPORADA 1

O primeiro trabalho de Liza como secretária é criar uma conta no Twitter para a falecida Jane Austen e começar a postar como se fosse ela. A *Empirical* vai relançar *Orgulho e Preconceito* em formato de e-book e precisa “fazer um bochicho” no Twitter sobre o assunto. Diana pede que ela crie uma conta para Jane também no Facebook, match.com e Christian Mingle. O primeiro obstáculo de Liza: ela não sabe como usar o Twitter e tenta pesquisar “como abrir uma conta no Twitter”.

Depois, Liza aparece escrevendo para a conta do Twitter de Jane Austen quando Diana passa pela sua mesa. Liza diz que a conta já tem mais de mil seguidores, esperando que Diana fique impressionada, o que não acontece. Ela resolve então falar para Diana sobre uma ideia que teve para o relançamento de *Orgulho e Preconceito*: pedir para uma escritora, como J. K. Rowling (autora de *Harry Potter*) ou Stephanie Meyer (autora de *Crepúsculo*), escrever a introdução do livro. Diana diz que é uma péssima ideia usar uma escritora internacional de uma editora concorrente para promover a reedição do livro.

Mais tarde, em uma reunião sobre *Orgulho e Preconceito*, descobrimos que a Amazon prometeu o uso da página principal por três dias para o livro, e a editora vai fornecer também guias de estudos interativos para as escolas de Ensino Médio. Diana rouba a ideia de Liza, apenas mudando a escritora de uma editora rival para uma publicada por eles.

## APÊNDICE B – RESUMO DE *YOUNGER*: EPISÓDIO 2, TEMPORADA 2

Na *Empirical*, Liza leva café para Diana, que está acompanhada de Kelsey. As duas estão no meio de uma ligação com um escritor chamado Rob Olive. Kelsey tenta fazê-lo mudar de ideia, mas ele diz que já assinou com outra editora, a Hachette. Elas terminam a ligação de forma amistosa, mas, assim que desligam, Diana diz para anunciar para a mídia que foram eles que expulsaram Rob Olive da *Empirical*. Kelsey diz que não entende, pois a Hachette já possui tantos livros de doentes, como *A Culpa é das Estrelas*. Ela reclama que passou muito tempo trabalhando com ele na revisão, “tirando leite de pedra em cada capítulo”. Diana diz que Kelsey chegou até a criar o título do último livro de Rob, que se chama *Estou Morrendo*. Liza comenta que talvez exista uma maneira de conseguir o contrato de volta, mas Diana responde que é tarde demais, pois a *Galley Cat*, um site que fala sobre notícias do mercado editorial, já anunciou o novo contrato de Olive com a Hachette.

No dia seguinte, Liza encontra Diana no elevador da *Empirical*. Diana pede que Liza fique pendurada no telefone pelas próximas quarenta e oito horas, uma vez que o novo livro da Laura Hillenbrand será leiloadado. No banheiro, Liza encontra Kelsey, que diz estar procurando pelo próximo Rob Olive.

Mais tarde, em um almoço entre Rob e Kelsey, ele pede a ajuda dela com a história de seu novo livro. Kelsey pede para que ele volte para a *Empirical*, mas ele a chama para ir com ele para a Hachette. Rob explica que a Hachette já está preparando uma oferta para ela, o que a deixa surpresa.

De noite, Kelsey recebe a oferta da Hachette e fica surpresa com o valor, mas diz que não quer deixar a *Empirical*. Seu namorado diz que é uma boa oferta e oferece ajuda com a parte econômica. Ela agradece e conta para Liza sobre a oferta, pedindo segredo. Liza pergunta se ela vai deixar Charles fazer uma oferta também, ao que Kelsey responde que sim, mas que acredita que Charles nunca vai ver ela como mais do que uma antiga assistente e que ela tem que sair da *Empirical* para ser levada a sério. Um pouco mais tarde, Liza recebe uma mensagem de Diana sobre o livro de Laura e precisa levar o manuscrito para Charles pessoalmente.

Outro dia na *Empirical*, Kelsey vai conversar com Charles sobre a oferta, mas ele interrompe, dizendo que já sabe sobre ela. Ele diz que não pode cobrir a oferta em dinheiro, mas pode oferecer a Kelsey sua própria marca (selo) dentro da *Empirical*, voltada para o público de vinte anos (geração *millennial*). Charles explica

que ela vai poder escolher os projetos, a equipe e ter controle editorial. Kelsey aceita. Depois, ela convida Liza para fazer parte da equipe por conta principalmente de sua pouca idade, o que impede Liza de contar a verdade sobre sua idade para Kelsey.

### APÊNDICE C – RESUMO DE *YOUNGER*: EPISÓDIO 1, TEMPORADA 3

Em uma reunião, Diana apresenta Kiko Kakami (baseada em Marie Kondo) à equipe, a autora de *Viver Mais Feliz (Blissful Living)*, um livro que ela diz ter sido *best-seller* no Japão pelos últimos dois anos. Diana explica que Kiko está nos Estados Unidos para uma turnê de sete dias que terá uma aparição no programa das apresentadoras Kathie Lee e Hoda. Kiko explica um pouco sobre o assunto de seu livro, que é sobre abrir mão de objetos que não nos servem mais. Ao final do episódio, a equipe assiste à entrevista de Kiko no programa de Kathie Lee e Hoda.

## APÊNDICE D – RESUMO DE *YOUNGER*: EPISÓDIO 12, TEMPORADA 4

Zane interrompe a conversa de Liza e Diana para parabenizar a última pelo prêmio que ela recebeu. Eles conversam um pouco sobre *marketing*, que é a paixão de ambos. Zane fala que perdeu as contas de quantos livros ele transformou em *best-sellers* apenas com uma boa propaganda.

Mais tarde, em uma reunião, Zane interrompe Kelsey quando ela vai apresentar a estratégia de *marketing* que Liza criou para Férias do Casamento e fala que Cece Jones, produtora do programa *Good Morning America*, é amiga dele e pode conseguir dois quadros no programa com foco no livro e uma entrevista exclusiva. Zane comenta que o programa quer tanto o Charles quanto a Pauline no palco, falando sobre o livro e sobre a reconciliação do casamento deles. Charles se recusa a subir no palco para falar sobre seu relacionamento, que ele diz que é muito pessoal.

Durante o *Good Morning America*, Pauline fala sobre seu livro (que está com a capa diferente do que vai ser durante a quinta temporada e do livro que foi publicado na vida real) e Zane comenta para Cece que se as apresentadoras comentarem que Charles está presente, ele vai acabar aceitando aparecer no programa por pura pressão.

Mais tarde, quando Charles briga com Zane sobre o ocorrido, Zane tenta colocar a culpa em Kelsey e fala que ele ajudou o livro dela. Kelsey responde que ela tem dois livros na lista de *best-sellers* da *The New York Times* e que transformou um livro escrito “por um cachorro” em uma franquia milionária, ou seja, ela não precisa da ajuda dele.

No carro, Pauline recebe uma mensagem de Diana dizendo que a entrevista foi um sucesso.

## APÊNDICE E – RESUMO DE *YOUNGER*: EPISÓDIO 7, TEMPORADA 5

Jake Devereux recebe uma mensagem de seu agente dizendo que a *New York Magazine* vai fazer um resumo do primeiro capítulo do livro dele (*Letras Maiúsculas*). Kelsey conta essa notícia em uma reunião na *Empirical*, junto com a informação de que Férias do Casamento conseguiu o segundo lugar na lista de leitura de férias da Times. Nessa mesma reunião, Charles elogia e agradece a equipe como um todo, e especialmente Kelsey e Zane pelo trabalho no livro de Jake. Kelsey comenta que a revista convidou a equipe para sua festa de Natal. Depois, Kelsey descobre que foi Zane quem enviou o capítulo para a revista.

Na festa de Natal, Charles comenta que o último livro político (ou seja, que nem o livro de Jake) que a *New York Magazine* comentou foi *Fire and Fury*. No dia seguinte, Charles conta para Zane e Kelsey que Jake só quer trabalhar com Kelsey a partir de agora.

## APÊNDICE F – RESUMO DE *YOUNGER*: EPISÓDIO 2, TEMPORADA 6

Em uma reunião com o *Lexington Research Center*, a representante fala que eles enviaram o livro alguns leitores, mas antes de ela poder explicar o resultado, Diana interrompe para perguntar porque a *Millennial* está usando público-alvo para vetar os autores, quando eles nunca fizeram isso antes. Kelsey responde que seu primeiro lançamento como editora (*publisher*) precisa ser perfeito, e Liza acrescenta que Garra (o nome do livro) ainda precisa de mais empenho, e que Quinn está sendo bem resistente às sugestões dela. A representante continua a explicar o resultado: todos os leitores odiaram o livro. Liza pede desculpas para Kelsey, porque ela tentou convencer Quinn a suavizar o tom do livro, mas ela rejeitou todas as alterações.

Em um almoço com Quinn, Kelsey e Liza tentam explicar que o livro pode soar como um pouco anti-mulher no cenário atual. Liza diz que ela é a editora e a relação entre ela e o autor, ou, neste caso, autora, é um trabalho de mão dupla: se um autor não aceita sugestões, ele tem que publicar o livro sozinho. Quinn se recusa a aceitar as opiniões de Kelsey e Liza.

Mais tarde, na *Empirical*, Kelsey tem a ideia de publicar um livro baseado em um roteiro de um filme que vai ser produzido pela empresa da Reese Whitterspoon. Uma roteirista escreveria o livro e eles conseguiriam publicar em um mês. Além disso, se eles lançarem antes do filme, Reese vai fazer propaganda do livro para elas. Lançando esse livro primeiro, elas podem adiar o lançamento do livro de Quinn por um tempo. De noite, em uma festa, Charles comenta que ele acredita que elas deveriam lançar o livro ruim primeiro e colocar a culpa no *publisher* anterior (no caso, ele).

Kelsey decide tentar convencer Quinn de novo, e elas acabam fazendo um acordo: Kelsey vai publicar o livro, mas se ele falhar, Quinn vai embora da *Empirical*.